

**RESPON PENGUNJUNG TERHADAP DAYA TARIK
RELIGI MASJID AGUNG SULTAN THAF SINAR
BASARSYAH LUBUK PAKAM**

SKRIPSI

Oleh:

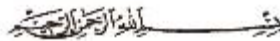
DELVI PUTRI IRAWANDA
NPM 1703110093

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2021**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI




Telah selesai bimbingan diberikan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh:

Nama : **DELVI PUTRI IRAWANDA**
NPM : 1703110093
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **RESPON PENGUNJUNG TERHADAP DAYA TARIK RELIGI MASJID AGUNG SULTAN THAF SINAR BASARSYAH LUBUK PAKAM**

Medan, 21 Oktober 2021

PEMBIMBING



AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.IKom

DISETUJUI OLEH

KETUA PROGRAM STUDI



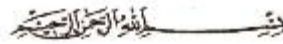
AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.IKom

DEKAN



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP

BERITA ACARA PENGESAHAN



Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : **DELVI PUTRI IRAWANDA**
NPM : 1703110093
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, Tanggal : Sabtu, 09 Oktober 2021
Waktu : 08.00 Wib s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., MAP**

PENGUJI II : **FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom**

PENGUJI III : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom**

PANITIA UJIAN

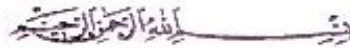
Ketua

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP

Sekretaris

Drs. Zulfahmi, M.I.Kom

PERNYATAAN



Dengan ini saya, DELVI PUTRI IRAWANDA, NPM 1703110093, menyatakan dengan sungguh sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dengan segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau mengambil karya ilmiah orang lain, adalah tindakan kejahatan yang dihukum oleh undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain atau plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis didalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi ini beserta nilai-nilai skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah diperoleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 21 Oktober 2021

Yang Menyatakan



DELVI PUTRI IRAWANDA
NPM. 1703110093

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur saya ucapkan atas Allah SWT dan juga junjungan besar Nabi Muhammad SAW atas berkat dan rahmatNya yang sangat besar peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.

Adapun judul daripada skripsi ini adalah “Respon Pengunjung Terhadap Daya Tarik Religi Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah Lubuk Pakam” penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk dapat memperoleh gelar sarjana di Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan. Peneliti sangat bersyukur atas penyelesaian skripsi ini dan banyak berterima kasih terutama kepada keluarga tercinta Ayahanda Irawan dan Ibunda Susilawaty yang telah membimbing saya dalam menyelesaikan perkuliahan selama ini. terima kasih banyak telah memberikan nasihat, dukungan moral, dukungan materil serta doa yang tiada hentinya kepada saya serta selalu memberikan semangat sehingga saya bisa menyelesaikan perkuliahan dan skripsi.

Pada kesempatan ini izinkan penulis ucapkan terima kasih kepada masing-masing yang telah membantu dan mendukung penulis hingga menyelesaikan penelitian ini.

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos, MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Bapak Drs. Zulfahmi, M.Ikom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang juga merupakan Dosen Pembimbing saya yang sudah banyak membimbing penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak dan Ibu para dosen FISIP UMSU khususnya dosen Ilmu Komunikasi yang sudah begitu banyak memberikan ilmu pengetahuan selama kuliah.
7. Kepada Biro Fisip UMSU dan para staffnya yang membantu saya dalam hal pemberitahuan informasi dan membantu kelengkapan berkas-berkas perkuliahan saya.
8. Kepada kepala Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah beserta staff dan jajarannya yang telah membantu riset penelitian skripsi saya.
9. Kepada dr. Iwan Dwi Jatmiko kekasih hati yang selalu bersedia saya reportkan dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini.
10. Kepada abang saya Muhammad Dede Ashetiyo dan adik saya Muhammad Wisnu Graha Winta yang selalu mendukung
11. Kepada sahabat susah senang saya Nabila, Ayu Dini Kurnia, S.Pd yang terus mendukung serta memberikan semangat untuk saya mengerjakan skripsi.

12. Teman Seperjuangan saya Adika, Dinda, Camelia, Anno, Winda, Wika, Kirana Aditya, Dhanny, Imam, yang selalu memberikan saya semangat.
13. Kepada teman-teman kelas IKO A Sore dan seluruh keluarga besar Ilmu Komunikasi 2017 FISIP UMSU.
14. Dan pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Medan, September 2021

Peneliti

Delvi Putri Irawanda

RESPON PENGUNJUNG TERHADAP DAYA TARIK RELIGI MASJID AGUNG SULTAN THAF SINAR BASARSYAH LUBUK PAKAM

DELVI PUTRI IRAWANDA

1703110093

ABSTRAK

Wisata adalah sebuah perjalanan, namun tidak semua perjalanan dapat dikatakan sebagai wisata dengan kata lain melakukan wisata berarti melakukan perjalanan tapi melakukan perjalanan belum tentu wisata. Salah satu daya tarik wisata yang cukup banyak dikembangkan adalah wisata religi atau keagamaan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya bangunan atau tempat bersejarah yang memiliki arti khusus bagi umat beragama. Salah satu contoh objek wisata religi yang ada di Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah yang berada di Lubuk Pakam. Objek wisata ini menawarkan konsep wisata melalui kemegahan bangunan dan unsur budaya lokal yang terdapat didalamnya. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Respon Pengunjung terhadap Daya Tarik Religi Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan melakukan penyebaran kuisioner terhadap 75 orang responden. Analisis data dilakukan melalui uji korelasi produk moment, Uji Signifikan, dan Uji Determinasi. Secara pengujian product moment, hasil penelitian menemukan bahwa nilai r hitung $>$ r tabel yaitu $0,57 > 0,1888$. Sedangkan secara uji signifikan, ditemukan bahwa nilai t hitung $>$ dari pada t tabel, yaitu $5,927 > 1,293$. Sementara secara uji Determinasi, ditemukan hasil sebesar 32,49% responden yang menyatakan bahwa daya tarik masjid berpengaruh terhadap minat pengunjung.

Kata Kunci : Wisata Religi, Respon Pengunjung, Daya Tarik, Masjid.

DAFTAR ISI

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	i
BERITA ACARA PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.5.2 Manfaat Praktis	4
1.5.3 Manfaat Akademis	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II URAIAN TEORITIS	6
2.1 Pengertian Respon	6
2.1.1 Macam-Macam Respon	6
2.2 Motivasi Pengunjung	7
2.3 Daya Tarik	8
2.4 Wisata Religi	9
2.5 Komunikasi Dakwah.....	9
2.5.1 Unsur-Unsur Komunikasi Dakwah.....	10
2.5.2 Fungsi Komunikasi Dakwah.....	10
2.6 Komunikasi Pariwisata	11
2.7 Pengertian Pariwisata.....	16
2.8 Jenis-Jenis Pariwisata	18

2.9 Bentuk-Bentuk Pariwisata.....	20
2.10 Pengertian Komunikasi	21
2.11 Fungsi Komunikasi	26
2.12 Teori AIDDA	28
2.13 Sejarah Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah.....	29
2.14 Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian	32
3.2 Kerangka Konsep	34
3.3 Definisi Konsep	34
3.3.1 Respon	34
3.3.2 Faktor yang mempengaruhi Respon	35
3.3.3 Wisata Religi.....	35
3.3.4 Komunikasi	35
3.3.5 Media	36
3.3.6 Fasilitas	36
3.4 Definisi Oprasional	37
3.5 Populasi dan Sampel	38
3.5.1 Populasi Penelitian.....	38
3.5.2 Sampel Penelitian	39
3.6 Teknik Pengumpulan Data	40
3.7 Teknik Analisis Data.....	41
3.7.1 Uji Korelasi Produk Moment.....	42
3.7.2 Uji Signifikan.....	42
3.7.3 Uji Determinasi.....	43
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian	43
3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Hasil Penelitian	44
4.1.1 Identitas Responden	44
4.1.2 Analisa Deskripsi Hasil Penelitian.....	47

4.1.3	Distribusi Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X	47
4.1.4	Distribusi Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Y	54
4.2	Analisis Hasil Penelitian	64
4.2.1	Uji Korelasi Produk Moment	64
4.2.2	Uji Signifikan	67
4.2.3	Uji Determinasi	68
4.3	Pembahasan.....	69
BAB V PENUTUP		71
5.1	Simpulan	71
5.2	Saran	72
DAFTAR PUSTAKA		73
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Kerangka Konsep	34
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 4.1	Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	44
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	45
Tabel 4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Divisi Pekerjaan.....	46
Tabel 4.5	Distribusi Variabel X: Respon Pengunjung terhadap Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah	47
Tabel 4.6	Mengetahui adanya Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya Lubuk Pakam.....	48
Tabel 4.7	Mengetahui bahwa Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya Lubuk Pakam selalu ramai pengunjung setiap harinya.....	49
Tabel 4.8	Mengetahui Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya merupakan Masjid termegah di Lubuk Pakam.....	49
Tabel 4.9	Mengetahui Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya Lubuk Pakam dari media sosial.....	50
Tabel 4.10	Tidak akan mengambil atau merusak fasilitas Masjid	51
Tabel 4.11	Ingin masyarakat yang berkunjung melaksanakan shalat jika waktunya tiba, tidak hanya beristirahat dan berfoto saja	51
Tabel 4.12	Kagum dengan kemegahan Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya Lubuk Pakam berbeda dengan Masjid lainnya	52
Tabel 4.13	Datang ke Masjid hanya untuk beribadah.....	52
Tabel 4.14	Datang ke Masjid hanya untuk mengabadikan momen keindahan Masjid.....	53
Tabel 4.15	Datang ke Masjid hanya untuk beristirahat.....	54
Tabel 4.16	Distribusi Variabel Y: Daya Tarik Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah	54
Tabel 4.17	Ruang tunggu yang disediakan pengelola Masjid memberikan kenyamanan bagi pengunjung	55
Tabel 4.18	Fasilitas ibadah yang disediakan pengelola Masjid memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk menunaikan ibadah Sholat...	56
Tabel 4.19	Keberadaan para pedagang di seputaran Masjid membuat pengunjung dapat lebih bertahan di lokasi masjid	56
Tabel 4.20	Air Mancur Masjid memberikan keindahan tersendiri	57
Tabel 4.21	Area parkir yang luas membuat pengunjung tidak kesulitan untuk berada di seputaran lokasi Masjid	57
Tabel 4.22	Kenyamanan terhadap penyimpanan Sandal/Sepatu pengunjung, memberikan rasa nyaman bagi pengunjung	58
Tabel 4.23	Pengelola Masjid berperilaku ramah dan sopan	59
Tabel 4.24	Kemegahan Masjid memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk mengabadikan atau medokumentasikan keberadaan dirinya di lokasi Masjid.....	59
Tabel 4.25	Tabulasi Hasil Data Variabel X (Respon Pengunjung)	60

Tabel 4.26 Tabulasi Hasil Data Variabel Y (Daya Tarik)	62
Tabel 4.27 Tabulasi Perhitungan Pearson Korelasi Produk Moment	64
Tabel 4.28 Interpretasi Koefesien Product Moment Menurut Guilford	67

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Wisata adalah sebuah perjalanan, namun tidak semua perjalanan dapat dikatakan sebagai wisata dengan kata lain melakukan wisata berarti melakukan perjalanan tapi melakukan perjalanan belum tentu wisata (Suyitno, 2006: 8). Pariwisata mempunyai beberapa ragam dan jenis yaitu wisata agro, wisata bahari, wisata minat khusus, wisata budaya serta wisata religi atau keagamaan. Seiring dengan perkembangan zaman, tuntutan para wisatawan akan semakin bervariasi sehingga dalam pengembangan potensi kepariwisataan perlu mengantisipasi perkembangan ini dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan manajemen yang lebih profesional serta terus mengembangkan potensi dari objek wisata yang dikelola.

Wisata keagamaan atau religi menurut Suryono (2004) dimaknai sebagai kegiatan wisata ke tempat yang memiliki makna khusus, biasanya berupa tempat yang memiliki makna khusus mulai dari masjid, makam maupun candi. Di Indonesia terdapat penganut agama Islam, Kristen, Katolik, Protestan, Hindu, Budha namun mayoritas penduduknya memeluk agama Islam. Sebagai agama yang mendominasi, tentunya perkembangan agama Islam di Indonesia menjadi lebih cepat dibandingkan agama lain. Kegiatan keagamaan yang membudaya, keindahan arsitektural bangunan tempat ibadah dan sejarah perkembangan Islam di Indonesia menjadi beberapa hal yang dapat berpotensi menjadi daya tarik wisata di berbagai daerah.

Indonesia memiliki banyak potensi kepariwisataan mulai dari keragaman budaya, keindahan alam, suku bangsa hingga perbedaan agama yang dianut oleh masyarakatnya. Dimana segala potensi tersebut dapat menjadi modal pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat Indonesia. Salah satu daya tarik wisata yang cukup banyak dikembangkan adalah wisata religi atau keagamaan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya bangunan atau tempat bersejarah yang memiliki arti khusus bagi umat beragama. Salah satu contoh objek wisata religi yang ada adalah Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah yang berada di Lubuk Pakam. Objek wisata ini menawarkan konsep wisata melalui kemegahan bangunan dan unsur budaya lokal yang terdapat didalamnya. Dengan memadukan unsur budaya dari 3 suku yang ada, yaitu Karo, Simalungun, dan Melayu yang menjelaskan tentang keberadaa suku tersebut sebagai bagian dari masyarakat yang pertama sekali bermukim di wilayah Lubuk Pakam Kabupaten Deli Serdang. Selain itu, masjid ini juga mempertahankan ornamen khas Timur Tengah yang merupakan bagian dari identitas Islam itu sendiri.

Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah adalah objek wisata religi yang berada di Jalan Kantor Bupati Deli Serdang, Kota Lubuk Pakam, Sumatera Utara bersebelahan dengan Komplek Perkantoran DPRD. Masjid Agung Al-Ikhlas Lubuk Pakam yang berdiri megah saat ini merupakan hasil renovasi dari bangunan masjid sebelumnya. Dimana Masjid Al-Ikhlas dulunya di kelola oleh Yayasan Amal Bakti Muslim Pancasila. Saat ini pasca renovasi yang dilakukan Pada tahun 2017, Adapun gedung utama diselesaikan tahun 2019. Sedangkan

taman dan air mancur rampung di tahun 2020. Masjid Agung Al-Ikhlas berada dibawah pengelolaan Pemerintah Kab. Deli Serdang.

Kemegahan Masjid Agung Al-Ikhlas yang berdiri saat ini, menjadi salah satu tempat yang banyak dikunjungi oleh masyarakat, bukan saja masyarakat yang berasal dari Lubuk Pakam saja, tetapi terdapat juga banyak pengunjung yang berasal dari luar Lubuk Pakam. Kehadiran masjid megah ini sendiri, menjadi sebuah daya tarik baru khususnya bagi masyarakat yang melintasi jalan nasional Medan-Lubuk Pakam.

Mengunjungi masjid ini saat malam hari akan lebih mempesona, wisatawan akan dimanjakan oleh atraksi air mancur yang disoroti lampu warna-warni. Pun area taman di bagian depan masjid menawarkan pesona tersendiri. Berdasarkan gambaran tersebut, peneliti melihat adanya daya tarik dari objek wisata masjid yang ada. Peneliti berkeinginan untuk menggali informasi tentang “Respon Pengunjung Terhadap Daya Tarik Religi Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah”

1.2. Pembatasan Masalah

Dalam Penelitian ini, seperti yang telah di kemukakan di dalam latar belakang masalah penulis membatasi objek kajian khususnya terhadap pengunjung yang hadir ke Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah. Pengunjung yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Pondok Bali, Kecamatan Lubuk Pakam, Kabupaten Deli Serdang.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka penulis merumuskan sebuah rumusan masalah terkait Bagaimana Respon Pengunjung Terhadap Daya Tarik Religi di Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah?.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Respon Pengunjung terhadap Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah.

1.5. Manfaat Penelitian

Dalam hasil penelitian memiliki tiga manfaat, yaitu manfaat teoritis, manfaat praktis dan manfaat akademis sebagai berikut;

1.5.1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari hasil penelitian tersebut diharapkan dapat menambah wawasan dan refrensi tentang Respon Pengunjung Terhadap Daya Tarik Religi Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah.

1.5.2. Manfaat Praktis

- a. Untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis mengenai respon masyarakat terhadap suatu aktivitas kegiatan.
- b. Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah poengalaman dalam melakukan penelitian dan sebagai acuan untuk mengembangkan

penelitian berikutnya terkait dengan Respon Pengunjung Terhadap Daya Tarik Religi Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah.

1.5.3. Manfaat Akademis

Bahan penelitian ini dapat dijadikan bahan kajian lebih lanjut untuk para peneliti lain maupun masyarakat umum, serta diharapkan dapat memberikan manfaat guna menambah ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan studi komunikasi wisata religi.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I (PENDAHULUAN) Bab ini membahas: Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian.

BAB II (URAIAN TEORITIS) Bab ini membahas tentang teori-teori yang digunakan peneliti dalam penelitiannya. Uraian teoritis tersebut berkisar seputar : Komunikasi, jenis pariwisata, daya tarik, wisat religi dan respon.

BAB III (METODE PENELITIAN) Bab ini membahas tentang Metodologi penelitian, Jenis Penelitian, Kerangka Konsep, Definisi Konsep, populasi dan sampel, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data serta Lokasi Dan Waktu Penelitian.

BAB IV (HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN) Bab ini membahas mengenai hasil penelitian dan pembahasan terkait dengan Respon Pengunjung terhadap Daya Tarik Religi Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah.

BAB V (PENUTUP) Bab terakhir ini berisikan simpulan dan saran

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Pengertian Respon

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia respon adalah tanggapan, reaksi, jawaban terhadap suatu gejala atau peristiwa yang terjadi. Respon akan muncul dari penerimaan pesan setelah sebelumnya ada kegiatan komunikasi penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan, respon dapat merupakan perilaku nyata atau ungkapan mengenai pemahaman perasaan yang akan muncul (KBBI). Menurut (Rakhmad, 2005:191) dalam istilah komunikasi, umpan balik (feedback) juga dapat diartikan sebagai respon. Respon adalah pesan yang dikirim kembali dari penerima ke sumber, memberitahu sumber tentang reaksi penerima dan memberikan landasan kepada sumber untuk menentukan perilaku selanjutnya. Dalam Kamus Lengkap Psikologi disebutkan bahwa response (respon) adalah sebarang proses otot atau kelenjar yang dimunculkan oleh suatu perangsang atau berarti satu jawaban, khususnya jawaban dari pertanyaan teks atau kuesioner atau bisa juga sebagai sebarang tingkah laku, baik yang jelas kelihatan atau yang lahiriah maupun yang tersembunyi atau yang samar (Chaplin, 2004:432).

2.1.1. Macam-Macam Respon

Respon hanya akan ada bila dalam bentuk perilaku lisan dan perilaku perbuatan lalu timbul tindakan yang menentukan apakah menerima atau menolak terhadap stimuli yang diberikan (Rakhmad, 2005:219). Respon dapat diklasifikasikan kedalam tiga kategori, yaitu:

- a. Area Pengetahuan (Respon Kognitif) Merupakan hasil persepsi dan pengetahuan seseorang tentang suatu objek dimana komponen kognitif ini timbul dengan adanya perubahan terhadap apa yang dipahami oleh khalayak, respon ini juga berkaitan dengan pengetahuan informasi seseorang mengenai suatu hal.
- b. Area Perasaan (Respon Afektif) Menjelaskan tentang perasaan dan reaksi emosional sebagai hasil evaluasi terhadap objek dimana komponen efektif ini berkaitan dengan emosi, jiwa, sikap dan perasaan seseorang terhadap sesuatu. Respon ini timbul apabila ada perubahan pada apa yang disenangi khalayak terhadap sesuatu.
- c. Area Tindakan (Respon Konatif) Respon ini berkaitan dengan perilaku nyata yang meliputi tindakan kegiatan atau kebiasaan berperilaku, menunjukkan kecenderungan bertindak dengan cara tertentu terhadap objek tertentu (Rakhmad, 2005:219).

2.2. Motivasi Pengunjung

Motivasi merupakan faktor yang mendasari seseorang dalam menentukan sikap dan perbuatan yang akan dilakukannya. Semakin tinggi motivasi seseorang semakin tinggi juga upaya yang dilakukan untuk mencapai apa yang menjadi keinginannya. Oleh karena itu motivasi pada dasarnya merupakan pendorong yang menggerakkan suatu individu dalam bertingkah laku dan berbuat untuk mencapai tujuan tertentu (Keliwar dan Nurcahyo, 2015). Dengan memahami motivasi, kita dapat mengetahui perilaku serta keinginan setiap individu. Hasil analisis motivasi pengunjung dilihat dari tujuan pengunjung datang, frekuensi kedatangan dan alasan berkunjung kembali. Motivasi dapat dikatakan sebagai

alasan pengunjung untuk berwisata mengunjungi daerah-daerah baru yang belum pernah dikunjunginya. Salah satu teori motivasi yang disebut dengan faktor pendorong dan penarik, teori ini menjelaskan mengenai motivasi pengunjung dilihat dari faktor-faktor penarik dan faktor-faktor pendorongnya. Menurut Keliwar dan Nurcahyo (2015) keputusan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh kondisi internal dan kondisi eksternal yang dimiliki orang tersebut. Kondisi internal terkait dengan keinginan dan kemauan rasa ingin tahu dan pengalaman yang muncul dari diri serta ditunjang oleh kemampuan biaya yang cukup. Sedangkan kondisi eksternal terkait dengan keberadaan daya tarik, fasilitas, pelayanan di destinasi wisata serta kemudahan dari dan ke destinasi wisata. Hal tersebut menjadi faktor yang memotivasi seseorang untuk memutuskan melakukan perjalanan wisata.

2.3. Daya Tarik

Berdasar kan Undang-undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009, dalam (Arjana,2016:7) daya tarik wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keaneka ragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sarana atau kunjungan wisatawan. Dalam konteks parawisata produk itu memiliki daya tarik yang dikelompokkan menjadi daya tarik natural, daya tarik budaya, dan daya tarik yang sengaja dibuat.

2.4. Wisata Religi

Wisata religi adalah salah satu jenis produk wisata yang berkaitan erat dengan sisi religious atau keagamaan yang dianut oleh umat manusia. Wisata religi dimaknai sebagai kegiatan wisata ketempat yang memiliki makna khusus bagi umat beragama, biasanya beberapa tempat ibadah yang memiliki kelebihan. Kelebihan ini misalnya dilihat dari sisi sejarah, adanya mitos dan legenda mengenai tempat tersebut ataupun keunikan dan keunggulan arsitektur bangunannya. (Chotib, 2015:412) Secara substansial wisata religi adalah perjalanan keagamaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan spiritual, agar jiwa yang kering kembali basah oleh hikmah-hikmah religi. Dengan demikian, objek wisata religi memiliki cakupan yang sangat luas, meliputi setiap tempat yang bisa menumbuhkan cita rasa religiusitas yang bersangkutan serta dapat memperkaya wawasan dan pengalaman keagamaan serta memperdalam rasa spiritual. (Chotib, 2015:414)

2.5. Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah dalam definisinya tidak jauh berbeda dengan komunikasi secara umumnya, namun komunikasi dakwah lebih mengajak atau menyeru dalam kebaikan. Menurut Wahyu Ilaihi (2010:14) menyatakan bahwa komunikasi dakwah sangat memperhatikan tatanan berkomunikasinya sehingga lebih lembut, komunikatif dan dapat mengatasi berbagai perbedaan kultur. Sekat-sekat keagamaan menjadi cair dan yang lebih ditonjolkan adalah nuansa kebeningan hati sehingga dapat menemukan jati diri dan nuansa kebersamaanya.

2.5.1. Unsur-Unsur Komunikasi Dakwah

Dalam perspektif komunikasi, aktivitas dakwah adalah kegiatan penyampaian ajaran agama, dan pesan-pesan informasional yang memerlukan kesamaan unsur-unsur yang perlu diperhatikan oleh para pelaku komunikator dakwah. Oleh karena itu, komunikasi dakwah dapat berlangsung bila terdapat unsur (komponen) yang mendukung proses komunikasi dakwah.

Dalam unsur komunikasi dakwah ada yang bersifat inti dan ada pula yang bersifat pendukung. Apa bila komponen dakwah inti tidak ada, komunikasi dakwah tidak berjalan. Berbeda halnya dengan unsur pendukung pada komunikasi dakwah apa bila unsur pendukung komunikasi tidak ada hanya akan mengurangi efektivitas dakwah, namun komunikasi dakwah tetap berjalan.

Adapun yang disebut unsur inti dalam komunikasi dakwah yaitu komunikator dakwah (Da'i); komunikasi dakwah (mad'u); pesan dakwah (materi dakwah); metode komunikasi dakwah. Sedangkan untuk mendukung pelaksanaan dakwah diperlukan komponen yang lain, seperti organisasi (intitusi); ekonomi, sosial, dan budaya; serta iklim yang menunjang, baik secara local, regional, nasional, maupun internasional.

2.5.2. Fungsi Komunikasi Dakwah

Fungsi umum komunikasi dakwah menurut Jalaluddin rahmat :

1. Memberitahuhkan (informasi) Komunikasi dakwah berfungsi untuk memberitahukan informasi/pengatuhan tentang ajaran islam, baik tentang akidah,fiqih, maupun akhlak.

2. Mempengaruhi (persuasif)

Komunikasi daakwah juga mempengaruhi umat agar mau menjalankan ajaran islam. Misalnya mengajak orang yang diluar agama islam agar mau mengikuti ajaran islam tanpa paksaan, mempengaruhi orang-orang yang sudah beragama islam tapi jauh dari islam, jarang melaksanakan sholat, minum-minuman keras dan lain-lain.

3. Menghibur (recreatif)

Komunikasi dakwah juga bisa berfungsi untuk menghibur, yakni dengan metode-metode dan media dakwah yang mampu memberikan selingan berupa humor, komunikasi dakwah tidak terkesan kaku, serius, dan sulit dicerna, dengan nuasa humor akhirnya komunikasi dakwah lebih menarik, menyenangkan dan mudah dicerna, namun tidak menghilangkan isi dakwahnya.

2.6. Komunikasi Pariwisata

Peran komunikasi sangat penting di dalam bidang pariwisata, baik pada aspek komponen maupun elemen-elemen pariwisata. Peran penting komunikasi bukan saja pada komponen pemasaran pariwisata namun pada semua komponen dan elemen pariwisata memerlukan peran komunikasi, baik komunikasi personal, komunikasi massa, komunikasi persuasif, serta komunikasi lainnya. Dunia

pariwisata sebagai kompleks produk, memerlukan komunikasi untuk mengkomunikasikan pemasaran pariwisata, mengkomunikasikan destinasi, dan sumber daya kepada wisatawan dan seluruh stakeholder pariwisata termasuk membentuk kelembagaan pariwisata (Bungin, 2015: 86 dan 88).

Komunikasi pariwisata juga dijadikan sebagai disiplin ilmu. Sebagai disiplin ilmu, komunikasi telah berperan begitu pesat, terutama di Indonesia. Setelah reformasi, kajian-kajian komunikasi tumbuh subur dan berkembang secara multilinear membangun disiplin-disiplin ilmu baru yang memperkaya khazanah disiplin ilmu komunikasi (Bungin, 2015:92).

Adapun bidang kajian dari Komunikasi Pariwisata yang dituliskan Burhan Bungin dalam bukunya “Komunikasi Pariwisata” sebagai berikut.

a. Komunikasi Pemasaran Pariwisata

Bidang komunikasi pemasaran pariwisata (*touris communication marketing*) atau disingkat (TCM). Bidang TCM mengkaji secara keseluruhan dalam konteks komunikasi pemasaran. Bidang kajian ini menjelaskan 4P, 7P, *Communication Mix, Marketing Mix*, dan hal ihwal tentang TCM. Bidang ini adalah bidang yang secara utuh membicarakan TCM dalam koonteks teoretis dan praktis yang lengkap, namun tidak spesifik dalam konteks-konteks spesialis.

b. Brand Destinasi

Brand destinasi adalah kajian tentang brand destinasi dalam konteks brand produk destinasi, di mana brand destinasi adalah media dan pesan itu sendiri di dalam konteks dan proses komunikasi pemasaran secara umum dan

khususnya di dalam konteks pemasaran pariwisata. Selain dikaji brand sebagai media dan sebagai pesan itu sendiri, dikaji pula bagaimana konstruksi sosial brand destinasi,sebagaimana hubungan brand dengan produk destinasi, brand dengan aksesibilitas, dengan pemasaran pariwisata, brand dengan SDM dan kelembagaan pariwisata. Juga dikaji brand induk pariwisata, sub-brand dan brand induk baru. Semua sifat dan jenis brand dikaji di sini,termasuk *city brand*, *state brand*, dan *nation brand*. Begitu pula *publisitas brand* dan *branding* juga menjadi kajian-kajian penting diperbincangan ini.

c. Manajemen Komunikasi Pariwisata

Di dalam kajian ini, prinsip-prinsip manajemen komunikasi menjadi ulasan-ulasan penting yang dilakukan dan diterapkan di bidang komunikasi pariwisata. Kajian ini mengulas mengenai bagaimana manajemen diterapkan di bidang komunikasi pariwisata,yaitu bagaimana memenejemen pemasaran pariwisata, memenejemen destinasi, memenejemen asesibilitas dan memenej SDM serta kelembagaan pariwisata. Bagaimana peran pimpinan dan leadership, bagaimana mengatur orang-orang, mengatur anggaran dan mengatur alat-alat dan mesin komunikasi pariwisata. Terpenting pula di sini bagaimana mengatur berbagai macam saluran saluran media komunikasi yang digunakan di dalam komunikasi pariwisata.

d. Komunikasi Transportasi Pariwisata

Masyarakat pariwisata (*tourism community*) memerlukan informasi tentang aksesibilitas ke destinasi pariwisata. Karena itu salah satu yang terpenting adalah informasi transportasi ketika akan bepergian ke destinasi pariwisata.

Hal ini sangat penting dan mengambil hampir separuh perhatian mereka akan berwisata. Karena itu, perhatian khusus di bidang ini sangat penting. Kajian komunikasi pariwisata ini menyangkut media atau saluran-saluran komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan informasi transportasi pariwisata, dampak informasi terhadap masyarakat pariwisata, umpan balik yang diharapkan. Kajian ini juga menyangkut tentang alat dan jenis transportasi, anggaran yang diperlukan, masalah keamanan dan keselamatan transportasi, transportasi alternatif, dan koneksitas dengan akomodasi perhotelan, *motel*, *guest house*, dan sebagainya apabila ada keadaan *emergency* di jalan. Mengenai anggaran yang diperlukan dan pilihan yang harus dibuat sehingga menghindari pengeluaran yang tidak perlu. Prinsip utama di dalam transportasi komunikasi ini adalah keamanan, kenyamanan, keterjangkauan, komunikasi alternatif seperti *word of mouth* (dari mulut ke mulut) dan media sosial serta media literasi lainnya.

e. Komunikasi Visual Pariwisata

Bidang komunikasi visual pariwisata adalah bidang desain grafis yang sangat menantang di bidang industri pariwisata. Karena bidang ini akan selalu berkembang di masa depan di mana kajiannya diarahkan kepada komunikasi entrepreneurship, kreativitas, seni, dan kebebasan berkreasi. Komunikasi visual pariwisata mengambil sisi kajian konseptual konten komunikasi yang diterapkan pada industri kreatif yang menghasilkan souvenir, cenderamata, oleh-oleh yang memiliki ikon local tourism yang berkesan dan menjadi brand pariwisata. Kajian juga menyangkut pendekatan sistem komunikasi pariwisata

dengan destinasi, venue, transportasi, hotel, dan stakeholder pariwisata. Pembentukan jaringan komunikasi bisnis dengan pihak-pihak lain yang potensial seperti bank, pasar, dan tokoh masyarakat juga harus dikaji di bidang ini.

f. Komunikasi Kelompok Pariwisata

Bidang komunikasi kelompok pariwisata menyangkut kemampuan pribadi pelaku pariwisata baik pemilik destinasi, penguasa venue atau bahkan kemampuan pribadi pramuwisata dan pandu wisata. Bisnis pariwisata bukan bisnis personal, namun bisnis yang dijalankan secara berkelompok sehingga keterampilan komunikasi kelompok menjadi penting. Hal-hal lain yang penting pula dalam kajian ini seperti penyelenggaraan *event*, dinamika kelompok, kemampuan bertutur, penguasaan sejarah destinasi, dan venue wisata.

g. Komunikasi Online Pariwisata

Media online menjadi kajian tersendiri di dalam komunikasi pariwisata, karena itu media online tidak saja dapat digunakan untuk berbagai kepentingan di dalam dunia pariwisata. Ada lima kemampuan media online saat ini, yaitu kemampuan menyimpan (*upload*) informasi, kemampuan mengolah informasi, kemampuan mengeluarkan informasi (*download*), menyebarkan komunikasi dan kemampuan mengkonstruksi citra informasi. Jadi kelima-lima kemampuan media *online* ini dikaji di dalam penerapannya di dalam komunikasi pariwisata.

h. *Public Relations* dan MICE

Bidang *Public Relations* dan MICE ini adalah bidang yang sangat menarik dalam komunikasi pariwisata, karena bidang ini menjadi salah satu pintu masuk pariwisata ke destinasi. Karena itu peran PR sangat diperluka untuk mengatur semua program MICE, mulai dari merencanakan dan merumuskan program MICE, masalah *funding explore, sponsorship*, pemasaran MICE, akomodasi MICE sampai dengan pelaksanaan (*implementasi MICE*), evaluasi dan perencanaan *event* MICE berikut menjadi kajian panjang di dalam komunikasi pariwisata.

i. Riset Komunikasi Pariwisata.

Salah satu ujung tombak pengembangan kajian adalah riset, karena itu komunikasi pariwisata juga menaruh harapan yang tinggi kepada riset ini. Riset komunikasi pariwisata dapat mengambil objek-objek riset pada bidang-bidang kajian komunikasi pariwisata.

2.7. Pengertian Pariwisata

Menurut E Guyer Freuler pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan. Rekreasi atau liburan ditujukan dengan adanya perjalanan yang singkat dan sementara dari orang-orang menuju daerah tujuan wisata diluar tempat kebiasaan mereka hidup dan bekerja diluar kegiatan mereka. Sedangkan dalam undang-undang Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan Bab I Pasal I adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah

dan pemerintah daerah. (Rohman dan Fauzi, 2016:117) Istilah pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perjalanan wisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memahami hasrat ingin mengetahui sesuatu. Dapat juga karena kepentingan yang berhubungan dengan kegiatan olah raga untuk kesehatan, konvensi, keagamaan, dan keperluan usaha lainnya (Suwanto, 2004: 3-4).

Pariwisata merupakan kegiatan yang dapat dipahami dari banyak pendekatan dalam undang-undang RI Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata dijelaskan bahwa:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya Tarik wisata yang dikunjungi, dalam jangka waktu sementara.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah.
4. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan

masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.

5. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan penyelenggaraan pariwisata.
6. Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan pariwisata.
7. Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan.

2.8. Jenis-jenis Pariwisata

Jenis-jenis pariwisata menurut James J Spillane kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

a. Pariwisata Untuk Menikmati Perjalanan (*Pleasure Tourism*)

Bentuk pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang menimbulkan tempat tinggalnya untuk berlibur, untuk mencari udara segar yang baru, untuk memenuhi kehendak ingin tahunya, untuk mengendorkan ketegangan sarafnya, untuk melihat sesuatu yang baru, untuk menikmati, keindahan alam, untuk mengetahui hikayat rakyat setempat, untuk mendapatkan ketenangan dan kedamaian di daerah luar kota, atau bahkan sebaliknya untuk menikmati hiburan di kota-kota besar ataupun untuk ikut serta dalam keramaian pusat-pusat wisatawan.

b. Pariwisata Untuk Rekreasi (*Recreation Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari liburnya untuk beristirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohaninya, yang ingin menyegarkan keletihan dan kelelahannya. Biasanya, mereka tinggal selama mungkin ditempat-tempat yang dianggapnya benar-benar menjamin tujuan-tujuan rekreasi tersebut (misalnya tepi pantai, di pegunungan, di pusat-pusat peristirahatan atau pusat-pusat kesehatan) dengan tujuan menemukan kenikmatan yang diperlukan. Dengan kata lain mereka lebih menyukai *health resorts*. Termasuk dalam katagori ini ialah mereka yang karena alasan kesehatan dan kesembuhan harus tinggal di tempat-tempat yang khusus untuk memulihkan kesehatan, seperti di daerah sumber-sumber air panas dan lain-lain.

c. Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*).

Jenis ini ditandai oleh adanya rangkaian motivasi, seperti keinginan belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat istiadat, kelembagaan, dan cara hidup rakyat negara lain, untuk mengunjungi monumen bersejarah, peninggalan peradapan masa lalu atau sebaliknya penemuan-penemuan besar masa kini, pusat-pusat kesenian, pusat-pusat keagamaan, atau juga untuk ikut serta dalam festival-festival seni musik teater, tarian rakyat dan lain-lain.

2.9. Bentuk-Bentuk Pariwisata

Pariwisata dapat dipelajari tidak hanya dari segi motivasi dan tujuan perjalanannya saja, tetapi juga bisa dilihat dari kriteria lain misalnya bentuk bentuk perjalanan wisata yang dilakukan, lamanya perjalanan wisata tersebut.

a. Pariwisata individu dan kolektif

Baik pariwisata dalam negeri maupun luar negeri dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu:

1). *Individual tourism* atau pariwisata perorangan.

Kategori pertama meliputi seseorang atau kelompok orang (teman-teman atau keluarga) yang mengadakan perjalanan wisata dengan melakukan sendiri pilihan daerah tujuan wisata maupun pembuatan programnya sehingga bebas pula mengadakan perubahan-perubahan setiap waktu dikehendaki. Seseorang maupun kelompok orang tersebut melakukan sendiri semua persiapan dalam rangka mendapatkan perlengkapan serta jasa-jasa yang diperlukan.

2). *Organized collective tourism*, atau pariwisata kolektif yang di organisasi secara baik. Kategori kedua meliputi sebuah biro perjalanan (*travel agent* atau *tour operator*) yang menjual suatu perjalanan menurut program dan jadwal waktu yang telah ditentukan terlebih dahulu untuk keseluruhan anggota kelompok yang dimaksudkan di atas. Biro perjalanan ini menawarkan kepada siapa saja yang berniat dengan keharusan membayar sejumlah uang yang telah ditentukan pula untuk ketentuan seluruh perjalanan tersebut.

b. Pariwisata Jangka Panjang, Pariwisata Jangka Pendek, dan Pariwisata Ekskursi Pariwisata jangka pendek atau *short term tourism* mencakup perjalanan yang berlangsung antara satu minggu sampai sepuluh hari. Secara sosiologis, hal tersebut adalah bentuk perjalanan yang hanya dapat dilakukan oleh mereka yang tidak dapat mengambil liburan panjang. Pariwisata aekskursi atau *excursionst tourism* adalah suatu perjalanan wisata yang tidak lebih dari 24 jam dan tidak menggunakan fasilitas akomodasi. Bentuk ini sangat menyolok bagi daerah-daerah perbatasan.

c. Pariwisata Aktif dan Pasif

Untuk mempelajari pariwisata internasional dan pengaruhnya terhadap neraca pembayaran. Kedatangan wisatawan asing yang membawa devisa unuk suatu negara merupakan bentuk pariwisata yang sering disebut *active tourism (receptive tourism)*. Sedangkan penduduk suatu negara yang pergi ke luar negeri dan membawa uang ke luar negeri dan yang mempunyai pengaruh negatif terhadap neraca pembayaran merupakan *passive tourism*.

2.10. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi dalam bahasa inggris *communication* berasal dari kata lain *communication* dan bernarasumber dari kata *communis* yang bearti sama-sama, disini maksudnya adalah sama makna. Suatu percakapan dapat dikatakan komunikatif apabila komunikan dan komunikator saling mengerti bahasa dan makna bahan percakapan. Komunikasi harus informative juga persuasif, dengan kata lain, komunikasi tidak hanya bertujuan agar orang lain sebatas

mengerti dan mengetahui, tapi juga agar orang lain menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan sesuatu kegiatan, dan lain-lain. Setelah menyadari pentingnya komunikasi bagi kehidupan sosial, budaya, pendidikan, dan politik. Maka komunikasi yang pada awalnya merupakan pengetahuan kini menjadi ilmu. Seperti ilmu-ilmu lainnya, ilmu komunikasi pun menyelidiki gejala-gejala komunikasi secara *ontologis* (pengertian), *aksiologis* (proses), dan *epistemologis* (tujuan). Pada hakikatnya, proses komunikasi adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Komunikasi akan berhasil apabila pikiran disampaikan dengan perasaan yang disadari (Effendy,2011:54).

Komunikasi secara terminologis merujuk pada adanya proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Jadi dalam pengertian ini, yang terliibat dalam komunikasi adalah manusia. Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari dirumah tangga, ditempat pekerjaan, pasar, dalam masyarakat atau dimana saja masyarakat berada. Tidak aka nada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi.

Pentingnya komunikasi bagi manusia menurut Halord Laswell adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut : *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Atau Siapa Yang Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana? Tidaklah dapat dipungkiri. Dengan adanya komunikasi yang baik suatu hubungan dapat

berjalan lancar dan berhasil, begitu juga sebaliknya, kurangnya atau tidak adanya komunikasi dalam satu hubungan dapat menjadi berantakan (Mulyana, 2010:211)

Menurut Budi dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi (2010:9-10), menjelaskan komunikasi sebagai berikut:

- a. Komunikasi merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan (ada tahapannya) serta berkaitan satu sama lainnya dalam kurun waktu tertentu.
- b. Komunikasi adalah suatu upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan. Komunikasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara sadar, disengaja serta sesuai dengan tujuan atau keinginan dari pelakunya.
- c. Komunikasi menuntut adanya partisipasi dan kerjasama dari para pelaku yang terlibat. Kegiatan komunikasi akan berlangsung baik apabila pihak-pihak yang berkomunikasi (dua orang atau lebih) sama-sama ikut terlibat dan sama-sama mempunyai perhatian yang sama terhadap topic pesan yang disampaikan.
- d. Komunikasi bersifat simbolis. Komunikasi pada dasarnya merupakan tindakan yang dilakukan dengan menggunakan lambang-lambang. Lambang yang paling umum digunakan dalam komunikasi antar manusia adalah bahasa verbal dalam bentuk kata-kata, kalimat, angka-angka atau tanda lainnya.

- e. Komunikasi bersifat transaksional. Komunikasi pada dasarnya menuntut dua tindakan yaitu memberi dan menerima, dua tindakan tersebut tentunya perlu dilakukan secara seimbang dan parsional.
- f. Komunikasi menembus faktor ruang dan waktu, maksudnya ialah bahwa para peserta atau pelaku yang terlibat dalam komunikasi tidak harus hadir pada waktu serta tempat yang sama. Dengan adanya berbagai produk teknologi komunikasi seperti telepon, internet dan lainnya, faktor ruang dan waktu tidak lagi menjadi masalah dalam berkomunikasi.

Menurut Denis McQuail dalam Budi (2010:10-11) proses komunikasi dalam masyarakat berlangsung dalam 6 tingkatan yaitu sebagai berikut:

- a. Komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*) yaitu proses pengolahan informasi melalui pancaindera dan sistem syaraf. Contoh: berpikir, merenung, menggambar, menulis, dan lainnya.
- b. Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) ialah kegiatan komunikasi yang dilakukan secara langsung antara seseorang dengan orang lainnya misalnya percakapan tatap muka, korespondensi, percakapan melalui telepon, dan sebagainya.
- c. Komunikasi dalam kelompok (*group communication*) yakni kegiatan komunikasi yang berlangsung diantara suatu kelompok. Pada tingkatan ini, setiap individu yang terlibat masing-masing berkomunikasi sesuai dengan peran dan kedudukannya dalam kelompok. Pesan atau informasi yang disampaikan juga menyangkut kepentingan seluruh anggota

kelompok, bukan bersifat pribadi misalnya perbincangan antara ayah, ibu dan anak dalam keluarga, diskusi guru dan murid di kelas, dan sebagainya.

- d. Komunikasi antar kelompok/asosiasi. Yakni kegiatan komunikasi yang berlangsung antara suatu kelompok dengan kelompok lainnya. Jumlah pelaku yang terlibat boleh jadi hanya dua atau beberapa orang, tetapi masing-masing membawa peran dan kedudukan sebagai wakil dari kelompok/asosiasinya masing-masing.
- e. Komunikasi organisasi. Hal ini mencakup kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi dan komunikasi antar organisasi. Bedanya dengan komunikasi kelompok adalah sifat organisasi lebih formal dan lebih mengutamakan prinsip-prinsip efisiensi dalam melakukan kegiatan komunikasinya.
- f. Komunikasi dengan masyarakat secara luas. Pada tingkatan ini kegiatan komunikasi ditujukan kepada masyarakat luas. Bentuk kegiatan komunikasinya dapat dilakukan melalui dua cara yaitu komunikasi melalui media massa seperti radio, surat kabar, dan televisi serta komunikasi langsung tanpa melalui media massa misalnya ceramah, atau pidato di lapangan terbuka.

Unsur-unsur dalam proses komunikasi ialah sebagai berikut:

- a. Sender, merupakan komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.

- b. Encoding, merupakan penyandian, yakni proses pengalihan pikiran kedalam bentuk lambing.
- c. Message, pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
- d. Media, ialah saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
- e. Decoding, Pengawasandian yaitu proses dimana komunikasi menetapkan makna pada lambing yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
- f. Receiver, Komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
- g. Response, tanggapan ialah seperangkat reaksi kepada komunikan setelah diterpa pesan.
- h. Feedback, umpan balik yaitu tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.
- i. Noise, gangguan yang tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya. (Effendy, 2011:18)

2.11. Fungsi Komunikasi

Thomas M. Scheidel mengemukakan bahwa kita berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas diri untuk membangun kontak sosial dengan orang di sekitar kita dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir, atau berperilaku seperti yang kita inginkan. Namun menurut scheidel,

tujuan dasar kita berkomunikasi adalah untuk mengendalikan lingkungan fisik dan psikologis kita dengan penyampaian yang menyesuaikan fakta yang terjadi (Mulyana, 2010:4).

Berikut ini kita akan membahas 4 fungsi komunikasi berdasarkan kerangka yang dikemukakan William I. Gordon (Mulyana, 2010:7). Fungsi suatu peristiwa komunikasi (*communication event*) tampaknya tidak sama sekali independen, melainkan juga berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya meskipun terdapat suatu fungsi yang dominan.

a. Fungsi Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari ketegangan dan tekanan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain.

b. Fungsi Komunikasi Ekspresif

Komunikasi erat kaitannya dengan fungsi komunikasi sosial yang dapat dilakukan baik sendiri ataupun dalam kelompok. Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut dikomunikasikan terutama melalui pesan-pesan nonverbal.

c. Fungsi Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual biasanya dilakukan secara kolektif. Komunikasi ritual juga bersifat ekspresif, menyatakan perasaan terdalam seseorang. Ritual merupakan peristiwa, misalnya mencium tangan kedua orang tua kita ketika hendak bepergian. Atau bahkan acara-acara besar seperti lamaran, perayaan Idul Fitri, dan pernikahan.

d. Fungsi Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum. Menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur. Komunikasi yang berfungsi menerangkan atau memberitahukan (*to inform*) mengandung muatan persuasi dalam arti bahwa fakta atau informasi yang disampaikan adalah kebenaran.

2.12. Teori AIDDA

Teori AIDDA atau juga sering disebut A-A Procedure (From attention to action procedure), merupakan teori yang dikemukakan oleh Wilbur Schramm. AIDDA adalah akronim dari kata-kata Attention (perhatian), Interest (minat), Desire (hasrat), Decision (keputusan), Action (tindakan/kegiatan). Adapun keterangan dari elemen-elemen tersebut adalah (Effendy, 2007:305).

- a. Perhatian (Attention): keinginan seseorang untuk mencari dan melihat sesuatu.

- b. Ketertarikan (Interest): perasaan ingin mengetahui tentang suatu hal yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen.
- c. Keinginan (Desire): kemauan yang timbul dari hati tentang sesuatu yang menarik perhatian.
- d. Keputusan (Decision): kepercayaan untuk melakukan sesuatu hal.
- e. Tindakan (Action): suatu keinginan untuk merealisasikan keyakinan dan ketertarikan terhadap sesuatu.

2.13. Sejarah Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah

Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah adalah objek wisata religi yang berada di Jalan Kantor Bupati Deli Serdang, Kota Lubuk Pakam, Sumatera Utara bersebelahan dengan Komplek Perkantoran DPRD. Masjid Agung Al-Ikhlas Lubuk Pakam yang berdiri megah saat ini merupakan hasil renovasi dari bangunan masjid sebelumnya. Dimana Masjid Al-Ikhlas dulunya di kelola oleh Yayasan Amal Bakti Muslim Pancasila. Saat ini pasca renovasi yang dilakukan Pada tahun 2017, Adapun gedung utama diselesaikan tahun 2019. Sedangkan taman dan air mancur rampung di tahun 2020. Masjid Agung Al-Ikhlas berada dibawah pengelolaan Pemerintah Kab. Deli Serdang.

Konstruksi bangunan masjid di kota Lubuk Pakam yang dibangun di atas lahan seluas 1.8 hektar ini menciptakan estetika tersendiri. Arsitektur masjid yang mampu menampung 1.800 orang tersebut tidak hanya menarik dari segi ornamen dan konstruksi bangunan. Sarana taman dan air mancurnya turut memberikan pemandangan baru yang menakjubkan Kalau dilihat dari arah barat, 4 struktur

bangunan utama meliputi kubah dan 3 tiang yang ada di sini akan menampilkan lafadz Allah yang menarik secara visual.

Kecantikan Masjid Agung lainnya muncul lewat susunan model gerbang yang dibangun. Berjumlah 3 buah dengan ukuran berbeda, semakin dekat ke arah pintu masuk masjid, maka ketinggian gerbang atau tiang tersebut dibuat berjenjang. Air terjun dan lampu warna-warni bisa ditemukan di masjid lubuk pakam, terdapat beberapa pintu masuk yang merupakan akses ke dalam masjid masing-masing dibuat berukuran besar, terbuat dari kayu jati berkualitas, dilapisi kuningan dan di hias dengan tulisan kaligrafi berlafazkan islam.

Platform di area depan dilengkapi mimbar kutbah yang juga dirancang dari ukiran kayu jati. Sebagai fokus utama, di sebelah kiri dan kanan mimbar didirikan dinding berukir kaligrafi dan diberi cat hijau toska. Posisi dinding tersebut dibuat mengapit mimbar. Secara keseluruhan, kompleks Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah terbagi ke dalam beberapa zonasi, meliputi zona utama yakni ruangan sholat dan mihrab. Sedangkan zona semi privat mencakup serambi dan teras. Untuk zona servis, tersedia tempat wudhu dan rest room yg terbuat terpisah.

2.14. Hipotesis

Menurut Kartini (dalam Sugiyono, 2016:21) hipotesis merupakan suatu jawaban sementara tentang suatu penelitian yang kebenarannya akan dibuktikan dengan jalan r penelitian (research). Dalam penelitian ini penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

1. H_0 : Tidak Terdapat Pengaruh Daya Tarik Religi Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah Terhadap Minat Pengunjung.
2. H_a : Terdapat Pengaruh Daya Tarik Religi Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah Terhadap Minat Pengunjung.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Cohen & Manion (dalam Duli, 2019:03), penelitian kuantitatif merupakan penelitian sosial yang menggunakan metode-metode dan pertanyaan-pertanyaan secara empiris. Pertanyaan empiris disini merupakan pertanyaan yang diajukan terkait dengan kasus yang sedang diteliti. Penelitian kuantitatif juga dapat dikatakan sebagai penelitian evaluasi empiris, yang didefinisikan sebagai suatu upaya dalam menentukan sejauh mana sebuah kasus berada pada standar atau norma tertentu. Sementara itu, pendapat lain dikemukakan oleh Crosswell (dalam Duli, 2019:04) yang mengemukakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menjelaskan sebuah fenomena dengan cara mengumpulkan data-data secara numerik, yang kemudian dianalisis menggunakan statistika. Lebih dalam lagi Cohen & Crosswell (dalam Duli, 2019:04), menjelaskan bahwa ada beberapa unsur dalam penelitian kuantitatif, antara lain :

1. Fenomena

Fenomena merupakan elemen kunci dari sebuah penelitian. Fenomena mulai ketika seorang peneliti mulai menjelaskan sesuatu. Dalam hal ini, fenomena yang coba dijelaskan oleh peneliti adalah Respon Pengunjung Terhadap Daya Tarik Religi Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah.

2. Data

Data merupakan hasil penelitian yang dikumpulkan dalam bentuk angka. Dalam hal ini data penelitian yang berbentuk angka adalah hasil akumulasi jawaban responden yang telah diolah dan dihitung.

3. Metode

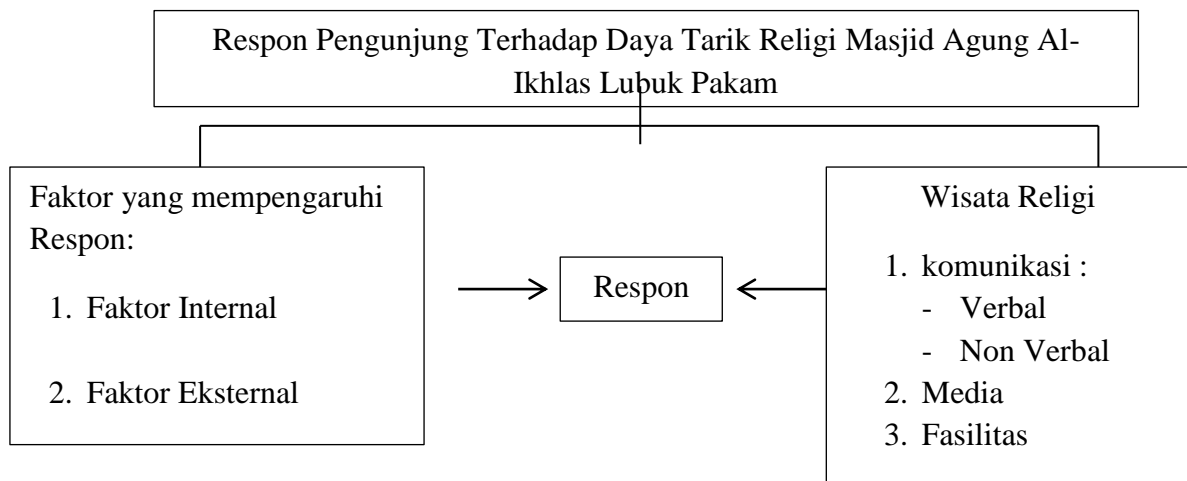
Metode merupakan alat ukur yang akan digunakan. Dalam penelitian ini, setelah data dikumpulkan peneliti akan menghitung data menggunakan metode analisis data tunggal.

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian survei. Menurut Michael (1997) dalam (Duli, 2019:06), jenis penelitian survei adalah suatu metode penelitian yang digunakan dalam membantu memecahkan masalah sesuai dengan pertanyaan yang telah dibuat dan diajukan kepada responden penelitian. Jenis penelitian survei dapat dikatakan sebagai suatu cara yang sistematis dalam mencari informasi kepada orang lain terkait dengan sikap, perilaku, persepsi dan kepercayaan dari orang lain tersebut akan sesuatu hal terkait dengan penelitian yang sedang dijalankan. Keberhasilan jenis penelitian survei bergantung kepada hasil jawaban dari responden penelitian. Pengambilan jenis penelitian survei juga menggunakan sampel ilmiah dan desain kuisisioner untuk mengukur ketepatan statistik.

3.2. Kerangka Konsep

Kerangka Konsep Menurut Notoatmodjo (2014:121), kerangka konsep merupakan sebuah formulasi yang berbentuk simpikasi dari teori-teori yang ada pada suatu penelitian serta mendukung penelitian tersebut. Adapun kerangka konsep dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Kerangka Konsep



3.3. Definisi Konsep

Definisi konsep adalah penjabaran mengenai kerangka konsep. Untuk memperjelas dan menyederhanakan beberapa konsep uraian teoritis dalam penelitian maka penulis menyederhanakan beberapa konsep tersebut sebagai berikut :

3.3.1. Respon adalah tanggapan, reaksi, jawaban terhadap suatu gejala atau peristiwa yang terjadi. Respon akan muncul dari penerimaan pesan setelah sebelumnya ada kegiatan komunikasi penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan, respon dapat merupakan perilaku nyata

atau ungkapan mengenai pemahaman perasaan yang akan muncul (KBBI). Menurut (Rakhmad, 2005:191) dalam istilah komunikasi, umpan balik (feedback) juga dapat diartikan sebagai respon. Respon adalah pesan yang dikirim kembali dari penerima ke sumber, memberitahu sumber tentang reaksi penerima dan memberikan landasan kepada sumber untuk menentukan perilaku selanjutnya.

3.3.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi respon

- Faktor Internal yang mempengaruhi respon yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri individu, yang mencakup beberapa hal yaitu : fisiologis, perhatian, minat, kebutuhan yang searah, pengalaman dan ingatan, dan suasana hati.
- Faktor eksternal yang mempengaruhi respon merupakan karakteristik dari lingkungan dan obyek-obyek yang terlihat didalamnya.

3.3.3. Wisata Religi yaitu merupakan jenis wisata yang sering dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau sekelompok masyarakat. Wisata religi banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin sebagai manusia ajaib penuh legenda.

3.3.4. Komunikasi

- Verbal adalah bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis (written) atau lisan (oral). Komunikasi

verbal menempati porsi besar. Karena kenyataannya, ide-ide, pemikiran atau keputusan, lebih mudah disampaikan secara verbal ketimbang non verbal. Dengan harapan, komunikan (baik pendengar maupun pembaca) bisa lebih mudah memahami pesan-pesan yang disampaikan.

- Non Verbal menempati porsi penting. Banyak komunikasi verbal tidak efektif hanya karena komunikatornya tidak menggunakan komunikasi non verbal dengan baik dalam waktu bersamaan. Melalui komunikasi non verbal, orang bisa mengambil suatu kesimpulan mengenai suatu kesimpulan tentang berbagai macam perasaan orang, baik rasa senang, benci, cinta, kangen dan berbagai macam perasaan lainnya.

3.3.5. Media adalah suatu sarana yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi kepada siswa. Media berasal dari bahasa Latin dan merupakan bentuk jamak dari kata “Medium” yang secara harfiah berarti “perantara” yaitu perantara sumber pesan (a source) dengan penerima pesan (a receiver) (Heinich, dkk dalam Hermawan, 2007: 3). Kata media dalam bahasa Arab adalah wasaai yang berarti perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan (Arsyad 2002: 4).

3.3.6. Fasilitas adalah hal-hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Karena hampir segala aspek kehidupan membutuhkan media fasilitas. semua negara di dunia menyediakan kondisi bagi warganya.

Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Konsep Teoritis	Konsep Variabel
Respon Pengunjung Terhadap Daya Tarik Religi (Variabel X)	<ul style="list-style-type: none"> • Kognitif • Afektif • Konatif
Daya Tarik Religi Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah (Variabel Y)	<ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas Masjid • Fasilitas Beribadah

Dalam penelitian variabel bebas yaitu respon pengunjung terhadap daya tarik religi. Variabel bebas merupakan variabel yang di mempengaruhi munculnya variabel independen (terkait). Variabel bebas juga merupakan stimulus yang mempengaruhi variabel lain. Sedangkan variabel dependen (tergantung) adalah Daya tarik religi Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah. Variabel ini dipengaruhi karena adanya variabel bebas, variabel inilah yang memberikan respon/reaksi jika dihubungkan pada variabel bebas.

3.4. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang di amati, sehingga memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi atau pengukuran secara cermat terhadap suatu objek atau fenomena.

1. Respon Pengunjung Terhadap Daya Tarik Religi (Variabel X) Respon Pengunjung Terhadap Daya Tarik Religi merupakan inti dari proses komunikasi yang berjalan. Respon Kognitif berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan, dan informasi mengenai respon, Respon Kognitif berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan, dan informasi mengenai respon. Respon Afektif berkaitan dengan emosi, sikap dan nilai mengenai respon. Respon Konatif berkaitan dengan tindakan, kegiatan dan kebiasaan perilaku mengenai respon.
2. Daya Tarik Religi Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah (Variabel Y) adalah variabel yang disebabkan / dipengaruhi oleh adanya variabel bebas/ variabel independen. Besarnya perubahan pada variabel ini tergantung dari besaran variabel bebas/ Independen. Dalam hal ini, variabel Y dalam penelitian ini adalah Daya tarik religi masjid agung-al-ikhlas Lubuk Pakam mengenai fasilitas dan keindahan masjid beribadah.

3.5. Populasi dan Sampel

3.5.1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:81), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Salah satu unsur penting dalam penelitian ini adalah objek yang menjadi populasi penelitian. Berdasarkan hasil observasi yang telah

dilakukan peneliti, maka populasi dalam penelitian ini adalah Pengunjung Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah adalah 300 orang.

3.5.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:81) sampel merupakan bagian-bagian tertentu dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dengan kata lain, sampel dimaksudkan sebagai sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi. Hasil dari penelitian terhadap sampel diharapkan dapat digeneralisasikan kepada seluruh populasi. Dalam penarikan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin agar jumlah sampel dapat representative dan hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Adapun rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Rentang kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; 10 % atau e=0,1

$$n = \frac{300}{1 + 300 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{300}{1 + 300 (0.01)}$$

$$n = \frac{300}{1 + 3}$$

$$n = \frac{300}{4}$$

$$n = 75 \text{ orang}$$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin, menunjukkan bahwa hasil perhitungan nilai berjumlah 75 orang.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan, maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data. Dalam melakukan kegiatan penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut: Sugiyono (2016:107).

1. Penelitian kepustakaan (Library reserch), yaitu pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku tulisan yang mempunyai relevansi langsung dari masalah yang akan diteliti.
2. Penelitian Lapangan (Field research), yaitu penelitian yang didasarkan pada tinjauan langsung pada objek yang akan diteliti untuk mempermudah data-data primer.
3. Angket (Quisioner), yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis pula oleh responden. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini

menggunakan Angket (Kuisoner) yaitu pengumpulan data pernyataan kepada responden dengan menggunakan Skala Likert sebagai alat mengukur sikap, pendapat dan persepsi atau kelompok orang tentang fenomena sosial, juga variabel-variabel yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indicator penelitian Skala Likert (Sugiyono, 2014).

3.7. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif karena ada perhitungan menggunakan angka-angka dalam penelitian serta menggunakan skala likert. Menurut Muri (2014:222), Dalam melakukan analisis data kuantitatif, menggunakan skala likert yang dikemukakan oleh ilmuwan bernama Rensis Likert. Skala likert merupakan suatu series (butir soal). Responden hanya memberikan persetujuan atau tidak persetujuan terhadap butir soal tersebut. Adapun pilihan jawaban dari Skala Likert yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Sangat Setuju dengan nilai 5
2. Setuju dengan nilai 4
3. Kurang Setuju dengan nilai 3
4. Tidak Setuju dengan nilai 2
5. Sangat Tidak Setuju dengan nilai 1

3.7.1. Uji Korelasi Produk Moment

Untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), maka penulis menggunakan rumus korelasi produk moment yang dikutip dari Sugiyono (2016: 183) sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisiensi korelasi antara x dan y adalah bilangan yang menunjukkan besar kecilnya hubungan variabel x dan y

x = Variabel bebas

y = Variabel terikat

n = Jumlah responden

3.7.2. Uji Signifikan

Untuk menguji tingkat signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah dengan menggunakan rumus uji t yaitu (Sugiono, 2014 : 184)

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = Nilai t hitung

r = Nilai koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

3.7.3 Uji Determinasi

untuk mengukur seberapa besar hubungan antara variabel x dan variabel y dengan menggunakan rumus determinasi, yaitu :

$$D = (r_{xy}) \times 100 \%$$

Keterangan :

D = Determinasi

r_{xy} = Koefisien korelasi

3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian : Desa Pondok Bali, Kecamatan Lubuk Pakam, Kabupaten Deli Serdang

Waktu Penelitian : Waktu penelitian dilakukan pada bulan April 2021 hingga September 2021 selesai

3.9. Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Masjid Agung Al-Ikhlas berdiri di atas tanah seluas 1,8 hektare, Rencana pembangunan masjid berawal dari inisiasi bupati Kab Deli Serdang yakni H. H. Ashari Tambunan. Setelah pemilihan tempat dan rancangan desain masjid berlafaz Allah ditetapkan, pembangunan mulai dilakukan secara bertahap. Masjid Agung Al-Ikhlas yang berdiri megah saat ini merupakan hasil renovasi dari bangunan masjid sebelumnya. Dimana Masjid Al-Ikhlas dulunya di kelola oleh Yayasan Amal Bakti Muslim Pancasila. Saat ini pasca renovasi yang dilakukan Pada tahun 2017, Arsitektur masjid yang mampu menampung 1.800 orang, gedung utama diselesaikan tahun 2019. Sedangkan taman dan air mancur rampung di tahun 2020. Masjid Agung Al-Ikhlas berada dibawah pengelolaan Pemerintah Kab. Deli Serdang.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini merupakan data-data yang telah dianalisis berdasarkan hasil penyebaran kuisioner yang telah dilakukan oleh peneliti. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Pondok Bali, Kecamatan Lubuk Pakam, Kabupaten Deli Serdang.

Peneliti mendatangi responden dan pengisian jawaban oleh responden langsung diawasi peneliti agar setiap pertanyaan yang tidak mengerti dapat ditanyakan langsung kepada peneliti. Penelitian ini menggunakan kuantitatif yang akan dianalisa secara kuantitatif pula. Artinya data yang telah berhasil dikumpulkan akan dikelompokkan kemudian dijumlahkan sehingga angka-angka atau bilangan yang dimaksud dalam peneliti ini menghasilkan jumlah responden secara keseluruhan. Kemudian peneliti akan membuat kesimpulan dari data yang telah di olah dan disusun secara tabulasi.

4.1.1. Identitas Responden

Tabel 4.1.
Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Perempuan	33	44%
2	Laki-Laki	42	56%
Total Keseluruhan		75 Responden	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa sebagian besar pengunjung Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah berjenis kelamin laki-laki, dengan jumlah 42 orang responden dan rata-rata

presentase sebesar 56%, sedangkan untuk perempuan berjumlah 33 orang responden dengan rata-rata presentase sebesar 44%. Maka dapat disimpulkan bahwa lebih banyak pengunjung berjenis kelamin laki-laki dibandingkan dengan pengunjung jenis kelamin perempuan.

Tabel 4.2.
Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1	15 – 25 Tahun	46	61.33%
2	26 – 35 Tahun	20	26.67%
3	36 – 45 Tahun	7	9.33%
4	50 – 60 Tahun	2	2.67%
Total Keseluruhan		75 Responden	100 %

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa sebagian besar Pengunjung Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah dengan rentang usia 15 – 25 tahun dengan jumlah 46 orang responden dan rata-rata presentase sebesar 61.3%, sedangkan dengan rentang usia 26 – 35 tahun berjumlah 20 orang responden dengan rata-rata presentase 26.6%, sedangkan usia 36 – 45 tahun sebanyak 7 orang responden dengan rata-rata presentase 9.3%, sebagian kecil responden dengan rentang usia 50 – 60 tahun dengan rata-rata presentase sebesar 2.6%.

Tabel 4.3.
Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

No.	Jenjang Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1	SMP/Sederajat	3	4.00%
2	SMA/Sederajat	50	66.67%
3	D3	1	1.33%
4	S1	20	26.67%
5	S2	1	1.33%
Total Keseluruhan		75 Responden	100 %

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa sebagian besar pengunjung di Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah memiliki rata-rata jenjang pendidikan tertinggi SMA, dengan jumlah 50 orang responden dengan rata-rata presentase sebesar 66.6%, kemudian jenjang pendidikan S1 dengan jumlah 20 orang responden dengan rata-rata presentase sebesar 26.6% dan jenjang pendidikan SMP dengan jumlah 3 orang responden dan rata-rata presentase sebesar 4%. Jenjang D3 dengan jumlah 1 orang responden dengan rata-rata presentase 1.33% dan S2 dengan jumlah 1 orang responden dengan rata-rata presentase 1.33%.

Tabel 4.4.
Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Divisi Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
Mahasiswa	20	26.67%
Pedagang/Wirusaha/Wiraswasta	19	25.33%
Pegawai Swasta/Karyawan	15	20.00%
Ibu Rumah Tangga	10	13.33%
Guru/PNS	5	6.67%
BUMN	2	2.67%
Dokter	1	1.33%
Lain-Lainnya	3	4.00%
Total Keseluruhan	75 Responden	100 %

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan “pekerjaan”. Responden yang memiliki jenis pekerjaan diluar dari pilihan yang

peneliti tetapkan pada kuisisioner sebanyak 3 responden atau 4% dari 100 responden yang peneliti tetapkan.

4.1.2. Analisa Deskripsi Hasil Penelitian

Setelah melihat data responden, akan dibahas data penelitian. Data penelitian ini merupakan hasil dari jawaban responden dalam mengisi kuisisioner penelitian yang telah peneliti sebarakan. Pada analisa penelitian, penulis juga menguraikan berdasarkan kepada operasional konsep penelitian untuk menjawab identifikasi masalah yang ingin diketahui penulis.

Penilaian jawaban pada kuisisioner adalah nilai 5 untuk jawaban SS, nilai 4 untuk jawaban S, nilai 3 untuk jawaban KS, nilai 2 untuk jawaban TS, dan nilai 1 untuk jawaban STS. Pada analisa data deskriptif bertujuan untuk menjelaskan mengenai keseluruhan data yang telah dikumpulkan dengan memaparkan, mengelompokkan dan mengklasifikasikan ke dalama bentuk tabel tunggal yang kemudian diberikan penjelasan.

4.1.3. Distribusi Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X

Tabel 4.5
Distribusi Variabel X: Respon Pengunjung terhadap Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya

	Kategori	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya mengetahui adanya Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya Lubuk Pakam	0	1	0	15	59
2.	Saya mengetahui bahwa Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya Lubuk Pakam selalu ramai pengunjung setiap harinya	0	1	1	29	44
3.	Saya mengetahui Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya merupakan Masjid termegah di Lubuk Pakam	0	1	2	15	57

	Kategori	STS	TS	KS	S	SS
4.	Saya mengetahui Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya Lubuk Pakam dari media sosial	6	11	11	25	22
5.	Saya tidak akan mengambil atau merusak fasilitas Masjid	0	1	0	13	61
6.	Saya ingin masyarakat yang berkunjung melaksanakan shalat jika waktunya tiba, tidak hanya beristirahat dan berfoto saja	0	0	1	13	61
7.	Saya kagum dengan kemegahan Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya Lubuk Pakam berbeda dengan Masjid lainnya	0	1	4	26	44
8.	Saya datang ke Masjid hanya untuk beribadah	0	0	6	27	42
9.	Saya datang ke Masjid hanya untuk mengabadikan momen keindahan Masjid	4	6	32	12	21
10.	Saya datang ke Masjid hanya untuk beristirahat	12	15	32	6	10

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Tabel 4.6
Mengetahui adanya Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya Lubuk Pakam

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
Kurang Setuju	0	0	0	0
Setuju	15	20,0	20,0	21,3
Sangat Setuju	59	78,7	78,7	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Dari hasil tabel 4.6 menunjukkan bahwa responden yang memilih “sangat tidak setuju” tidak ada (0), responden yang memilih “tidak setuju” 1 Orang (1,3%), yang memilih “kurang setuju” tidak ada (0), responden yang memilih “setuju” sebanyak 15 orang (20%), dan responden yang memilih “sangat setuju” sebanyak 59 orang (78,7%). Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden mengetahui masjid agung sultan thaf sinar basarsya.

Tabel 4.7
Mengetahui bahwa Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya Lubuk Pakam selalu ramai pengunjung setiap harinya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
Kurang Setuju	1	1,3	1,3	2,7
Setuju	29	38,7	38,7	41,3
Sangat Setuju	44	58,0	58,0	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Dari hasil tabel 4.7 menunjukkan bahwa responden yang memilih “sangat tidak setuju” tidak ada (0), responden yang memilih “tidak setuju” sebanyak 1 orang (1,3%), responden yang memilih “kurang setuju” sebanyak 1 orang (1,3%), responden yang memilih “setuju” sebanyak 29 orang (38,7%), dan responden yang memilih “sangat setuju” sebanyak 44 orang (58,0%). Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju mengetahui bahwa Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya Lubuk Pakam selalu ramai pengunjung setiap harinya.

Tabel 4.8
Mengetahui Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya merupakan Masjid termegah di Lubuk Pakam

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
Kurang Setuju	2	2,7	2,7	4,0
Setuju	15	20,0	20,0	24,0
Sangat Setuju	57	76,0	76,0	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Dari hasil tabel 4.8 menunjukkan bahwa reponden yang memilih “sangat tidak setuju” tidak ada (0%), responden yang memilih “tidak setuju” sebanyak 1

orang (1,3%), responden yang memilih “kurang setuju” sebanyak 2 orang (2,7%), responden yang memilih “setuju” sebanyak 15 orang (20,0%), dan responden yang memilih “sangat setuju” sebanyak 57 orang (76,0%). Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju bahwa masjid agung sultan thaf sinar basarsya adalah masjid termegah di lubuk pakam.

Tabel 4.9
Mengetahui Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya Lubuk Pakam dari media sosial

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	6	8,0	8,0	8,0
Tidak Setuju	11	14,7	14,7	22,7
Kurang Setuju	11	14,7	14,7	37,3
Setuju	25	33,3	33,3	70,0
Sangat Setuju	22	29,3	29,3	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Dari hasil tabel 4.9 menunjukkan bahwa responden yang memilih “sangat tidak setuju” sebanyak 6 orang (8,0%), responden yang memilih “tidak setuju” sebanyak 11 orang (14,7%), responden yang memilih “kurang setuju” sebanyak 11 orang (14,7%), responden yang memilih “setuju” sebanyak 25 orang (33,3%), dan responden yang memilih “sangat setuju” sebanyak 22 orang (29,3%). Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju mengetahui Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya Lubuk Pakam dari media sosial.

Tabel 4.10
Tidak akan mengambil atau merusak fasilitas Masjid

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
Kurang Setuju	0	0	0	0
Setuju	13	17,3	17,3	18,7
Sangat Setuju	61	81,3	81,3	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Dari hasil tabel 4.10 menunjukkan bahwa responden yang memilih “sangat tidak setuju” tidak ada (0), responden yang memilih “tidak setuju” sebanyak 1 orang (1,3%), responden yang memilih “kurang setuju” tidak ada (0), responden yang memilih “setuju” sebanyak 13 orang (17,3%), dan responden yang memilih “sangat setuju” sebanyak 61 orang (81,3%). Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju tidak akan mengambil atau merusak fasilitas masjid.

Tabel 4.11
Ingin masyarakat yang berkunjung melaksanakan shalat jika waktunya tiba, tidak hanya beristirahat dan berfoto saja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0
Kurang Setuju	1	1,3	1,3	1,3
Setuju	13	17,3	17,3	18,7
Sangat Setuju	61	81,3	81,3	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Dari hasil tabel 4.11 menunjukkan bahwa responden yang memilih “sangat tidak setuju” tidak ada (0), responden yang memilih “tidak setuju” tidak ada (0), responden yang memilih “kurang setuju” sebanyak 1 orang (1,3%), responden yang memilih “setuju” sebanyak 13 orang (17,3%), dan responden yang memilih

“sangat setuju” sebanyak 61 orang (81,3%). Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju bila masyarakat yang berkunjung melaksanakan shalat jika waktunya tiba, tidak hanya beristirahat dan berfoto saja.

Tabel 4.12
Kagum dengan kemegahan Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya Lubuk Pakam berbeda dengan Masjid lainnya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
Kurang Setuju	4	5,3	5,3	6,7
Setuju	26	34,7	34,7	41,3
Sangat Setuju	44	58,7	58,7	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Dari hasil tabel 4.12 menunjukkan bahwa responden yang memilih “sangat tidak setuju” tidak ada (0), responden yang memilih “tidak setuju” ada 1 orang (1,3%), responden yang memilih “kurang setuju” sebanyak 4 orang (5,3%), responden yang memilih “setuju” sebanyak 26 orang (34,7%), dan responden yang memilih “sangat setuju” sebanyak 44 orang (58,7%). Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju dengan Kekagum dan kemegahan dari Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya Lubuk Pakam berbeda dengan Masjid lainnya.

Tabel 4.13
Datang ke Masjid hanya untuk beribadah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0
Kurang Setuju	6	8,0	8,0	8,0
Setuju	27	36,0	36,0	44,0
Sangat Setuju	42	56,0	56,0	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Dari hasil tabel 4.13 menunjukkan bahwa responden yang memilih “sangat tidak setuju” tidak ada (0), responden yang memilih “tidak setuju” tidak ada (0), responden yang memilih “kurang setuju” sebanyak 6 orang (8,0%), responden yang memilih “setuju” sebanyak 27 orang (36,0%), dan responden yang memilih “sangat setuju” sebanyak 42 orang (56,0%). Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju datang ke masjid hanya untuk beribadah.

Tabel 4.14
Datang ke Masjid hanya untuk mengabadikan momen keindahan Masjid

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	4	5,3	5,3	5,3
Tidak Setuju	6	8,0	8,0	13,3
Kurang Setuju	32	42,7	42,7	56,0
Setuju	12	16,0	16,0	72,0
Sangat Setuju	21	28,0	28,0	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Dari hasil tabel 4.14 menunjukkan bahwa responden yang memilih “sangat tidak setuju” sebanyak 4 orang (5,3%), responden yang memilih “tidak setuju” sebanyak 6 orang (8,0%), responden yang memilih “kurang setuju” sebanyak 32 orang (42,7%), responden yang memilih “setuju” sebanyak 12 orang (16,0%), dan responden yang memilih “sangat setuju” sebanyak 21 orang (28,0%). Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden kurang setuju jika datang ke masjid hanya untuk mengabadikan momen.

Tabel 4.15
Datang ke Masjid hanya untuk beristirahat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	12	16,0	16,0	16,0
Tidak Setuju	15	20,0	20,0	36,0
Kurang Setuju	32	42,7	42,7	78,7
Setuju	6	8,0	8,0	86,7
Sangat Setuju	10	13,3	13,3	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Dari hasil tabel 4.15 menunjukkan bahwa responden yang memilih “sangat tidak setuju” sebanyak 12 orang (16,0%), responden yang memilih “tidak setuju” sebanyak 15 orang (20,0%), responden yang memilih “kurang setuju” sebanyak 32 orang (42,7%), responden yang memilih “setuju” sebanyak 6 orang (8,0%), dan responden yang memilih “sangat setuju” sebanyak 10 orang (13,3%). Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden sangat kurang setuju bila datang ke masjid hanya untuk beristirahat.

4.1.4. Distribusi Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Y

Tabel 4.16
Distribusi Variabel Y: Daya Tarik Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah

	Kategori	STS	TS	KS	S	SS
1.	Ruang tunggu yang disediakan pengelola Masjid memberikan kenyamanan bagi pengunjung	0	1	3	29	42
2.	Fasilitas ibadah yang disediakan pengelola Masjid memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk menunaikan ibadah Sholat	0	0	0	20	55
3.	Keberadaan para pedagang di seputaran Masjid membuat pengunjung dapat lebih bertahan di lokasi masjid	1	4	16	28	26
4.	Air Mancur Masjid memberikan keindahan	0	0	2	31	42

	Kategori	STS	TS	KS	S	SS
	tersendiri					
5.	Area parkir yang luas membuat pengunjung tidak kesulitan untuk berada di seputaran lokasi Masjid	0	0	3	32	40
6.	Kenyamanan terhadap penyimpanan Sandal/Sepatu pengunjung, memberikan rasa nyaman bagi pengunjung	0	0	2	34	39
7.	Pengelola Masjid ramah dan sopan	0	0	1	30	44
8.	Kemegahan Masjid memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk mengabadikan atau mendokumentasikan keberadaan dirinya di lokasi Masjid	0	0	4	28	43

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Tabel 4.17
Ruang tunggu yang disediakan pengelola Masjid memberikan kenyamanan bagi pengunjung

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
Kurang Setuju	3	4,0	4,0	5,3
Setuju	29	38,7	38,7	44,0
Sangat Setuju	42	56,0	56,0	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Dari hasil tabel 4.17 menunjukkan bahwa responden yang memilih “sangat tidak setuju” tidak ada (0), responden yang memilih “tidak setuju” sebanyak 1 orang (1,3%), responden yang memilih “kurang setuju” sebanyak 3 orang (4,0%), responden yang memilih “setuju” sebanyak 29 orang (38,7%), dan responden yang memilih “sangat setuju” sebanyak 42 orang (56,0%). Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju dengan ruang tunggu yang di sediakan pengelola masjid memberikan kenyamanan bagi pengunjung.

Tabel 4.18
Fasilitas ibadah yang disediakan pengelola Masjid memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk menunaikan ibadah Sholat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0
Kurang Setuju	0	0	0	0
Setuju	20	26,7	26,7	26,7
Sangat Setuju	55	73,3	73,3	0
Total	75	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Dari hasil tabel 4.18 menunjukkan bahwa responden yang memilih “sangat tidak setuju” tidak ada (0), responden yang memilih “tidak setuju” tidak ada (0), responden yang memilih “kurang setuju” tidak ada(0), responden yang memilih “setuju” sebanyak 20 orang (26,7%), dan responden yang memilih “sangat setuju” sebanyak 55 orang (73,3%). Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju dengan fasilitas ibadah yang di sediakan pengelola masjid.

Tabel 4.19
Keberadaan para pedagang di seputaran Masjid membuat pengunjung dapat lebih bertahan di lokasi masjid

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	1	1,3	1,3	1,3
Tidak Setuju	4	5,3	5,3	6,7
Kurang Setuju	16	21,3	21,3	28,0
Setuju	28	37,3	37,3	65,3
Sangat Setuju	26	34,7	34,7	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Dari hasil tabel 4.19 menunjukkan bahwa responden yang memilih “sangat tidak setuju” sebanyak 1 orang (1,3%), responden yang memilih “tidak setuju” sebanyak 4 orang (5,3%), responden yang memilih “kurang setuju” sebanyak 16

orang (21,3%), responden yang memilih “setuju” sebanyak 28 orang (37,3%), dan responden yang memilih “sangat setuju” sebanyak 26 orang (34,7%). Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju Keberadaan para pedagang di seputaran Masjid membuat pengunjung dapat lebih bertahan di lokasi masjid.

Tabel 4.20
Air Mancur Masjid memberikan keindahan tersendiri

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0
Kurang Setuju	2	2,7	2,7	2,7
Setuju	31	41,3	41,3	44,0
Sangat Setuju	42	56,0	56,0	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Dari hasil tabel 4.20 menunjukkan bahwa responden yang memilih “sangat tidak setuju” tidak ada (0), responden yang memilih “tidak setuju” tidak ada (0), responden yang memilih “kurang setuju” sebanyak 2 orang (2,7%), responden yang memilih “setuju” sebanyak 31 orang (41,3%), dan responden yang memilih “sangat setuju” sebanyak 42 orang (56,0%). Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju dengan Air Mancur Masjid memberikan keindahan tersendiri.

Tabel 4.21
Area parkir yang luas membuat pengunjung tidak kesulitan untuk berada di seputaran lokasi Masjid

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0
Kurang Setuju	3	4,0	4,0	4,0
Setuju	32	42,7	42,7	46,7
Sangat Setuju	40	53,3	53,3	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Dari hasil tabel 4.21 menunjukkan bahwa responden yang memilih “sangat tidak setuju tidak ada (0), responden yang memilih “tidak setuju” tidak ada (0), responden yang memilih “kurang setuju” sebanyak 3 orang (4,0%), responden yang memilih “setuju” sebanyak 32 orang (42,7%), dan responden yang memilih “sangat setuju” sebanyak 40 orang (53,3%). Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju dengan Area parkir yang luas membuat pengunjung tidak kesulitan untuk berada di seputaran lokasi Masjid.

Tabel 4.22
Kenyamanan terhadap penyimpanan Sandal/Sepatu pengunjung,
memberikan rasa nyaman bagi pengunjung

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0
Kurang Setuju	2	2,7	2,7	2,7
Setuju	34	45,3	45,3	48,0
Sangat Setuju	39	52,0	52,0	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Dari hasil tabel 4.22 menunjukkan bahwa responden yang memilih “sangat tidak setuju tidak ada (0), responden yang memilih “tidak setuju” tidak ada (0), responden yang memilih “kurang setuju” sebanyak 2 orang (2,7%), responden yang memilih “setuju” sebanyak 34 orang (45,3%), dan responden yang memilih “sangat setuju” sebanyak 39 orang (52,0%). Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju dengan Kenyamanan terhadap penyimpanan Sandal/Sepatu pengunjung, memberikan rasa nyaman bagi pengunjung.

Tabel 4.23
Pengelola Masjid berperilaku ramah dan sopan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0
Kurang Setuju	1	1,3	1,3	1,3
Setuju	30	40,0	40,0	41,3
Sangat Setuju	44	58,7	58,7	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Dari hasil tabel 4.23 menunjukkan bahwa responden yang memilih “sangat tidak setuju” tidak ada (0), responden yang memilih “tidak setuju” tidak ada (0), responden yang memilih “kurang setuju” sebanyak 1 orang (1,3%), responden yang memilih “setuju” sebanyak 30 orang (40,0%), dan responden yang memilih “sangat setuju” sebanyak 44 orang (58,7%). Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju dengan Pengelola Masjid berperilaku ramah dan sopan.

Tabel 4.24
Kemegahan Masjid memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk mengabadikan atau medokumentasikan keberadaan dirinya di lokasi Masjid

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0
Kurang Setuju	4	5,3	5,3	5,3
Setuju	28	37,3	37,3	42,7
Sangat Setuju	43	57,3	57,3	100,0
Total	75	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Dari hasil tabel 4.24 menunjukkan bahwa responden yang memilih “sangat tidak setuju” tidak ada (0), responden yang memilih “tidak setuju” tidak ada (0), responden yang memilih “kurang setuju” sebanyak 4 orang (5,3%), responden yang memilih “setuju” sebanyak 28 orang (37,3%), dan responden yang memilih

“sangat setuju” sebanyak 43 orang (57,3%). Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju dengan Kemegahan Masjid memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk mengabadikan atau medokumentasikan keberadaan dirinya di lokasi Masjid.

Tabel 4.25
Tabulasi Hasil Data Variabel X (Respon Pengunjung)

No	Respon Pengunjung (X)										Total X
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	
1	5	4	5	4	5	3	4	5	4	3	42
2	4	5	5	4	5	5	5	5	4	2	44
3	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	46
4	5	5	5	4	5	4	5	3	3	3	42
5	5	5	5	3	5	5	5	3	2	3	41
6	5	5	5	4	5	5	3	5	3	2	42
7	4	4	4	4	4	5	4	4	5	1	39
8	5	5	5	3	5	5	5	5	3	3	44
9	4	5	4	5	5	5	4	4	1	3	40
10	4	4	4	4	4	4	4	5	3	1	37
11	5	5	5	2	5	5	5	5	3	3	43
12	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	44
13	5	4	5	5	5	5	3	5	3	2	42
14	5	5	3	3	5	5	4	3	3	3	39
15	5	5	5	3	5	5	5	5	1	2	41
16	5	4	4	4	5	5	5	4	3	1	40
17	5	4	5	3	5	5	5	4	4	3	43
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	4	4	5	4	5	4	4	4	2	3	39
20	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	39
21	5	4	5	1	5	5	5	4	5	1	40
22	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	47
23	5	4	5	4	5	5	5	5	1	1	40
24	5	4	5	5	5	5	5	4	2	3	43
25	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	42
26	5	4	5	5	5	4	5	3	5	3	44
27	5	4	5	4	5	5	4	5	3	3	43
28	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	45
29	5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	44
30	5	4	5	1	5	5	5	5	3	4	42
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	5	5	5	3	5	5	5	3	3	2	41
33	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	40
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	5	3	5	2	5	5	5	5	3	3	41
36	5	5	5	2	5	5	5	5	3	1	41

No	Respon Pengunjung (X)										Total X
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	
37	5	5	5	1	5	5	5	5	5	2	43
38	5	5	5	3	5	5	5	5	3	3	44
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
40	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
41	5	4	5	3	4	4	4	4	3	3	39
42	5	4	3	4	5	5	4	4	3	4	41
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
44	5	5	4	2	5	5	5	5	5	3	44
45	5	5	5	2	5	5	5	5	5	3	45
46	5	5	5	1	5	5	5	5	5	2	43
47	5	5	5	5	5	5	3	4	5	1	43
48	5	5	5	5	5	5	5	4	3	2	44
49	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	44
50	5	5	5	4	5	5	2	4	4	3	42
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
52	4	5	4	4	5	5	5	5	3	1	41
53	5	5	5	2	5	5	4	4	3	1	39
54	5	4	5	4	4	5	5	4	4	2	42
55	5	4	5	2	2	4	4	4	3	3	36
56	5	4	4	4	4	4	4	5	2	3	40
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
59	5	4	4	4	5	5	5	4	3	2	41
60	5	5	5	3	5	5	3	3	3	3	39
61	5	4	5	2	5	5	5	5	2	2	40
62	5	5	5	1	5	5	5	5	5	3	44
63	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	46
64	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	47
65	5	4	5	3	5	5	4	5	3	3	42
66	5	5	5	1	5	5	5	4	3	1	39
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
68	5	5	5	4	4	5	4	5	3	3	43
69	4	4	4	5	5	4	4	5	2	2	39
70	4	5	4	4	5	5	4	5	3	3	42
71	5	5	5	2	5	5	4	4	3	1	39
72	4	4	5	4	5	5	4	4	3	3	41
73	2	2	2	2	5	5	4	5	3	2	32
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Total Keseluruhan											Σx3192

Tabel 4.26
Tabulasi Hasil Data Variabel Y (Daya Tarik)

No	Daya Tarik (Y)								TOTAL
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	
1	5	5	4	4	4	4	4	5	35
2	4	4	3	4	5	5	4	4	33
3	4	5	4	5	5	5	4	4	37
4	4	4	4	4	4	4	3	5	32
5	5	5	4	5	5	5	5	5	39
6	4	5	3	4	5	5	5	4	35
7	4	4	4	5	4	4	4	4	33
8	5	5	3	5	5	5	5	5	38
9	4	4	3	4	4	4	5	4	32
10	5	4	2	4	4	4	4	4	31
11	5	5	4	4	5	5	5	4	37
12	4	4	2	4	3	4	5	4	30
13	4	5	2	5	5	4	4	5	34
14	5	5	4	3	4	4	4	5	34
15	5	5	4	5	5	5	5	5	39
16	4	4	3	5	5	5	5	4	35
17	4	5	5	5	5	5	5	5	39
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
19	4	4	4	5	4	4	4	4	33
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	4	5	5	5	5	4	4	5	37
22	5	5	4	4	4	4	5	5	36
23	5	4	3	5	5	5	5	4	36
24	5	5	3	4	5	4	4	4	34
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	5	5	5	5	4	4	5	5	38
27	4	5	4	4	4	4	4	4	33
28	4	5	4	5	4	4	5	5	36
29	5	4	4	4	4	4	4	5	34
30	4	5	4	5	5	5	5	5	38
31	5	5	5	5	5	5	5	5	40
32	5	5	5	5	5	5	5	5	40
33	3	4	3	4	4	4	4	4	30
34	5	4	5	4	4	5	4	4	35
35	5	5	5	5	5	5	4	5	39
36	4	5	5	5	5	4	5	5	38
37	5	5	2	5	5	5	5	5	37
38	5	5	4	5	5	5	5	5	39
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	5	5	4	4	4	4	4	4	33
41	4	4	3	4	3	4	4	4	30
42	4	5	4	4	4	4	4	5	34
43	5	5	5	5	5	5	5	5	40
44	5	5	4	5	5	5	5	5	39

45	5	5	5	5	5	5	5	5	40
46	5	5	5	5	5	5	5	5	40
47	5	5	5	5	5	5	5	5	40
48	5	5	5	5	5	5	5	5	40
49	5	5	4	5	5	5	5	5	39
50	5	5	4	4	4	4	4	4	34
51	5	5	5	5	5	5	5	5	40
52	5	5	3	5	4	4	4	3	33
53	5	4	5	4	4	5	5	5	37
54	4	5	4	4	4	4	4	4	33
55	4	5	4	4	5	4	4	5	35
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32
57	5	5	5	5	5	5	5	5	40
58	5	5	5	5	5	5	5	5	40
59	4	4	3	5	4	4	4	4	32
60	4	5	3	4	4	4	4	4	32
61	2	5	3	4	4	3	4	3	28
62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	5	5	5	5	5	5	5	5	40
65	4	5	3	3	4	3	5	3	30
66	5	5	5	5	5	5	5	5	40
67	5	5	5	5	5	5	5	5	40
68	4	5	4	4	4	4	4	4	33
69	4	4	4	4	4	4	4	4	32
70	3	5	3	4	4	5	5	4	33
71	5	5	1	5	4	5	5	4	34
72	4	4	4	4	4	4	5	3	32
73	3	5	3	4	3	4	5	4	31
74	5	5	5	5	5	5	5	5	40
75	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Total Keseluruhan									Σx2687

4.2. Analisis Hasil Penelitian

4.2.1. Uji Korelasi Produk Moment

Tabel 4.27

Tabulasi Perhitungan Pearson Korelasi Produk Moment

No. Responden	X	X ²	Y	Y ²	XY
1	42	1764	35	1225	1470
2	44	1936	33	1089	1452
3	46	2116	37	1369	1702
4	42	1764	32	1024	1344
5	41	1681	39	1521	1599
6	42	1764	35	1225	1470
7	39	1521	33	1089	1287
8	44	1936	38	1444	1672
9	40	1600	32	1024	1280
10	37	1369	31	961	1147
11	43	1849	37	1369	1591
12	44	1936	30	900	1320
13	42	1764	34	1156	1428
14	39	1521	34	1156	1326
15	41	1681	39	1521	1599
16	40	1600	35	1225	1400
17	43	1849	39	1521	1677
18	50	2500	40	1600	2000
19	39	1521	33	1089	1287
20	39	1521	32	1024	1248
21	40	1600	37	1369	1460
22	47	2209	36	1296	1692
23	40	1600	36	1296	1440
24	43	1849	34	1156	1462
25	42	1764	40	1600	1680
26	44	1936	38	1444	1672
27	43	1849	33	1089	1419
28	45	2025	36	1296	1620
29	44	1936	34	1156	1496
30	42	1764	38	1444	1596
31	50	2500	40	1600	2000
32	41	1681	40	1600	1640
33	40	1600	30	900	1200
34	40	1600	35	1225	1400
35	41	1681	39	1521	1599

No. Responden	X	X ²	Y	Y ²	XY
36	41	1681	38	1444	1558
37	43	1849	37	1369	1591
38	44	1936	39	1521	1716
39	39	1521	32	1024	1248
40	39	1521	33	1089	1289
41	39	1521	30	900	1170
42	41	1681	34	1156	1394
43	50	2500	40	1600	2000
44	44	1936	39	1521	1716
45	45	2025	40	1600	1800
46	43	1849	40	1600	1720
47	43	1849	40	1600	1720
48	44	1936	40	1600	1760
49	44	1936	39	1521	1716
50	42	1764	34	1156	1428
51	50	2500	40	1600	2000
52	41	1681	33	1089	1353
53	39	1521	37	1369	1443
54	42	1764	33	1089	1386
55	36	1296	35	1225	1260
56	40	1600	32	1024	1280
57	50	2500	40	1600	2000
58	50	2500	40	1600	2000
59	41	1681	32	1024	1312
60	39	1521	32	1024	1248
61	40	1600	28	784	1120
62	44	1936	40	1600	1760
63	46	2116	40	1600	1840
64	47	2209	40	1600	1880
65	42	1764	30	900	1260
66	39	1521	40	1600	1560
67	50	2500	40	1600	2000
68	43	1849	33	1089	1419
69	39	1521	32	1024	1248
70	42	1764	33	1089	1386
71	39	1521	34	1156	1326
72	41	1681	32	1024	1312
73	32	1024	31	961	992
74	50	2500	40	1600	2000
75	50	2500	40	1600	2000
	$\Sigma X 3192$	$\Sigma X^2 136862$	$\Sigma Y 2687$	ΣY^2	ΣXY

No. Responden	X	X ²	Y	Y ²	XY

Diketahui : N : 75

Σx : 3192

Σy : 2687

Σx^2 : 136862

Σy^2 : 97096

Σxy : 114886

Dit : Koefisien Korelasi?

Rumus: $r_{xy} = \frac{n \Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{\{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\} \{n \Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}}$

Jawaban

$$r_{xy} = \frac{n \Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{\{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\} \{n \Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{75(114886) - (3192)(2687)}{\sqrt{\{75(136862) - (3192)^2\} \{75(97096) - (2687)^2\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{75(114886) - (8576904)}{\sqrt{\{(10264650) - (10188864)\} \{(7282200) - (7219969)\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{8616450 - 8576904}{\sqrt{(75786)(62231)}}$$

$$r_{xy} = \frac{39546}{\sqrt{4716238566}}$$

$$r_{xy} = \frac{39546}{68674}$$

$$r_{xy} = 0.57$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diperoleh nilai r_{xy} 0.57. Kemudian r_{tabel} dari nilai $N=75$ adalah 0,1888 dengan taraf signifikan 0.1%. Dari hasil perhitungan r_{xy} dan ketentuan nilai r_{tabel} , maka dapat diketahui bahwa H_1 diterima, dengan ketentuan jika $r_{hitung} \geq$ dari r_{tabel} . Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Respon pengunjung terhadap daya tarik Masjid. Kemudian dengan tabel interpretasi koefisien korelasi product moment, taraf signifikan dari r_{tabel} adalah sebagai berikut:

Tabel 4.28

Interpretasi Koefisien Product Moment Menurut Guilford

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2016:184).

Berdasarkan hasil nilai r_{hitung} adalah 0,57, berarti menunjukkan bahwa taraf signifikan yang terjadi berada diantara $>0,40-0,599$ (sedang) dengan demikian interpretasi koefisien antara X dan Y sedang.

4.2.2. Uji Signifikan

Uji signifikansi merupakan salah satu tahap terpenting dalam penelitian ini, uji ini menentukan simpulan hasil penelitian seberapa signifikan hubungan kedua variabel :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = \frac{0,57\sqrt{75-2}}{\sqrt{1-0,57^2}}$$

$$t = \frac{0,57\sqrt{73}}{\sqrt{1-0,3249}}$$

$$t = \frac{0,57(8,544)}{\sqrt{0,6751}}$$

$$t = \frac{4,87008}{0,82164}$$

$$t = 5,927$$

$$T \text{ Hitung} = 5,927$$

$$T \text{ Tabel} = 1,293$$

Dengan ini dapat diketahui bahwa t hitung lebih besar dari t tabel. $5,927 > 1,293$ dari perhitungan tersebut diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel.

4.2.3. Uji Determinasi

Analisis uji determinasi yang kegunaannya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel X (Respon Pengunjung) dengan variabel Y (Daya Tarik Religi). Dalam perhitungan uji korelasi product moment diperoleh hasil perhitungan $r_{xy} = 0,57$ maka perhitungan uji determinasi adalah sebagai berikut :

$$D = (r_{xy})^2 \times 100\%$$

$$D = (0,57)^2 \times 100\%$$

$$D = 0.3249 \times 100\%$$

$$D = 32.49\%$$

Dari hasil perhitungan diatas maka dapat diketahui nilai uji determinasi adalah 32.49% sehingga besarnya respon pengunjung terhadap daya tarik religi masjid agung sultan thaf sinar basarsyah adalah 32.49%.

4.3. Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara yang di uraikan peneliti di atas, membuktikan bahwa penelitian yang dilaksanakan berjalan dengan lancar. Informasi yang di berikan oleh informan yang terdiri dari : 75 orang masyarakat dusun III Pondok Bali sehingga membantu memudahkan pelaksanaan penelitian.

Dalam dunia respon, lingkungan sangat berpengaruh terjadi respon itu sendiri. Karena lingkunganlah yang menyediakan pengalaman tentang objek atau benda, suatu peristiwa yang sedang atau telah terjadi. Informasi-informasi yang secara tidak sadar terekam oleh alat indera manusia. Seperti halnya pengertian respon menurut Harahap (2018) "*proses yang menyangkut masuknya peran atau informasi yang mengadakan hubungan dengan lingkungan*". Respon terbentuk karena adanya proses. Dimana proses respon berawal dari objek yang menimbulkan rangsangan dan rangsangan tersebut mengenai alat indra. Dalam penelitian ini komunikasi dakwah adalah suatu bentuk komunikasi yang diperhatikan tatanan komunikasinya sehingga lebih lembut, komunikatif dan dapat mengatasi berbagai perbedaan kultur dimana sekat-sekat keagamaannya

menjadi cair dan lebih di tonjolkan dengan nuansa kebeningan hati sehingga dapat menemukan jati diri dan nuansa kebersamaannya.

Respon pengunjung terhadap daya tarik religi masjid agung sultan thaf sinar basarsyah terbentuk karena adanya dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Yang pertama, faktor internal yaitu memiliki daya tarik pengunjung terhadap wisata religi di masjid karena di masjid agung sultan thaf sinar basarsyah terdapat bangunan-bangunan yang unik, suasana yang religi dan lingkungan yang bersih, nyaman serta di dukung dengan lingkungan sekitar yang luas dan nyaman. Yang kedua, faktor eksternal. Faktor ini memiliki daya tarik yang terbentuk lewat indra pengunjung yang sudah sering datang untuk mengunjungi wisata religi tersebut. Seperti yang diketahui oleh pengunjung yang sering datang ke wisata tersebut bahwa setiap pengunjung yang datang ke wisata religi harus menggunakan pakaian yang sopan seperti wanita harus menggunakan pakaian tertutup dan menggunakan jilbab sedangkan laki-lakinya menggunakan pakaian yang sopan dengan menggunakan celana panjang.

Dari keseluruhan jawaban narasumber dapat dilihat bahwa wisata religi di Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah memiliki daya tarik tersendiri yaitu karena suasana tempat wisata religi tersebut memiliki suasa yang sangat religi serta dukungan dari masyarakat setempat yang memiliki sikap ramah terhadap pengunjung. Selain itu, daya tatrik yang paling menonjol bagi pengunjung ialah karena bangunan masjidnya yg unik dan indah.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis membuat beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

- a. Hasil uji hipotesis yang diperoleh menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima kebenarannya bahwa **terdapat pengaruh respon pengunjung (X) terhadap daya tarik (Y)**, hal ini dikarenakan perhitungan yang telah dilakukan menunjukkan nilai $r_{xy} = 0,57$. Dengan melihat tabel r dengan sampel 75 orang dan taraf signifikan 5% maka nilai r_{tabel} adalah 0,1888 Maka dari itu hipotesis alternatif diterima.
- b. Hasil hitungan uji korelasi antara variabel X (Respon Pengunjung) dengan variabel Y (Daya Tarik) berada pada tingkat interpretasi yang sedang, yaitu antara 0,40-0,599. Maka dari itu secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa **respon pengunjung memiliki pengaruh yang sedang terhadap daya tarik religi masjid agung sultan thaf sinar basarsyah**.
- c. Berdasarkan hasil uji determinasi yang telah dilakukan diketahui bahwa besarnya presentase respon pengunjung terhadap daya tarik religi masjid agung sultan thaf sinar basarsyah adalah 32.49%
- d. Berdasarkan hasil uji signifikan yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa adanya hubungan yang signifikan antara variabel X (Respon

- e. pengunjung) dengan variabel Y (daya tarik). Hal ini diketahui dari hasil hitungan uji signifikan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel. $5,927 > 1,293$.

5.2 Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan respon pengunjung tergolong memiliki peran yang sedang dalam daya tarik religi masjid agung sultan thaf sinar basarsyah.
2. Harapan saya untuk masyarakat di Pondok Bali agar dapat meningkatkan keindahan, keasrian, kesejukan desa serta menambah ciri khas desa wisata religi tersebut agar saat pengunjung memasuki gerbang masjid sudah terasa aroma religi dan terdengarnya lantunan ayat suci al-qur'an.
3. Diharapkan bagi para pengunjung agar tetap menjaga kelestarian dan kebersihan di Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah agar tetap terjaga kenyamanan pengunjung lainnya, dengan cara membuang sampah pada tempatnya. Serta diharapkan kepada pengunjung untuk tetap menjaga kesopanannya dalam berpakaian. Jadikan masjid tempat untuk beribadah bukan hanya tempat wisata.
4. Penulis juga menyadari bahwa hasil penelitian ini jauh dari kata sempurna, sehingga penulis berhadap kedepannya ada peneliti berikutnya yang dapat menawarkan pemikiran lebih.

DAFTAR PUSTAKA

- Arjana, I Gusti Bagus, (2016), Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Edisi 1, Cetakan 2, Rajawali Pers, Jakarta.
- Arsyad, Azhar. (2002). Media Pembelajaran, edisi 1. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Azwar, S. (2003). Reliabilitas dan Validitas, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bahammam et al. (2012). The Relationship between sleep and wake habits and academic performance in medical students: a cross sectional study. In BMC medical education, 12, 61-66
- Bintang, ersya, mega. (2020) Skripsi : persepsi pengunjung terhadap daya tarik komunikasi wisata religi dibabussalam besilam
- Budi, Rayusdawati, (2010). Pengantar Ilmu Komunikasi. Makassar: KRETAKUPA Print.
- Bungin, Burhan. (2015). *Komunikasi Pariwisata* . Jakarta: Prenada Group
- Chaplin J. P. (2004). Kamus Lengkap Psikologi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Chotib, Moch. (2015). Potensi Pengembangan Wisata Religi dikabupaten Jember, Jember: IAIN Jember Press
- Chotib, Moch. (2015). Wisata Religi Di Kabupaten Jember. Jurnal FENOMENA. Vol. 14 No 2.
- Deddy, Mulyana. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung:PT. Remaja Rosdakarya
- Destine, f, w. (2016) Skripsi : pengelolah objek wisata masjid sebagai destinasi wisata religi islami di kota semarang
- Duli. Nikolaus. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi, & Analisa Data Dengan SPSS. Yogyakarta : Deepublish Publisher.
- Effendy, Onong Uchyana. (2011). Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- . (2007). Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hermawan, Asep Heri, dkk. 2007. Media Pembelajaran Sekolah Dasar. Bandung: UPI Press
- Ilaihi, Wahyu. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Israel Kreiner, N.C., Shmueli, D.F., Gal, M.B (2015). Understanding Conflicts At Religious-Tourism Sites: The Baha'i World Center, Tourism Management Perspectives. Retrieved from, [Http://Dx.Doi.Org/10.1016/2015J.Tmp..04.001](http://Dx.Doi.Org/10.1016/2015J.Tmp..04.001)

Keliwar, S.dan Nurcahyo, A.(2015).Motivasidan persepsi pengunjung terhadapobjek wisata desa budaya rampang di samarinda.JurnalManajemen ResortdanLeisure.12(2):10-27.

Niken Ayu P., Anifatul Hanim., dan Fajar Wahyu. (2015). 'Identifikasi Faktor Penentu Pengembangan Obyek Wisata Di Kabupaten Demak'. Skripsi. Jember: UNEJ.

Notoadmodjo. 2014. Metode Penelitian Kesehatan. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Octami, Shella. (2020) skripsi : Pengaruh teknologi komunikasi pesan singkat wa terhadap efektivitas komunikasi internal perusahaan PT.JNE Medan

Rahman. (2016). Penerapan Model Problem Based Learning Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Pada Subtema Keunikan Daerah Tempat Tinggalku.Bandung: Universitas Pasundan.

Rakhmad, Jallaludin, (2005). Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Spillane, James J. (1987). Pariwisata Indonesia, Sejarah dan Prospeknya. Kanisius

Sugiyono. (2016). Metode Peneliti Kualitatif, Kuantitatif dan R&D. Bandung : CV. Alfabeta.

----- (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Suryono, Agus. (2004). Paket Wisata Ziarah Umat Islam. Semarang : Kerjasama Dinas Pariwisata Jawa Tengah dan STIEPARI Semarang.

Suwantoro, Gamal. (2004). Dasar-dasar Pariwisata. Penerbit Andi Yogyakarta

Suyitno. (2006). Perencanaan Wisata. Yogyakarta : Kanisius.

Wahyuni, indah. (2020) skripsi : Respon mahasiswa universitas negeri medan terhadap wacana kampus merdeka

Artikel Internet:

<https://brisik.id/read/55581/masjid-agung-deli-serdang-sentuhan-arsitektur-budaya-lokal-dan-khas-timur-tengah>

<https://www.pariwisatasumut.net/2020/05/masjid-agung-deli-serdang-ikon-lubuk-pakam.html>

<https://simas.kemenag.go.id/profil/masjid/62263>

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Lampiran 1. Pengisian Kuisisioner



Lampiran 2. Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah



Lampiran 3. Ruang Tunggu Masjid

Kuisisioner
Respon Pengunjung Terhadap Daya Tarik Masjid Agung Sultan Thaf Sinar
Basarsyah Lubuk Pakam

Assalamualaikum Wr.Wb.

Perkenalkan nama saya Delvi Putri Irawanda mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dalam rangka penelitian skripsi dan sebagai syarat kelulusan dalam meraih gelar Sarjana (S1), saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan yang berhubungan dengan topik yang diteliti. Semua identitas dan data yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan akan menjadi kerahasiaan sesuai kode etik penelitian.

Atas bantuan dan Kerjasama yang Bapak/Ibu/Saudara/i, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Delvi Putri Irawanda

Petunjuk pengisian

1. Seluruh pertanyaan berikut berkaitan dengan Daya Tarik Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah Lubuk Pakam
2. Bacalah dengan seksama setiap pertanyaan atau pernyataan di bawah ini
3. Pilihlah jawaban sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i
4. Jawablah pertanyaan dengan teliti tanpa ada yang terlewatkan
5. Jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i bersifat rahasia

Keterangan :

- SS : Sangat Setuju
- S : Setuju
- KS : Kurang Setuju
- TS : Tidak Setuju
- STS : Sangat Tidak Setuju

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Usia :

Pekerjaan :

Pendidikan Terakhir :

Agama :

Jenis Kelamin :

- Laki-laki
- Perempuan

Respon Pengunjung

No	Daftar Pertanyaan Atau Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya mengetahui adanya Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya Lubuk Pakam					
2.	Saya mengetahui bahwa Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya Lubuk Pakam selalu ramai pengunjung setiap harinya					
3.	Saya mengetahui Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya merupakan Masjid termegah di Lubuk Pakam					
4.	Saya mengetahui Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya Lubuk Pakam dari media sosial					
5.	Saya tidak akan mengambil atau merusak fasilitas Masjid					
6.	Saya ingin masyarakat yang berkunjung melaksanakan shalat jika waktunya tiba, tidak hanya beristirahat dan berfoto saja					
7.	Saya kagum dengan kemegahan Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya Lubuk Pakam berbeda dengan Masjid lainnya					
8.	Saya datang ke Masjid hanya untuk beribadah					
9.	Saya datang ke Masjid hanya untuk mengabadikan momen keindahan Masjid					
10.	Saya datang ke Masjid hanya untuk beristirahat					

Daya Tarik Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsyah Lubuk Pakam

No	Daftar Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Ruang tunggu yang disediakan pengelola Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya Lubuk Pakam memberikan kenyamanan bagi pengunjung					
2.	Fasilitas ibadah yang disediakan pengelola Masjid memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk menunaikan ibadah Sholat					
3.	Keberadaan para pedagang di seputaran Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya Lubuk Pakam membuat pengunjung dapat lebih bertahan di lokasi masjid					
4.	Air Mancur Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya Lubuk Pakam memberikan keindahan tersendiri					
5.	Area parkir yang luas membuat pengunjung tidak kesulitan untuk berada di seputaran lokasi Masjid					
6.	Kenyamanan terhadap penyimpanan Sandal/Sepatu pengunjung, memberikan rasa nyaman bagi pengunjung					
7.	Pengelola Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya Lubuk Pakam berperilaku ramah dan sopan					
8.	Kemegahan Masjid Agung Sultan Thaf Sinar Basarsya Lubuk Pakam, memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk mengabadikan atau medokumentasikan keberadaan dirinya di lokasi Masjid					



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Itikad, Tulus, Amanah, Berkualitas, Berprestasi, Berkeadilan
Kampus yang Menginspirasi

MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsu.medan](https://www.facebook.com/umsu.medan) [umsu.medan](https://www.instagram.com/umsu.medan) [umsu.medan](https://www.youtube.com/channel/UC...) [umsu.medan](https://www.tiktok.com/@umsu.medan)

Nomor : 734/KE1/IL3-AU/UMSU-03/F/2021
Lampiran : --
Hal : *Mohon Diberikan izin*
Penelitian Mahasiswa

Medan, 17 Dzulqaidah 1442 H
28 Juni 2021 M

Kepada Yth : Kepala Badan Kenaziran Masjid Agung Al-Ikhlas
Lubuk Pakam
di-

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr. Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan

Untuk memperoleh data penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu (S1), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

Nama Mahasiswa : **DELVI PUTRI IRAWANDA**
N P M : 1703110093
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) / Tahun Akademik 2020/2021
Judul Skripsi : **RESPON PENGUNJUNG TERHADAP DAYA TARIK RELIGI
MASJID AGUNG AL-IKHLAS LUBUK PAKAM**

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.
Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



Dekan

Dr. **ARIFIN SALEH**, S.Sos., MSP.

Cc : File.



UMSU
Unggul & mandiri terpercaya
Eksistensikan orang di apa & sesuaikan
nama dan lar pialnya

067-17-311

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Baerl No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua Jurusan ILMU KOMUNIKASI
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 16 FEBRUARI 2021.

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : DELVI PUTRI IRAWANDA
N P M : 1703110093
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
Tabungan sks : 127 sks, IP Kumulatif : 3,41

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	RESPON PENGUNJUNG TERHADAP DAYA TARIK RELIGI MASJID AGUNG	19/2 - 2021 ✓
2	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PENANGKARAN BUAYA ASAM KUMBANG DALAM MENINGKATKAN KUNDUNGAN WISATA	
3	STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS OPTIK HIKMAWATI DALAM MEMASARKAN KACA MATA	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;*)

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Jurusan :
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl.20....

Ketua,

(.....)

Pemohon,

Delvi Putri Irawanda

(DELVI PUTRI IRAWANDA)

Abhyabr Anshori
Pb: ABHYBR ANSHORI

*) dilampirkan setelah judul ditandasetujui oleh Ketua Jurusan.



Buku ini merupakan salah satu upaya dalam meningkatkan kualitas dan integritas

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: rektor@umsu.ac.id

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**

Nomor : 217/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2021

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018 dan Rekomendasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **19 Pebruari 2021** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **DELVI PUTRI IRAWANDA**
N P M : 1703110093
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VIII (Delapan) Tahun Akademik 2020/2021
Judul Skripsi : **RESPON PENGUNJUNG TERHADAP DAYA TARIK RELIGI
MASJID AGUNG SULTAN THAF SINAR BASARSYAH LUBUK
PAKAM**
Pembimbing : **AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018.
2. Sesuai dengan nomor terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 067.17.0311 tahun 2021.
3. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 19 Pebruari 2022.

Ditetapkan di Medan,
Medan, 04 Safar 1443 H
11 September 2021 M



Dr. Anwar Saleh, S.Sos., MSP.





Teks mengenai surat ini dapat diunduh dari nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 20 APRIL 2021

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : DELVI PUTRI IRAWANDA
N P M : 1703110093
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti **Seminar Proposal Skripsi** yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor. 217 /SK/IL3/UMSU-03/F/2021, tanggal dengan judul sebagai berikut :

RESPON PENGUNJUNG TERHADAP DAYA TARIK RELIGI

MASJID AGUNG

SULTAN THAF SINAR

BASARSYAH LUBUK PAKAM

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir **ASLI**;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP warna **BIRU**.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Mercetui :

Pembimbing

AKHYAR ANSHORI

Pemohon,

DELVI PUTRI IRAWANDA

UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 587/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2021



Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 02 Juni 2021
Waktu : 09.00 WIB s.d. 12.00 WIB
Tempat : Online/Daring
Pemimpin Seminar : Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom.

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
1	ADIKA HERI SANDY	1703110007	NURHASANAH NASUTION, S.Scs., M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI TJG, S.Sos., M.A.P.	STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA OLEH DINAS PARIWISATA KABUPATEN LANGKAT DALAM MENGEKSPANSI DESTINASI WISATA MANCANEGERA TANGKAMAN
2	DELVI PUTRI RAWANDA	1703110093	NURHASANAH NASUTION, S.Scs., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	RESPON PENCUNJUNG TERHADAP DAYA TARIK RELIGI MASJID AGUNG AL-KHLAS LURUK PAKAM
3	TENGGU DINDA ANJANI	1703110072	NURHASANAH NASUTION, S.Scs., M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PEMBERLAKUAN PEMBATASAN KEGIATAN MASYARAKAT DALAM MENEGAH PENYEBARAN COVID 19 (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KWALA BINGA)
4					
5					

Medan, 13 Syawal 1442 H

31 Mei 2021 M


Dr. Nurhasanah Nasution, S.Sos., MSP.



UMSU
Unggul | Cerdas | Berprestasi

Bisa menjawab surat, di agar dibuktikan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : DELVI PUTRI IRAWANDA
NPM : 1703110093
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
Judul Skripsi : RESPON PENGUNJUNG TERHADAP DAYA TARIK RELIGI
MASJID AGUNG SULTAN THAF SINAR BASARSYAH

No.	Tanggal	Kegiatan Adv/s/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	15-3-2021	Bimbingan Proposal skripsi	
2.	1-4-2021	Revisi Proposal	
3.	20-4-2021	Acc Proposal	
4.	2-6-2021	Seminar Proposal	
5.	16-6-2021	Revisi Kuisioner penelitian	
6.	28-6-2021	Bimbingan skripsi BAB I-III	
7.	24-9-2021	Bimbingan skripsi BAB IV-V	
8.	29-9-2021	Revisi skripsi	
9.	5-10-2021	Revisi skripsi	
10.	6-10-2021	ACC skripsi	

Medan, 29 SEPTEMBER 2021.

Dekan,

(Dr. Arifin Saeh, S.Sos, MSP)

Ketua Jurusan,

(AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.KOM)

Pembimbing,

(AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.KOM)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Sk-10



UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI

Nomor : 1137/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2021

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Sabtu, 09 Oktober 2021
Waktu : 09.00 WIB s.d. Selesai
Tempat : Ruang 208-209 FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
1	WIKA ANGGRAINI	1703110047	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	RESPON SISWA SMK MULTI KARYA TERHADAP PEMBELAJARAN DARING DI MASA PANDEMI COVID 19
2	WINDA DEVI RAMADHANI	1703110025	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	POLA KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MEMBUAT KARYA SASTRA PADA KOMUNITAS RUANG SASTRA UNIVERSITAS NEGERI MEDAN
3	DARA TASYA ADILLA	1703110085	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	STRATEGI PENYIAR RADIO KISS FM MEDAN DALAM MENGEMBANGKAN KREATIVITAS DIRI DI ERA DIGITAL
4	DELVI PUTRI IRAWANDA	1703110093	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	RESPON PENGUNJUNG TERHADAP DAYA TARIK RELIGI MASJID AGUNG SULTAN THAF SINAR BASARSYAH LUBUK PAKAM
5	ADIKA HERI SANDY	1703110007	AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	CORRY NOVRICA AP SINAGA, S.Sos., M.A.	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	STRATEGI KOMUNIKASI PARIWISATA OLEH DINAS PARIWISATA KABUPATEN LANGKAT DALAM MENGEMBANGKAN DESTINASI WISATA MANCANEGARA TANGKAHAN

Notulis Sidang :

1.

Ditetapkan oleh :
a.n. Rektor
Wakil Rektor I

Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Ketua,

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Medan, 30 Safar 1443 H

07 Oktober 2021 M

Panitia Ujian



Sekretaris

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Delvi Putri Irawanda
Tempat/ Tanggal Lahir : Lubuk Pakam , 04 September 1998
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kebangsaan : Indonesia
Alamat : Jl. Bunga Raya Asrama Yonkav 6/NK Blok Irian No 175
Nama Orangtua
Ayah : Irawan
Ibu : Susilawaty
Alamat : Jl. Bunga Raya Asrama Yonkav 6/NK Blok Irian No 175

Jenjang Pendidikan

1. SD Negeri No. 108306 Tanjung Garbus : 2004 - 2010
2. MTs Swasta Istiqomah : 2010 - 2013
3. SMK Negeri 9 Medan : 2013 - 2016
4. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara : 2017 – 2021

Medan, 27 Oktober 2021

Delvi Putri Irawanda