

PENGARUH KREDIBILITAS DAI KAJIAN MAGHRIB TERHADAP PENINGKATAN PENGETAHUAN AGAMA ISLAM JEMAAH MASJID AL AMAL BANGKINANG KOTA

M Nail Mughny^{1*}, Dirja Hasugian²

^{1,2} Sekolah Tinggi Islam As-Sunnah, Deli Serdang

*Corresponding Email: mnailmughny@gmail.com

Abstract

This study aims to address the research question of whether there is an influence of preachers' (da'i) credibility on the level of Islamic religious knowledge among congregants of Al Amal Mosque in Bangkinang Kota. The study employed a quantitative approach using a total sampling technique, as the population size was fewer than 100 individuals. A total of 50 respondents participated as research samples. Data were analyzed using Spearman's rank correlation with the assistance of SPSS version 26 for Windows. The results indicate that the correlation coefficient between variable X (preachers' credibility) and variable Y (congregants' Islamic religious knowledge) is 0.064. Based on the correlation coefficient interval of 0.000–0.199, this finding reflects a very weak relationship between the two variables, indicating that preachers' credibility has a minimal influence on congregants' religious knowledge. Furthermore, the coefficient of determination analysis shows that the contribution of preachers' credibility to Islamic religious knowledge is 2.1%, while the remaining 97.9% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Dai Credibility, Islamic Religious Knowledge, Bangkinang Kota.

Abstrak


Tujuan penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yang kemukakan, yaitu adakah terdapat pengaruh kredibilitas dai terhadap peningkatan pengetahuan agama Islam jemaah masjid Al Amal Bangkinang Kota. Penelitian ini menggunakan teknik total sampling, karena jumlah populasi kurang dari 100. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 50 orang. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *spearman rank* dengan memakai aplikasi bantuan yaitu SPSS 26 for windows. Hasil analisis memperlihatkan bahwasanya hubungan diantara variabel X (Kredibilitas Dai) dengan variabel Y (Pengetahuan Agama Islam Jemaah Masjid) memperoleh koefisiennya dengan nilai 0,064. Merujuk tabel nilai koefisien korelasi jika interval koefisien korelasi berada diantara 0.000 – 0.199 adanya pengaruh yang sangat lemah diantara variabel X terhadap variabel Y dengan nilai koefisien sebesar 0,064 menunjukkan bahwa memiliki pengaruh walaupun sedikit. Setelah itu dilihat kontribusi variabel X terhadap variabel Y menggunakan rumus *Koefisien Determinasi*, yang mana $r^2 \times 100\% = 0.021 \times 100\% = 2.1\%$. Sementara 97.9% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

Kata Kunci: Kredibilitas Dai, Pengetahuan Agama Islam, Bangkinang Kota

Article Info

Article History:

Received: 08-05-2025, Accepted: 14-12-2025, Publish: 29-12-2025

 : 10.51590/bashirah.v6i2.1077



This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Pendahuluan

Agama yang paling sangat mulia adalah agama Islam. Mayoritas masyarakat Indonesia menganut agama Islam. Seiring berjalannya waktu, jumlah orang yang menerima Islam pun meningkat. Jumlah umat Islam di Indonesia pada saat ini mencapai 245.973.915 jiwa ataupun kisaran 87,08% dengan jumlah populasi penduduk Indonesia 282.477.584 jiwa.¹

Dalam agama Islam memiliki perintah dan larangan yang diatur dan ditetapkan oleh Allah ﷻ, termaktub jelas di dalam pedoman Islam. Salah satu perintah diwajibkan oleh Allah ﷻ kepada umat-Nya adalah untuk menuntut ilmu atau meningkatkan pengetahuan agama Islam di setiap kalangan laki-laki maupun perempuan. Pengetahuan agama Islam yang wajib mereka tingkatan mencakup dari segala cabang-cabang ilmu yang ada, seperti tentang fikih, tauhid, dan lain-lainnya. Perintah tersebut sudah diperintahkan oleh Allah ﷻ serta rasul-Nya. Allah ﷻ berfirman dalam surah Thaaha ayat 114:

وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا

“Dan katakanlah, ‘Wahai Rabb-ku, tambahkanlah kepadaku ilmu.’”

Berkata Ahmad bin Hajar *rahimahullah*, “Firman Allah ﷻ di atas merupakan dalil yang tegas tentang keutamaan ilmu. Karena Allah ﷻ tidaklah memerintahkan Muhammad ﷺ untuk meminta tambahan sesuatu kecuali tambahan ilmu. Ilmu yang dimaksud di sini ialah ilmu yang sesuai dengan hukum syariah. Ibadah dan kewajiban muamalah seseorang dapat dipahami dengan lebih baik dengan pemahaman ini, bersama dengan sifat-sifat Allah, hak-hak ibadah yang harus dilaksanakan, serta bagaimana cara menyucikan-Nya dari berbagai ketidaksempurnaan”.² Bukan hanya itu, perintah menuntut ilmu dikuatkan oleh beberapa ayat Al-Qur’an dan Hadis.

Namun sangat di sayangkan, ketika melihat keadaan pengetahuan agama Islam jemaah masjid di setiap daerah Indonesia, maka ditemukan begitu sangat menyedihkan dan memprihatinkan, baik itu dari kalangan remaja maupun kalangan dewasa. Seharusnya mereka mengikuti perintah Allah ﷻ menuntut dan meningkatkan pengetahuan agama Islam. Akan tapi mereka tidak memperdulikan perintah tersebut. Hal ini sejalan dengan pendapat Arsalan, yang mengatakan bahwa hal diatas diakibatkan karena kurangnya pendidikan, antusiasme, kepercayaan diri, serta keberanian ialah beberapa alasan mengapa Islam semakin berkurang.

¹ “<https://Databoks.Katadata.Co.Id/Demografi/Statistik/66b45dd8e5dd0/Mayoritas-Penduduk-Indonesia-Beragama-Islam-Pada-Semester-i-2024>,” Diakses pada 28 Oktober 2024.

² Ibnu Hajar Al-Asqalani, *Fathul Bari Syarhu Sahih Al Bukhari* (Riyadh: Dar Tayibah, 2005), h. 265.

Faktor lainnya ialah sikap apatis, ketidakmampuan, serta kurangnya pemahaman,³ dan juga dikarenakan oleh arus globalisasi yang menguasai dunia, sehingga sulit dihadapi.

Hal tersebut juga melanda di masjid Al Amal kecamatan Bangkinang Kota. Berdasarkan pengamatan peneliti, bahwasannya peneliti menemukan pengetahuan agama Islam jemaah masjid Al Amal yang ada di kecamatan Bangkinag Kota sangat memprihatinkan. Kebanyakan dari mereka masih tidak mengetahui amalan yang dilandasi oleh Al Quran serta As Sunnah, seperti tidak mengetahui rukun serta sunnah wudu, tidak mengetahui tata cara salat dengan benar. Kemudian ada juga diantara mereka masih tidak mengetahui peraktek jual beli yang haram serta masalah *muashirah*/ konterporer seperti asuransi, bunga pinjaman bank, pinjaman uang, pinjaman barang, sewa, serta penitipan barang ialah contoh dari hal-hal tersebut. Kemudian juga sebagian dari mereka masih belum mengetahui makna hakikat dari tauhid. Setelah pergantian kepengurusan lama ke yang baru, pengurus masjid yang baru mengundang dai yang memiliki kredibilitas baik. Ciri-ciri dai yang mempunyai kredibilitas yang baik adalah memiliki *Otoritas*,⁴ keterampilan komunikasi (*communication skills*), pengetahuan yang luas mengenai konten yang akan dipresentasikan (*knowledge*), sikap yang jujur serta ramah (*attitude*), serta kemampuan untuk beradaptasi dengan kerangka sosial serta budaya masyarakat (*social and culture system*) yang mereka hadapi.⁵

Berdasarkan uraian di atas, peneliti menyimpulkan bahwasanya pemilihan dai dalam sebuah kajian menjadi faktor penting yang menyebabkan peningkatan pengetahuan agama Islam jemaah masjid Al Amal. Dengan kredibilitas seorang dai memberikan efek positif terhadap peningkatan pengetahuan jemaah.

Materi dan Metode Penelitian

1. Materi

Seluruh sesuatu yang diketahui, kepandaian, ataupun segala sesuatu yang diketahui mengenai hal (mata pelajaran) itulah yang disebut oleh Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) sebagai pengetahuan. Dalam pandangan Pudjawidjana, pengetahuan ialah hasil akhir dari penginderaan terhadap suatu objek, serta persepsi ialah tanggapan manusia terhadap rangsangan lingkungan melalui interaksi dengan objek melalui

³ “[⁴ Fakhruddin Nursyam, *Syarah Lengkap Arba'in Da'awiyah-Teladan Aplikatif Dakwah Rasulullah* \(Solo: Bina Insani, 2006\), h. 173.](https://www.sekolahathirah.sch.id/read-vaCOU0.html#:~:Text=MenurutArslan,BeberapaSebabKemunduran,YakniUltra-ModernismeDanKonservativisme,”Diaksespada28Oktober2024.”</p></div><div data-bbox=)

⁵ Cangara Hafied, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 73.

pancaindera. Pengetahuan, di sisi lain, ialah apa yang terjadi setelah melaksanakan penginderaan terhadap suatu hal, mengacu pada Notoatmodjo. Panca indera-penglihatan, suara, penciuman, rasa, serta sentuhan-bertanggung jawab untuk mempersepsikan dunia di sekitar manusia. Dengan melihat serta mendengar, manusia mendapatkan sebagian besar informasi.⁶

Disisi lain, agama menurut para ahli memberikan definisi agama bervariasi, yaitu:⁷

a. Adi Negoro

Agama yaitu keyakinan kepada yang maha Esa dan maha Kuasa, yang dirasakan manusia sebagai kekuatan gaib yang mempengaruhi hidupnya dan seluruh sesuatu yang ada.

b. WJS. Poerwadarminto

Kepercayaan kepada Tuhan dan prinsip-prinsip moral serta tanggung jawab yang mengalir dari kepercayaan tersebut membentuk agama.

c. Webster's Dictionary

Keyakinan agama seseorang berpusat pada penghormatan mereka terhadap kekuatan yang lebih tinggi yang dipandang sebagai perancang serta pemelihara kosmos.

Berbicara tentang dakwah, tidak terlepas dari agama Islam. Islam sendiri berasal dari bahasa Arab yaitu *إِسْلَامًا - يُسْلِمُ - أَسْلَمَ* yang bisa diartikan keselamatan. Sementara menurut istilah, Islam merupakan nama agama yang Tuhan turunkan ajarannya kepada manusia melalui utusan. Dengan kata lain, Islam ialah ajaran yang diturunkan Allah ﷻ kepada manusia serta jin melalui Nabi-Nya ﷺ.⁸

يَا مُحَمَّدُ أَخْبِرْنِي عَنِ الْإِسْلَامِ، فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: الْإِسْلَامُ أَنْ تَشْهَدَ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ وَتُقِيمَ الصَّلَاةَ وَتُؤْتِيَ الزَّكَاةَ وَتَصُومَ رَمَضَانَ وَتَحُجَّ الْبَيْتَ إِنْ اسْتَطَعْتَ إِلَيْهِ سَبِيلًا.

[رواه مسلم]

Artinya: "... Ya Muhammad, beritahukan kepadaku tentang Islam", maka bersabdalah Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam: "Islam adalah engkau bersaksi

⁶ Jujun S. Suriasumantri, *Ilmu Dalam Perspektif* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2015), h. 35.

⁷ Muhammad Ismail, *Pendidikan Agama Islam* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2006), h. 30.

⁸ Muhammad Alim, *Pendidikan Agama Islam*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2011), h. 91-92.

bahwa tidak ada Ilah (Tuhan yang disembah) selain Allah, dan bahwa Nabi Muhammad adalah utusan Allah, engkau mendirikan shalat, menunaikan zakat, puasa Ramadhan dan engkau berhaji ke Baitullah jika engkau mampu menempuh perjalanan ke sana.” [HR. Muslim].⁹

Dalam Islam, semua hal diajarkan dan dibahas secara lengkap. Mulai dari masalah thaharah, ibadah maupun muamalah. Taharah dapat dibagi menjadi dua, yaitu taharah *batiniyah* serta taharah *lahiriyah*. Taharah *batiniyah* ialah proses membersihkan diri dari dosa dan perbuatan maksiat. Ini dilakukan dengan cara bertaubat yang benar dari semua dosa serta maksiat. Sedangkan taharah *lahiriyah* adalah proses membersihkan kotoran dan mensucikan dari hadas.

Materi yang berkaitan dengan ibadah salah satunya adalah tentang salat. Salat adalah kewajiban yang ditetapkan oleh Allah ﷻ untuk setiap mukmin. Allah ﷻ memerintahkan salat dalam lebih dari satu ayat dalam Al Quran sebagai bagian dari tuntunan dan perintah-Nya kepada umat manusia. Allah ﷻ berfirman dalam Al Quran surah An Nisa ayat 103:

فَإِذَا قَضَيْتُمُ الصَّلَاةَ فَادْكُرُوا اللَّهَ قِيَمًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِكُمْ فَإِذَا اطْمَأْنَنْتُمْ فَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ إِنَّ الصَّلَاةَ
كَانَتْ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ كِتَابًا مَّوْقُوتًا

“Apabila kamu telah menyelesaikan salat, berzikirlah kepada Allah (mengingat dan menyebut-Nya), baik ketika kamu berdiri, duduk, maupun berbaring. Apabila kamu telah merasa aman, laksanakanlah salat itu (dengan sempurna). Sesungguhnya salat itu merupakan kewajiban yang waktunya telah ditentukan atas orang-orang mukmin”.

Adapun Rasulullah ﷺ menjadikan salat sebagai pilar kedua diantara lima pilar Islam, Rasulullah bersabda yang artinya:

بُنِيَ الْإِسْلَامُ عَلَى خَمْسٍ إِيْمَانٍ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَالصَّلَاةِ الْحَمْسِ وَصِيَامِ رَمَضَانَ وَأَدَاءِ الزَّكَاةِ وَحَجِّ الْبَيْتِ. [رواه

البخاري]

“Islam dibangun di atas lima perkara: bersaksi bahwa tidak ada yang berhak disembah melainkan Allah dan Muhammad adalah utusan Allah menunaikan shalat, menunaikan zakat, menunaikan haji, dan berpuasa Ramadhan”.

⁹ Abdullah Muhammad bin Ismail Al Bukhari, *Shahih Bukhori* (Beirut: Dar Ibnul Kasir, 2002), h. 12.

Mewajibkan salat ialah langkah yang bijaksana karena membantu menyucikan jiwa serta memfasilitasi komunikasi dengan Allah ﷻ di dunia dan mendekatkan diri kepada-Nya di akhirat. Salat juga berperan dalam mencegah perbuatan-perbuatan keji dan mungkar.¹⁰ Berikut rukun atau fardhu salat: niat, berdiri, takbiratulihram, membaca surah Al-Fatihah, rukuk, tumakninah, bangkit dan iktidal, tumakninah, sujud, tumakninah, duduk di antara dua sujud, tumakninah ketika duduk di antara dua sujud, duduk tasyahud akhir, membaca tasyahud akhir, selawat pada Nabi ﷺ ketika tasyahud akhir, salam pertama, niat keluar dari salat, beraturan.¹¹

Sempurnanya agama Islam dapat terlihat melalui pembahasan fikih muamalah. Dua komponen spesifik membentuk keluasan serta kedalaman fikih muamalah, yaitu;

a. *Al-Mu'āmalah al-Māddiyyah*

Ini ialah pemeriksaan terhadap objek muamalah. Dengan kata lain, Al-muamalah Al-madiyah ialah hukum Syariah berkaitan hal-hal yang bersifat umum. Dengan mengikuti standar yang ditetapkan oleh Syariah, seseorang bisa memastikan bahwa kebutuhan material mereka, seperti yang terkait dengan jual beli (*al-bai'*), terpenuhi, dan tidak hanya dalam hal menghasilkan keuntungan.

Dalam kategori muamalah, terdapat berbagai jenis transaksi serta akad yang diatur dalam syariat Islam. Beberapa di antaranya meliputi jual beli (*al-bai'*), gadai (*rahn*), tanggungan atau jaminan (*kafalah*), pindah utang (*hiwalah*), keadaan bangkrut (*taflis*), serta pembatasan hak pemakaian dalam harta (*al-hajru*), perkongsian (*al-syirkah*) dan kerja sama antara modal dan tenaga (*al-mudharabah*), transaksi lain yang diatur antara lain tanah disewa (*al-musaqah* dan *al-mukhabarah*), pemberian imbalan (*ujrah*), gugatan hak (*al-syuf'ah*), dan sayembara (*al-ju'alah*), pemberian kekayaan bersama (*al-qisamah*), pemberian sukarela (*al-hibbah*), pembebasan hutang (*al-ibra'*), serta perjanjian damai (*al-shulh*), bunga bank dan asuransi, serta bentuk kerja sama hasil pertanian (*musaqah*), pemesanan barang di muka (*salaf/salam*), peminjaman duit (*qiradh*), peminjaman barang (*'ariyah*), menyewa (*al-ijarah*), titip menetip (*wadiyah*), serta berbagai bentuk transaksi lainnya.¹²

¹⁰ Al-jaza'iri, *Minhajul Muslim*, h. 358.

¹¹ Hisyam Al-Kaamil Haamid, *Al-Imtaa' Bi Syarh Matan Abi Syuja' Fii Al-Fiqh Asy-Syafii*, Pertama (Kairo: Dar Al Manar, 2010), h. 82-84.

¹² Rachmat Syafe'i, *Fikih Muamalah Maliyah* (Bandung: Pustaka Setia, 2001), h. 15.

b. *Al-Mu'āmalah al-Adabiyah*

Yakni ilmu membahas berkaitan dengan jual beli. Dengan kata lain, *al-muamalah al-adabiyah* ialah norma-norma *syara'* yang berkaitan dengan aktivitas kehidupan sosial orang, dengan penekanan pada subjek mukallaf, atau manusia. Proses ijab qabul, ataupun pembuatan kontrak, ialah hal yang disinggung di sini. Apakah itu dilaksanakan dengan sadar atau tidak, apakah ada unsur penipuan, serta hal-hal lainnya. Dikarenakan keduanya tidak dapat dipisahkan dalam kenyataan, maka pembedaan teoritis di antara keduanya hanyalah bersifat konseptual.

Bukan hanya itu, *kamilnya* agama Islam juga dapat terlihat dari cara Islam mengajarkan manusia untuk mengenal penciptanya, yaitu Allah. Ilmu tentang ini disebut sebagai ilmu tauhid. Makna tauhid berasal dari kata kerja *fi'il wahhada-yuwahhidu*, yang berarti menyatukan. Syaikh Muhammad bin Shalih Al Utsaimin menegaskan bahwasanya ketiadaan kata negatif membuat penafsiran tauhid menjadi tidak benar. Dengan kata lain, hal ini mengukuhkan apa yang telah dibentuk menjadi satu kesatuan dan menolak yang lainnya. Mengacu hukum syariah, definisi tauhid ialah mengakui Allah ﷻ merupakan tuhan yang layak disembah, dengan seluruh nuansa yang ada di dalamnya.¹³

Pengertian Kredibilitas

Kredibilitas berasal dari kata kredibel, dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) kredibilitas dapat diartikan dapat dipercaya.¹⁴ Menurut George & Michael,¹⁵ Kredibilitas adalah sejauh mana penerima melihat sumber memiliki pengetahuan, keterampilan, atau pengalaman yang relevan dan mempercayai sumber untuk memberikan informasi yang objektif dan tidak bias.

Menurut Kotler dan Keller,¹⁶ Penelitian telah menunjukkan bahwa kredibilitas sumber sangat penting untuk penerimaan pesan. Terdapat tiga sumber kredibilitas yang paling sering diidentifikasi adalah keahlian, dapat dipercaya, dan disukai. Keahlian adalah pengetahuan khusus yang dimiliki komunikator untuk

¹³ Muhammad Ibn Shalih Al 'Utsaimin, *Syarh Ushul Tsalasah*, (Iskandriyyah: Darul Iman, 2001), h. 39.

¹⁴ "<https://www.google.com/amp/s/kbbi.web.id/kredibilitas.html>," Diakses Pada 20 Januari 2025.

¹⁵ George E Belch, *Advertising & Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective* (United States of America: Mc Graw-Hill Education, 2018), h. 187.

¹⁶ Philip Kotler, *Marketing Management* (United States of America: Pearson Education, 2016), h. 591.

mendukung klaim tersebut. Kepercayaan menggambarkan bagaimana sumbernya dianggap objektif dan jujur.

Menurut Robbins & Coulter,¹⁷ Kredibilitas adalah sejauh mana pengikut mempersepsikan seseorang yang jujur, kompeten, dan mampu menginspirasi. Menurut Andrew & Shimp,¹⁸ pengertian yang paling mendasar, kredibilitas mengacu pada kecenderungan untuk percaya atau mempercayai seseorang.

Berdasarkan definisi-definisi di atas maka dapat disimpulkan, kredibilitas adalah sikap dapat dipercaya oleh penerima pesan atau *mad'u* , sehingga penerima pesan akan royal, mempercayai, mengakui dan akan memperhatikan setiap apa yang akan disampaikan oleh komunikator.

Pengertian Dai

Dai adalah seseorang yang menyampaikan dakwah atau melaksanakan dakwah baik melalui lisan, tulisan, atau cara lain sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya. Tugas seorang dai adalah untuk menyebarkan ajaran agama dan mengajak orang lain kepada kebaikan, ketaatan kepada Allah ﷻ, serta menjauhi perbuatan yang buruk.¹⁹

Kredibilitas Dai Sebagai Komunikator atau Juru Dakwah

Kredibilitas dai dimaksud adalah hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan dan pengakuan seseorang terhadap sesuatu. Pengakuan dan kepercayaan seseorang dapat dibentuk dan dibangun berdasarkan pendidikan, pengetahuan dan kharismatik/ wibawa. Dalam menyampaikan dakwah, dai juga harus mempunyai retorika yang baik. Dalam arti seseorang dapat dikatakan sebagai “retor” (dai) bila mempunyai kredibilitas (*credibility*). Kredibilitas menyangkut *drive credibility* (kredibilitas yang dibawa sebelum menyampaikan orasi/ pesan dakwah) dan *inner credibilty* (kredibilitas yang dibangun ketika menyampaikan orasi/ pesan dakwah). Seorang dai harus mampu membangun kepercayaan objek dakwah terhadap dirinya sebagai figur dai yang handal dan berwibawa. Para dai hendaknya memiliki kredibilitas dakwah yang tinggi sehingga masyarakat lebih mudah menerima dakwahnya. Ketika dai mengajak manusia kepada nilai-nilai

¹⁷ Stephen P Robbins, *Management* (United States of America: Pearson Education Limited, 2018), h. 571.

¹⁸ J. Craig Andrews, *Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (United States of America: Cengage Learning, 2018), h. 288.

¹⁹ Azhar Sitompul, *Dakwah Islam Dan Perubahan Sosia* (Bandung: Ciptapustaka Media Perintis, 2009), h. 38.

agama, seringkali ada pihak-pihak yang meragukan kredibilitasnya, dan mempertanyakan kelayakan dirinya untuk berdakwah. Oleh sebab itu, pentingnya kredibilitas dimiliki dai untuk menjawab keraguan bahkan penolakan dari objek dakwahnya.²⁰

Kredibilitas menurut aristoteles, bisa diperoleh jika seorang komunikator memiliki *ethos*, *pathos*, dan *logos*. *Ethos* menampilkan karakter kepribadian seorang komunikator sehingga setiap pesan atau informasi yang disampaikan dapat dipercaya. *Pathos* ialah kemampuan seorang komunikator dalam mengendalikan perasaan emosional audience, sedangkan *logos* ialah kekuatan dan kemampuan seorang komunikator melalui argumentasinya.²¹ Dalam konteks komunikasi dakwah, *ethos* dai sebagai komunikator harus memiliki karakter kepribadian dalam bidang keagamaan Islam agar komunitas sebagai komunikan dapat mempercayai pesan dakwah yang disampaikannya. *Pathos* seorang dai sebagai komunikator ialah mampu mengenali masyarakat sebagai objek dakwah sehingga dapat menyesuaikan dan mengendalikan emosional masyarakat yang menjadi komunikan, sedangkan *logos* seorang dai ialah menguasai materi nilai-nilai ajaran Keagamaan Islam sehingga mampu menjelaskan secara argumentative pesan dakwah yang disampaikan kepada komunitas.

Berlo seorang pakar komunikasi dari Michigan State University menambahkan bahwa kredibilitas seorang komunikator bisa timbul jika ia memiliki keterampilan komunikasi (*communication skills*), pengetahuan yang luas tentang materi yang akan disampaikan (*knowledge*), sikap jujur dan bersahabat (*attitude*), serta mampu beradaptasi dengan sosial budaya (*social and culture system*) komunitas yang dihadapinya.²²

Langkah-Langkah dalam Membangun Kredibilitas

Dalam membangun Kredibilitas, Fakruddin Nursyam²³ juga mengutip penjelasan Jalaluddin Rakhmat dalam buku Retorika Modern, bahwa kredibilitas tidak melekat pada diri seorang aktivis dakwah. Kredibilitas terletak pada persepsi

²⁰ Musfirotn Yusuf, "Membangun Manajemen Mutu Pendidikan Menghadapi Tantangan Global," *Edukasia Islamika* 7, no. 1 (2018): 55–65.

²¹ Cangara Hafied, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2016), h. 47.

²² Cangara Hafied, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 73.

²³ Fakhruddin Nursyam, *Syarah Lengkap Arba'in Da'awiyah–Teladan Aplikatif Dakwah Rasulullah* (Solo: Bina Insani, 2006), h. 173-175.

khalayak tentang dirinya. Karena itu, kredibilitas dapat dibentuk atau dibangun. Berikut ini beberapa langkah untuk membangun kredibilitas:

- a. *Otoritas*. Hendaknya aktivis dakwah memiliki otoritas atau keahlian yang diakui. *Otoritas* terbentuk karena orang melihat latar belakang pendidikan dan pengalaman, setiap orang pasti memiliki otoritas untuk bidang yang sesuai dengan pendidikan dan pengalamannya.
- b. *Gilt by association*. Apabila seorang aktivis dakwah harus berbicara tentang suatu tema yang tidak sesuai dengan latar belakang pendidikan dan pegalamannya, maka ia bisa menunjukkan hubungan yang erat antara ia dengan orang yang ahli di bidang yang sedang dibicarakannya (*gilt by association*). Mengutip sumber-sumber yang memiliki otoritas, menyebutkan seminar, diskusi, daurah yang pernah diikutinya dan berkaitan erat dengan topik yang sedang dibicarakannya. Sebagai contoh, ketika berbicara tentang akhlak Islam, seorang aktivis dakwah bisa mengutip perkataan Al-Ghazali, Ibnul Qayyim dan lain-lain. Dengan cara seperti ini orang yang tidak memiliki otoritas pun akan dipandang memilikinya.
- c. *Good sense*. Seorang aktivis dakwah harus mampu membuat pendengar menyukai (*good sense*) dan akhirnya menerima gagasan yang dikemukakannya karena mereka menilai pemaparan itu sangat objektif. Citra objektif dapat dibangun dengan; menggunakan pendekatan rasional dan argumentasi yang logis menghindari penjulukan atau kata-kata yang kasar dan memokokkan menghindari sikap tidak jujur dalam menyajikan informasi, seperti menutup informasi yang sudah sangat dikenal khalayak tidak menggurui dan memakasakan kehendak, namun sebaliknya senantiasa menunjukkan penghargaan pada pendapat yang berbeda. Lebih penting dari itu semua ialah memperlakukan mereka sebagai manusia, dan bukan sebagai objek yang dimanipulasi.
- d. *Good character*. Menampilkan akhlak yang baik seperti kejujuran, integritas dan ketulusan (*good character*). Khalayak akan tertarik kepada tokoh-tokoh yang terkenal jujur, yang tidak mudah dibeli, yang telah berbuat banyak untuk masyarakat. Seorang aktivis dakwah tidak hanya menyampaikan apa yang diketuhinya, tetapi juga seluruh kepribadiannya, kebaikan akhlak dibangun melalui sejarah yang panjang, tidak ada resep yang baik untuk memperoleh karekater yang baik selain upaya untuk selalu meningkatkan kualitas diri.

e. *Good will*. Para audien akan tertarik kepada seseorang aktivis dakwah apabila mereka tahu bahwa sang aktivis berbicara untuk kepentingan dan kemaslahatan mereka; berjuang untuk kesejahteraan dan kebahagiaan mereka. Ia tidak sedang berbicara kepada mereka, tetapi berbicara bersama mereka, ia dapat membangun *good will* dengan mencari kesamaan antara dirinya dengan khalayak dalam perbuatan, sikap dan nilai.

f. *Dinamisme*. Adalah ekspresi fisik dari komitmen psikologis seorang aktivis dakwah terhadap topik yang sedang dibicarakan. Apabila ia memandang serius pembicaraannya, suara dan gerakannya juga kelihatan serius. Semangat mudah sekali menular sebagaimana kelesuan. Apabila seorang aktivis berbicara dengan penuh semangat, pendengar pun akan mendengarkan dengan semangat pula. Apabila ia lesu dan loyo, pendengar pun akan dilanda kebosanan.

Berdasarkan studi yang dilaksanakan oleh Hovland, Janis, dan Kelley, ada tiga faktor yang memengaruhi kredibilitas sebuah sumber, yaitu;

1. Keterpercayaan (*Trustworthiness*)

Berhubungan dengan bagaimana perasaan pendengar mengenai kredibilitas, kebijaksanaan, keadilan, objektivitas, integritas pribadi, serta tanggung jawab sosial penyedia informasi. Merupakan praktik umum untuk mendasarkan evaluasi pada tindakan historis narasumber serta prediksi mengenai tindakannya saat ini. Sederhananya, tindakan seseorang di masa lalu akan menentukan tingkat kepercayaannya. Anehnya, hal ini berkaitan dengan keandalan, yang sebagian ditentukan oleh seberapa konsisten seseorang. Ketika seorang mempertahankan sikap yang konstan, penonton mempercayai mereka. Ketika mereka mengubah sikap mereka, penonton kehilangan kepercayaan pada mereka.²⁴

2. Keahlian (*Expertise*)

Dalam komponen keahlian, penting guna menganalisa seberapa baik narasumber berkomunikasi internal lebih lagi external terhadap organisasi beda.²⁵

3. Daya Tarik (*Attractiveness*)

Baik penampilan luar maupun dalam diri narasumber tercakup dalam gagasan ini. Perhatikan bahwa karisma tidak sama dengan penampilan. Daya tarik tidak selalu menjadi prasyarat untuk karisma. Sebaliknya, karisma saja tidak cukup untuk

²⁴ Bobbitt, Randy dan Ruth Sullivan, *Developing Public Relations Campaign*, h. 43.

²⁵ Bobbitt, Randy dan Ruth Sullivan, *Developing Public Relations Campaign*, h. 44-45.

membangkitkan identifikasi psikologis dari orang lain jika nilai-nilai mereka pada dasarnya berbeda dengan nilai-nilai pribadi seseorang.²⁶

2. Metode Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis yang dipakai pada kali ini adalah pendekatan kuantitatif untuk mempelajari hubungan sebab akibat asosiatif. Salah satu contoh hubungan sebab akibat ialah metode asosiatif.²⁷ Situasi di mana satu variabel memengaruhi variabel lainnya dikenal sebagai contoh variabel independen serta variabel dependen. Mengacu Sugiono, penelitian kuantitatif berusaha meneliti pada populasi atau sampel tertentu dan berlandaskan pada positivisme. Dikarenakan data yang dikumpulkan berupa angka dan alat statistik yang dipergunakan untuk analisis data, maka metodologi ini dikenal sebagai penelitian kuantitatif.²⁸

Peneliti menerapkan metodologi survei dalam penelitian ini. Dengan maksud untuk membuat deskripsi yang tepat serta metodis mengenai fakta-fakta dan karakteristik populasi atau wilayah tertentu, teknik survei diterapkan dalam evaluasi. Guna mendapatkan data informasi mengenai populasi yang besar, peneliti kuantitatif menggunakan berbagai metodologi, termasuk survei. Secara konvensional, ukuran sampel yang dipakai lebih rendah. Ukuran sampel yang tinggi diperlukan untuk melaksanakan penelitian kuantitatif yang memanfaatkan metodologi seperti survei untuk mengatasi masalah-masalah di dunia nyata, di tingkat populasi. Dalam penelitian survei, orang diminta untuk mengisi kuesioner untuk mengumpulkan informasi.²⁹

b. Populasi dan Sampel

Populasi ialah keseluruhan gejala yang ingin diteliti.³⁰ Serta pada penelitian ini yang menjadi populasi ialah jemaah masjid Al Amal Bangkinang Kota itu sendiri. Dalam penelitian ini jumlah populasi adalah 50 orang.³¹

Peneliti dalam studi ini cenderung mengikuti pendapat Suharsimi Arikunto ketika menentukan sampel. Ketika populasi dibawah seratus, maka diambil semuanya. Namun,

²⁶ Bobbitt, Randy dan Ruth Sullivan, *Developing Public Relations Campaign*, h. 45.

²⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 37.

²⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 2nd ed. (Bandung: Alfabeta, 2022), h. 16-17.

²⁹ Karimuddin Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022), h. 10.

³⁰ Bambang Presetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), h. 199.

³¹ Jamil, "Ketua Devisi Dakwah Masjid Al Amal", *Wawancara Pribadi*, Bangkinag 12 Mei 2024.

apabila populasinya di atas seratus, tambahkan sepuluh persen dari jumlah tersebut.³² Maka dari ungkapan tersebut, sampel pada kali ini sebanyak 50 responden.

c. Teknik Analisis Data

Korelasi *Product Moment* dari Karl Person dipergunakan dalam menganalisa data. Data yang bersifat interval atau rasio serta dua atau lebih variabel yang mempunyai sumber yang sama dapat diidentifikasi dan diuji dengan memakai pendekatan ini. Dalam menghitung korelasi *Product Moment*, rumusnya ialah:³³

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

r = Koefisien korelasi person product moment

N = Jumlah responden

X = Nilai indeks variabel bebas

Y = Nilai indeks variabel terikat

Analisis data dengan rumus korelasi *Product Moment* dapat digunakan bila pada uji prasyarat (uji normalitas) datanya membentuk distribusi normal, tapi jika pada uji prasyarat jika datanya tidak berdistribusi maka peneliti menggunakan rumus korelasi *Spearman Rank* ³⁴yaitu:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum b_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Dimana:

ρ = Koefisien korelasi *Spearman Rank*

Selanjutnya, untuk mempermudah perhitungan, analisis dilanjutkan dengan menggunakan perangkat lunak *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 26.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Instrumen

Maksud dari pengujian validitas instrumen ialah guna memastikan tingkat ketepatan alat yang dipakai. Validitas isi (*content validity*) serta validitas konstruk (*construct validity*) ialah

³² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006),h.134.

³³ Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h. 339.

³⁴ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2021), 244.

alat yang dipergunakan selama pengembangan instrumen untuk memastikan instrumen yang valid. Konsistensi internal dicari selama implementasi, item pernyataan yang lemah dihapus, dan item kuesioner yang sangat baik dan memenuhi syarat diperoleh dengan meminta perhatian dari pembimbing.

Hal-hal berikut ini dipertimbangkan ketika kuesioner sedang dipersiapkan: (1) pertanyaan yang tidak jelas ataupun menimbulkan kecurigaan atau permusuhan; (2) istilah-istilah yang krusial atau menunjukkan pada diantara jawaban-jawaban atau responden; dan (3) kata-kata yang tidak jelas atau menimbulkan ketidak pastian ataupun kebingungan. Item-item yang telah melalui pengujian diperiksa dan dievaluasi oleh Person dengan memakai metode korelasi item-total yang dikoreksi, dengan ambang batas signifikansi 5% ($\alpha = 0,005$).

Hal ini juga memungkinkan agar memeriksa apakah item instrumen tersebut sah dengan membandingkan skor item dengan skor total. Bisa disimpulkan bahwa item instrumen tidak valid serta harus diganti atau dihilangkan jika nilai korelasinya kurang dari 0,361.

Tabel 1: Hasil Uji Validitas

Varibel	Pernyataan	r_hitung	R_tabel	Keterangan
Kredibilitas Dai (X)	Item_1	0.729	0.361	Valid
	Item_2	0.720	0.361	Valid
	Item_3	0.561	0.361	Valid
	Item_4	0.569	0.361	Valid
	Item_5	0.780	0.361	Valid
	Item_6	0.646	0.361	Valid
	Item_7	0.374	0.361	Valid
	Item_8	0.329	0.361	Tidak Valid
	Item_9	0.801	0.361	Valid
	Item_10	0.715	0.361	Valid
	Item_11	0.694	0.361	Valid
	Item_12	0.817	0.361	Valid
	Item_13	0.152	0.361	Tidak Valid
	Item_14	0.710	0.361	Valid
	Item_15	0.643	0.361	Valid
	Item_16	0.810	0.361	Valid
	Item_17	0.782	0.361	Valid
	Item_18	0.371	0.361	Valid
Pengetahuan Agama Islam Jemaah (Y)	Item_19	0.649	0.361	Valid
	Item_20	0.613	0.361	Valid
	Item_21	0.684	0.361	Valid
	Item_22	0.622	0.361	Valid
	Item_23	0.536	0.361	Valid
	Item_24	0.384	0.361	Valid
	Item_25	0.555	0.361	Valid
	Item_26	0.456	0.361	Valid

	Item_27	0.500	0.361	Valid
	Item_28	0.366	0.361	Valid
	Item_29	0.473	0.361	Valid
	Item_30	0.246	0.361	Tidak Valid
	Item_31	0.466	0.361	Valid
	Item_32	0.408	0.361	Valid
	Item_33	0.542	0.361	Valid
	Item_34	0.670	0.361	Valid
	Item_35	0.699	0.361	Valid
	Item_36	0.699	0.361	Valid
	Item_37	0.260	0.361	Tidak Valid
	Item_38	0.260	0.361	Tidak Valid
	Item_39	0.494	0.361	Valid

Sumber: *Output SPSS Ver.26*

Berdasarkan tabel 1, variable X (kredibilitas dai) pada kolom *Person Correlation* (*r* _hitung), 16 item dianggap valid sebab nilai *r* _hitung lebih besar dari 0,361, sedangkan 2 item dianggap tidak valid yaitu item_8 dan item_13, sebab nilai *r* _hitung lebih kecil dari 0,361.

Berikutnya, berdasarkan tabel 1, variable Y (pengetahuan agama Islam Jemaah) pada kolom *Person Correlation* (*r* _hitung), 18 item dengan nilai *r* _hitung lebih besar dari 0,361, dan 3 item dengan nilai *r* _hitung kurang dari 0,361 yang dianggap tidak valid, yaitu item_30, item_37, dan item_38.

Meskipun ada beberapa item instrumen yang tidak valid pada hasil uji validitasnya akan tetapi tidak menghilangkan keterwakilan indikator dalam butir instrumen sebab masih ada butir instrumen lainnya yang valid dan sudah mewakili indikator yang sama.

Uji Reliabilitas Instrumen

Kuesioner ialah alat ukur yang umum dipergunakan, serta pengujian reliabilitas ialah cara guna mengetahui seberapa konsisten alat ukur tersebut. Klaim ini didasarkan pada fakta bahwa alat pengukur akan secara konsisten memberikan hasil yang sama ketika diuji kembali.³⁵ Dalam penelitian, *Cronbach's Alpha* ialah metode pilihan guna mengukur skala Likert.

Peneliti secara khusus menguji ketergantungan item instrumen yang valid, peneliti tidak menyertakan item yang tidak valid dalam pengujian. Koefisien reliabilitasnya bernilai 0,931 ditentukan setelah 16 item diuji dengan memakai pendekatan Cronbach's alpha. Berikut ini ialah hasil pengujiannya:

³⁵ Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), h. 64.

Tabel 2: Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Batas Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kredibilitas Dai (X)	0.931	0.6	<i>Reliabel</i>
Pengetahuan Agama Islam Jemaah (Y)	0.887	0.6	<i>Reliabel</i>

Sumber: *Output SPSS Ver.26*

Reliabilitas instrumen dinilai dengan memakai batas 0,6. Jika nilai *Cronbach's Alpha* di bawah 0,6 maka dianggap kurang baik oleh Sekaran. Nilai *Cronbach's Alpha* antara 0,7 dan 0,8 dianggap baik.³⁶

Berdasarkan Tabel 2 Hasil uji reliabilitas, seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0.6 yang berarti setiap item dalam variabel-variabel tersebut menunjukkan konsistensi yang baik dan dapat dipercaya untuk digunakan dalam pengukuran. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian reliabel dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Hipotesis

Dari penjelasan setiap masing variabel kredibilitas dai dan pengetahuan agama Islam, step berikutnya ialah merancang hipotesis. Tabel di bawah ini merupakan kriteria untuk mengevaluasi kekuatan korelasi:

Tabel 3: Nilai koefisien Korelasi³⁷

Interval Krelasi	Tingkat Hubungan
0.000 – 0.199	Sangat Lemah
0.20 – 0.399	Lemah
0.40 – 0.599	Cukup
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 - 1.000	Sangat Kuat

Penelitian kali ini menggunakan kolerasi *sperman rank* dikarenakan tidak memenuhi uji prasyarat. Korelasi *sperman rank* ialah metode yang berguna menganalisis data antara variabel dengan skala ordinal, juga setiap data variabel tidak wajib membentuk distribusi normal.³⁸ Berikut hasil uji *sperman rank* yang diperoleh:

³⁶ *Ibid.*

³⁷ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2021), 231.

³⁸ Sugiyono, 244.

Tabel 4 : Spearman Rank

		Kredibilitas dai	Pengetahuan agama Islam jemaah masjid
Kredibilitas dai	Correlation Coefficient	1.000	,064
	Sig. (2-tailed)		,657
	N	50	50
Pengetahuan Agama Islam Jemaah Masjid	Correlation Coefficient	,064	1.000
	Sig. (2-tailed)	,657	
	N	50	50

Dari hasil output SPSS 26.0 bahwa ada korelasi antara variabel X (Kredibilitas Dai) dan variabel Y (Pengetahuan Agama Islam Jemaah Masjid) dengan hasil koefisien 0,064. Dari tabel nilai koefisien korelasi jika interval berada 0.000 – 0.199. Maka disimpulkan hubungan variabel yang dapat diambil sangat lemah.

Selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar kontribusi Kredibilitas Dai terhadap Pengetahuan Agama Islam Jemaah Masjid digunakan rumus $KD = r^2 \times 100\%$ dan pengujian ini menggunakan SPSS 26.0 dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 5: Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.144	.021	.000	6.891

Pada nilai tabel di atas, Maka, $r^2 \times 100\% = 0.021 \times 100\% = 2.1\%$. Dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (R kuadrat) sebesar 0.021 sehingga dapat disimpulkan bahwa sebesar 2.1% pengetahuan agama Islam jemaah dipengaruhi oleh Kredibilitas dai. Sedangkan sisanya 97.9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

Dalam penelitian ini faktor yang diteliti pengaruhnya terhadap Pengetahuan Agama Islam Jemaah Masjid Al Amal Bangkinang Kota adalah Pengaruh Kredibilitas Dai. Berdasarkan data hasil penelitian terhadap 50 orang responden jemaah masjid Al Amal, diketahui bahwa tingkat kredibilitas dai berada pada kategori sangat baik dengan perolehan persentase 89% dari hasil skor angket. Dan juga tingkat pengetahuan agama Islam jemaah berada dalam kategori sangat baik dengan persentase sebesar 86%.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara umum dai yang bertugas di masjid Al Amal memiliki kredibilitas yang tinggi di mata jemaah. Kredibilitas tersebut meliputi aspek keahlian,

keterpercayaan, serta daya tarik. Tingginya kredibilitas dai tersebut berdampak pada pengetahuan agama Islam jemaah meliputi bidang tauhid, fikih ibadah, dan fikih muamalah. Dari hasil uji kolerasi menggunakan *spearman rank* dijelaskan bahwa korelasi antara variabel X (Kredibilitas Dai) dengan variabel Y (Pengetahuan Agama Islam Jemaah Masjid) mendapatkan koefisien sebesar 0,064. Berdasarkan tabel nilai koefisien korelasi jika interval koefisien korelasi berada diantara 0.000 – 0.199. Maka hubungan antara variabel yang diteliti dapat dikatakan sangat lemah.

Uraian tersebut menunjukkan bahwa indikasi variabel kredibilitas dai memberikan pengaruh terhadap pengetahuan agama Islam jemaah. Jika kredibilitas dai ditingkatkan maka akan meningkatlah pengetahuan agama Islam jemaah, sebaliknya ketika kredibilitas dai menurun maka turunlah pengetahuan agama Islam jemaah.

Secara teoritis pengaruh kredibilitas dai terhadap pengetahuan agama Islam Jemaah Masjid Al Amal Bangkinang Kota yang ditemukan pada penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mutmainah Guntur dalam skripsi *Pengaruh kredibilitas Ustadz Rahmat Baequni terhadap minat para pemuda dalam mengikuti kajian Islam: studi deskriptif di Masjid Al-Lathiif Jalan Saninten 2 Bandung Jawa Barat*.³⁹ Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa kredibilitas seorang ustaz berpengaruh terhadap minat para pemuda dalam mengikuti kajian Islam yang dilakukn secara rutin di masjid Al-Lathiif jalan Saninten 2 Bandung Jawa Barat. Langkah-langkah penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini untuk memperoleh data yang diharapkan adalah dengan melakukan observasi terhadap objek penelitian, wawancara yang dilakukan terhadap responden dan angket yang disebarakan kepada para madu kalangan pemuda yang besarnya telah ditentukan yakni 30 sampel jemaah pemuda yang lalu diproses dengan rumus prosentase. Dari data-data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan angket, akhirnya peneliti dapat menafsirkan dan menyimpulkan bahwa Ustadz Rahmat Baequni sangat berkredibilitas di mata para jemaah pemuda Masjid Al-Lathiif dan kredibilitas beliau tersebut sangat mempengaruhi minat para pemuda dalam mengikuti kajian Islam yang berlangsung secara rutin di Masjid Al-Lathiif jalan Saninten 2 Bandung Jawa Barat. Oleh karena itu, dapat di interpretasikan bahwa semakin tinggi kredibilitas seorang dai maka akan semakin tinggi pula minat madu untuk mengikuti kegiatan kajian Islam, khususnya yang berada di Masjid Al-

³⁹ Guntur, Mutmainah. *Pengaruh kredibilitas Ustadz Rahmat Baequni terhadap minat para pemuda dalam mengikuti kajian Islam: studi deskriptif di Masjid Al-Lathiif Jalan Saninten 2 Bandung Jawa Barat*. Diss. UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2016.

Lathiif Jalan Saninten 2 Bandung Jawa Barat. Sehingga jika dikaitkan dengan teori S-C-T (*Source Credibility Theory*) relevan dalam penelitian ini.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan metodologis yang perlu dicatat. Pertama, penggunaan teknik total sampling dengan hanya 50 sampel di satu masjid (Masjid Al Amal Bangkinang Kota) membatasi kemampuan generalisasi temuan pada populasi Jemaah yang lebih luas. Kedua, desain penelitian yang bersifat *cross-sectional* (potongan waktu) hanya mampu mengukur hubungan dan pengaruh pada satu waktu tertentu, sehingga tidak dapat menjelaskan perubahan peningkatan pengetahuan secara longitudinal. Ketiga, instrumen penelitian ini fokus pada pengukuran persepsi Jemaah terhadap kredibilitas Da'i dan tingkat pengetahuan agama, namun belum menyentuh dimensi perilaku atau implementasi ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari Jemaah.

Penutup

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat dijelaskan bahwa Kredibilitas Dai berpengaruh terhadap Pengetahuan Agama Islam Jemaah Masjid Al Amal Bangkinang Kota. Hal ini dibuktikan dari uji korelasi Spearman Rank yang menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,064 yang artinya terdapat pengaruh yang sangat lemah. Kemudian melalui uji koefisien determinasi dapat dijelaskan bahwa kredibilitas dai mempengaruhi pengetahuan agama Islam jemaah masjid al-amal Bangkinang Kota sebesar 2.1%. Sedangkan 97.9% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

Pustaka Acuan

- Abdurrahman. *Pengantar dan Asas-Asas Hukum Perdata Islam*. Surabaya: Central Media, 1992.
- Abidin, Zaenal. *fikih Ibadah*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Ahmad, Muhammad Abdul Qodir. *Metedologi Pengajaran Islam*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008.
- Alawi, Ahmad. *Pengaruh Program Dakwah Bkm Masjid Istiqomah Dalam Meningkatkan Pengetahuan Agama Islam Masyarakat Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa* (Skripsi, STAI As-Sunnah, 2020).
- Ali, Muhammad Daud. *Pendidikan Agama Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 1998.
- Alim, Muhammad. *Pendidikan Agama Islam*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011.

- Al-Jaza'iri, Abu Bakar Jabir. *Minhajul Muslim* Madinah Al-Munawarah, 1964.
- Al-Jurjani. *Kitabu At-Ta'rifat*. Beirut: Dar Al-Kitab Al-Ilmiah, 1998.
- Al-Utsaimin, Muhammad Bin Shalih. *Al-akidah Wa Al-Adyan Wa Al-Ijtihad AlMu'aqiroh*. Riyadh: Al-Mamlakah Al-Arobiyah As-Syu'udiyah, 1420.
- Al-Utsaimin, Muhammad Bin Shalih. *Ulasan Tuntasan Tentang 3 Prinsip Pokok Siapa Rabbmu, Apa Agamamu, Siapa Nabimu terj. Zainal Abidin Syamsuddin, Ainul Haris Arifin*. Jakarta: Darul Haq, 2017.
- Al-Zuhaili, Wahbah. *Al-fiqhul Islam wa Adillatuhu*. Damaskus: Dar Al-Fikr, 2006.
- Amin, Mansyur. *Dakwah Islam Dan Pesan Moral*. Yogyakarta: Al-Amin Press 1997.
- Amin, Samsul Munir. (2013). *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah.
- Andrews, J. Craig., Shimp, Terence A. (2018). *Advertising, Promotion and other aspects of Integrated Marketing Communications*, Edisi: 10, United States of America: Cengage Learning.
- Ayub, Moh. E. *Manajemen Masjid*. Jakarta: Gema Insani Press, 1996.
- Bambang Presetyo dan Lina Jannah. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2012.
- Belch, George E., Belch, Michael A. (2018). *Advertising & Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*, Edisi: 11, United States of America: Mc Graw-Hill Education.
- Harahap, Sofyan Syafari. "*Manajemen Masjid: Suatu Pendekatan Teoritis dan Organisator*". Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa, 1993.
- Ilaahi, M. Munir dan Wahyu. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Ismail, Abu 'abdillah Muhammad Bin. *Sahih Bukhori*. Riyad: Darussalam, 2000.
- Ismail, Muhammad. *Pendidikan Agama Islam*. Bandung: PT Remaja Rosda karya, 2006.
- Isnain Ansory, Lc., MA. (2018). *wudu' Rasulullah SAW Menurut 4 Mazhab*. Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing
- Khallaf, Abdul Wahhab. *Ilm Ushul Al-Fiqh*. Jakarta: Al-Majlis Al-A'la Al-Indunisi, 1972.
- Kholil, Syukur. *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Medan: Perdan Publishing, 2016.
- Khozin. *Refleksi Keberagaman dari Kepekaan Teologis Menuju Kepekaan Sosial*. Malang: UMM Press, 2004.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*, Edisi: 15e, United States of America: Pearson Education.
- Marjoned, Ramlan. *Manajemen Masjid*. Jakarta: Gema Insani, 1996.

- Masduha, Abdurrahman. *Pengantar dan Azas-azas Hukum Islam (Fiqh Muamalah)*. Surabaya: Central Media, 1992.
- Masroni, Siti. *Pengaruh Pembelajaran fikih Ibadah Terhadap Kesempurnaan Gerakan salat Santri Pondok Pesantren Darul a'mal Metro*, (Skripsi, IAIN Metro, 2021).
- Moh. Muchtar Ilyas, *Jurnal Multikultural & Multireligius Vol. IX "Evaluasi Program Pemberian Dana Bantuan Tempat Ibadah: Kasus Renovasi Masjid Al-Hasan di Dusun Kunto Kecamatan Tembelang Jombang"*, (Harmoni, 2010).
- Mudasir. *Desain Pembelajaran*. Indragiri Hulu: STAI Nurul Falah, 2012.
- Munawwir, Ahmad Warson. *Kamus Arab Indonesia Terlengkap*. Surabaya: Pustaka Progresif, 1997.
- Mun'im A. Sirry, *Sejarah fikih Islam (Sebuah Pengantar)*. Surabaya: Risalah Gusti, 1995.
- Ridwan. *Metode Dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta, 2004.
- Rofiq, Ahmad. *Hukum Islam Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997.
- Roza, Ellya. *Sejarah Islam Riau*. Yoyakarta: Penerbit Aswaja Pressindo, 2017.
- Safei, Agus Ahmad. *Pengembangan Masyarakat Islam*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001.
- Sitompul, Azhar. *Dakwah Islam Dan Perubahan Sosial*. Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2009.
- Sofyan Siregar. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014.
- Sudjana, h. D. *Manajemen Program Pendidikan: Untuk Pendidikan Luar Sekolah dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Bandung: Falah Production, 2000.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2010.
- Sumpeno, Wahyudin. *Perpustakaan Masjid (Pembinaan dan Pengembangan)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1994.
- Syafe'i, Rachmat. *Fikih Muamalah Maliyah*. Bandung: Pustaka Setia, 2001.
- Uchjana, Onong. *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2013.
- West, Richard dan Lynn H. Turner, (2014). *Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, terj. Brian Marswendy. ed. 3. vol. 1. Jakarta: Salemba Humanika.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/12/06/001-penduduk-di-riau-beragama-lainnya> diakses pada tanggal 24 Juni 2024.
- <https://kemenag.go.id/opini/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-03w0yt> diakses pada tanggal 25 Juni 2024.