

**EFEKTIVITAS SOSIALISASI MESJID RAYA AL-OSMANI  
MELALUI MEDIA ONLINE INSTAGRAM DARI ORGANISASI KAUMI  
TERHADAP MINAT PENGUNJUNG**

**SKRIPSI**

*Diajukan Guna Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi Humas*

**Oleh :**

**M. IKHWAN SAPTA PUTRA**  
**1503110056**



**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2020**

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama : M. IKHWAN SAPTA PUTRA  
NPM : 1503110056  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : EFEKTIVITAS SOSIALISASI MESJID RAYA  
AL-OSMANI MELALUI MEDIA ONLINE  
INSTAGRAM DARI ORGANISASI KAUMI  
TERHADAP MINAT PENGUNJUNG

Medan, 21 Februari 2020

PEMBIMBING

  
Drs. **BAHRUM JAMIL, M.AP**

DISETUJUI OLEH  
KETUA PROGRAM STUDI

  
NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom.

DEKAN

  
Dr. **ARIEIN SALEH, S.Sos, M.SP**



## BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Nama : M. IKHWAN SAPTA PUTRA  
NPM : 1503110056  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Pada hari, Tanggal : Jumat, 21 Februari 2020  
Waktu : 09.00 Wib s/d Selesai

### TIM PENGUJI

PENGUJI I : NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom

PENGUJI II : AKHYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom

PENGUJI III : Drs. BHRUM JAMIL, M.AP

### PANITIA UJIAN

Ketua

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, M.SP

Sekretaris

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

## PERNYATAAN



Dengan ini saya, M. IKHWAN SAPTA PUTRA, NPM 1503110056, 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 menurut 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 di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis di dalam 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 saya beserta nilai-nilai ujian skripsi saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 24 Februari 2020  
Yang Menyatakan



**M. IKHWAN SAPTA PUTRA**  
NPM. 1503110056

## ABSTRAK

**Efektivitas Sosialisasi Mesjid Raya Al-Osmani melalui Media Online Instagram dari Organisasi KAUMI terhadap Minat Pengunjung. Skripsi. Medan: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana efektivitas sosialisasi mesjid raya Al-Osmani melalui media online instagram dari organisasi KAUMI terhadap minat pengunjung. Tujuan dalam penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah untuk mengetahui bagaimana efektivitas sosialisasi mesjid raya Al-Osmani melalui media online instagram dari organisasi KAUMI terhadap minat pengunjung. Subjek dalam penelitian ini adalah pengunjung mesjid raya Al-Osmani. Objek dalam penelitian ini adalah sosialisasi melalui media online dari instagram. Teknik pengumpulan data adalah melalui kepustakaan, observasi dan wawancara yang dilakukan pada saat berlangsungnya penelitian. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *Efektifitas Sosialisasi Mesjid Raya Al-Osmani melalui Media Online Instagram* sangat berpengaruh terhadap minat pengunjung. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pengunjung yang tertarik untuk beribadah di mesjid Raya Al-Osmani.

**Kata Kunci:** Media Online Instagram, Organisasi KAUMI, Mesjid Raya Al-Osmani, Minat Pengunjung.

## KATA PENGANTAR



**Assalamualaikum, Wr.Wb**

Dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan petunjuk dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “*Efektivitas Sosialisasi Masjid Raya Al-Osmani Melalui Media Online Instagram dari Organisasi KAUMI terhadap Minat Pengunjung*” dengan baik.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan ini banyak terdapat kekurangan dalam penulisan, isi dan bahkan penyampaian. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada ayahanda tercinta **Surya Putra** dan Ibunda tercinta **Wiza Maryanti** selaku orang tua yang telah membesarkan dan mendidik penulis, sehingga penulis dapat duduk dibangku perkuliahan dan dapat menyelesaikannya.

Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak **Dr. Agussani, M.AP** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak **Dr. Arifin Saleh, S.Sos, M.SP** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak **Drs. Zulfahmi M.I.Kom** selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak **Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom** selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Ibu **Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak **Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom** selaku Sekertaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak **Drs. Bahrum Jamil, M.AP** selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
8. Bapak **Abah Salman, S.H, Abdul Rahman, Muhammad Fahri dan Afif Firmansyah** selaku narasumber yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Mesjid Al-Osmani dan memberikan informasi yang bermanfaat bagi peneliti.
9. Untuk abang dan kakak **Gita Mahardika Putra, Aldiar Ramadhan, Tri Suci Winarti, Aldino Safiko, Dimas Panca Putra, dan Arief Hidayatullah**, yang telah memberikan masukan dan motivasi guna penyelesaian studi.
10. Teristimewa untuk **Maharani Fahira** yang selalu menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-temanku **Mulki, Rio, dan Andre** yang selalu memotivasi dan member semangat dalam studiku, serta rekan-rekan mahasiswa Ilmu Komunikasi Stambuk 2015 yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuan dan kerjasamanya selama duduk di bangku perkuliahan.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Dengan ini Penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

**Wassalamu'alaikum Wr, Wb.**

Medan, Maret 2020  
Penulis,

M. IKHWAN SAPTA PUTRA  
NPM: 1503110056



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK ...</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah .....	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Masalah.....	6
F. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS.....</b>	<b>7</b>
A. Landasan Teoritis.....	7
1. Komunikasi .....	7
2. Komunikasi Massa .....	13
3. Efektivitas.....	18
4. Sosialisasi .....	20
5. Media Online.....	27
6. Minat Pengunjung .....	32

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	35
1. Lokasi Penelitian .....	35
2. Waktu Penelitian .....	35
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	35
1. Subjek Penelitian .....	35
2. Objek Penelitian .....	35
C. Jenis Penelitian .....	35
D. Kerangka Konsep Penelitian .....	36
1. Definisi Konsep .....	36
2. Kategorisasi Penelitian .....	39
3. Informan atau Narasumber .....	39
4. Paradigma Penelitian .....	40
E. Instrumen Penelitian .....	40
1. Studi Kepustakaan .....	41
2. Studi Lapangan .....	41
F. Teknik Analisis Data.....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
A. Deskripsi Hasil Penelitian.....	43
B. Deskripsi Pembahasan Hasil Penelitian.....	51
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>53</b>
A. Kesimpulan .....	53
B. Saran .....	54

**DAFTAR PUSTAKA ..... x**

**LAMPIRAN. ....**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Kategorisasi Penelitian.....	39
-----------------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Hasil Wawancara dengan Abah Salman .....
Lampiran 2. Hasil Wawancara dengan Abdul Rahman .....
Lampiran 3. Dokumentasi .....

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Salah satu unsur penting dalam struktur masyarakat Islam adalah masjid. Mulai dari masa Nabi SAW sampai saat ini, masjid menjadi pusat kegiatan kaum muslimin. Bahkan kegiatan di bidang pemerintah dipecahkan di lembaga masjid. Masjid merupakan suatu bangunan yang didirikan sebagai tempat ibadah kepada Allah SWT. Akar kata dari masjid adalah “sajada” dimana “sajada” berarti sujud atau tunduk. Pada zaman sekarang pembangunan masjid begitu pesat, kita bisa melihat dikotakota besar, di desa-desa, rumah sakit, kampus, terminal, telah banyak didirikan masjid sehingga umat muslim dapat mudah untuk menemukan bangunan masjid.

Masjid baru diberbagai tempat ataupun merenovasi atas masjid masjid lama merupakan bentuk semangat masyarakat. Selain ibadah kepada Allah di dalam masjid seseorang dapat menjalin tali silaturahmi kepada sesama umat muslim untuk meningkatkan solidaritas, memperdalam ilmu-ilmu pengetahuan agama ataupun umum dan kegiatan lain untuk menambah ketaqwaan kepada Allah SWT. Sehingga mesjid berfungsi pula menjadi pusat pengembangan kebudayaan Islam, terutama saat gedung-gedung khusus untuk itu belum didirikan. Pentingnya masjid dalam kehidupan umat muslim telah terbukti dengan terulang - ulangnya kata masjid dalam Al-Qur'an sebanyak dua puluh delapan kali

yang berintikan pada tempat ketundukan insan pada Kholiknya (Wahidin, 2012: 23).

Dalam Al-Qur'an surah At-Taubah ayat 18 Allah SWT berfirman mengenai pentingnya memakmurkan masjid: "Sesungguhnya yang memakmurkan masjid Allah hanyalah orang-orang yang beriman kepada Allah dan hari kemudian. Serta tetap melaksanakan shalat, menunaikan zakat tidak takut kepada apa pun kecuali kepada Allah. Maka mudah-mudahan mereka termasuk orang-orang yang mendapat petunjuk".

Dari firman diatas orang yang wajar memakmurkan masjid yakni tidak lain kecuali siapa yang beriman dengan benar kepada Allah dan hari kemudian, serta tetap mendirikan shalat secara tekun dan benar, menunaikan zakat dengan sempurna dan tidak takut kepada siapa pun kecuali kepada Allah. Maka mereka itulah yang sangat jauh lagi tinggi kedudukannya adalah orang-orang yang diharapkan termasuk golongan orang-orang yang mendapat petunjuk serta melaksanakan secara sempurna petunjuk Allah SWT.

Masjid didirikan oleh orang-orang takwa secara bergotong royong untuk kemaslahatan bersama. Dengan demikian peranan masjid tidak hanya menitikberatkan pada pola aktivitas yang bersifat akhirat, tetapi memperpadukan antara aktivitas ukhrawi dan aktivitas duniawi. Dalam perkembangannya yang terakhir, masjid mulai memperhatikan kiprah operasional menuju keagamaan dan kesempurnaan kegiatan. Belakangan ini bermunculan masjid yang menampilkan gaya bentuk arsitektur yang beraneka ragam. Terutama dikota-kota besar, banyak masjid yang berdiri dengan kemewahan dan keindahan. Dalam masalah bangunan

fisik masjid, Islam tidak menentukan dan mengaturnya. Artinya, umat Islam diberikan kebebasan, sepanjang bangunan masjid itu berperan sebagai rumah ibadah pusat kegiatan jamaah/umat. Tujuan pendiriannya pun harus ditetapkan secara jelas dan benar-benar disadari sejak awal, karena itu keberadaan sebuah masjid tidak mubazir. Di dalam aspek kegiatan mesjid, sebenarnya dapat dilihat berdasarkan ruang lingkup kelembagaan masjid itu sendiri. Diantara lembaga masjid yang mensejahterahkan aspek kegiatan masjid itu adalah lembaga dakwah bakti sosial, lembaga manajemen, dana, serta lembaga pengelola jamaah.

Berdirinya masjid tidak hanya sebagai tempat ibadah saja melainkan sebagai kegiatan umat muslim dalam memperdalam ilmu agama, untuk itu masjid mempunyai kegiatan sebagai wadah masyarakat untuk menimba ilmu, meliputi kegiatan kajian rutin lainnya. Untuk itu masjid perlu dikelola dengan menerapkan manajemen sosialisasi yang baik, hal ini bertujuan memaksimalkan fungsi dan peran masjid, selain itu pengelolaan masjid yang baik dapat meningkatkan pelayanan yang dilakukan oleh pengurus masjid, karena kegiatan yang dilaksanakan sangat menuntut untuk memenuhi kebutuhan jama'ah yang sangat kompleks berupa sarana maupun prasarana masjid sehingga apabila kegiatan dikelola dengan baik maka jama'ah akan merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan serta selalu semangat untuk mengunjungi masjid baik untuk beribadah kepada Allah SWT maupun untuk memperdalam ilmu agama (Tudjimah, Yessi, 1985: 15).

Berkaitan dengan sosialisasi mesjid dalam membentuk pribadi masyarakat yang islami sepertinya kurang disadari oleh pengurus-pengurus mesjid dalam



memakmurkan mesjid. Hasil riset Kementerian Agama seperti yang disampaikan Direktur Pemberdayaan Zakat Pusat Kemenag Pusat pada tahun 2012, ternyata menemukan kondisi yang sangat ironis bahwa 89,9% dari total tempat mesjid di Indonesia sepi dari sosialisasi kegiatan keagamaan. Beberapa fakta yang kerap kali disaksikan tentang mesjid ialah mesjid yang berukuran besar dan jumlahnya banyak, namun sepi akan pengunjung atau jama'ah mesjid.

Sosialisasi akan pentingnya mesjid sebagai pusat kegiatan keagamaan untuk saat ini baru muncul di mesjid-mesjid baru terutama di perkotaan saja dan belum muncul di mesjid-mesjid perkampungan. Fenomena tentang sedikitnya jumlah pengunjung dalam menjalani kegiatan keagamaan didapati oleh peneliti terjadi di Mesjid Raya Al- Osmani kampung Seruwei, kelurahan Labuhan Deli, Kota Medan. Kegiatan keagamaan yang semakin meningkat di Masjid Raya Al-Osmani ternyata tidak cukup diikuti dengan bertambahnya jumlah pengunjung.

Hal itu diungkapkan oleh salah satu Organisasi KAUMI (Kesatuan Aksi Umat Islam) dalam memakmurkan, dan mensosialisasikan Mesjid Raya Al-Osmani. Fenomena ini tentunya menjadi suatu permasalahan karena mesjid adalah tempat dimana pusat kegiatan beribadah serta keagamaan yang seharusnya banyak pengunjung atau berjama'ah beramai-ramai dalam memakmurkan mesjid.

Hasil penelitian juga didapatkan bahwa paling dominan yang sangat mempengaruhi pengunjung atau jama'ah adalah media sosial. Pada media sosial seseorang dapat dengan mudah berinteraksi, berkomunikasi, menyebar informasi serta mengirim pesan secara tidak langsung. Kepedulian dan konsistensi

Organisasi KAUMI dalam melakukan sosialisasi di Media Sosial terutama di media Instagram dapat mendorong dan meningkatkan jumlah pengunjung atau jama'ah untuk senantiasa melakukan kegiatan keagamaan di Mesjid Raya Al-Osmani.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Efektivitas Sosialisasi Mesjid Raya Al-Osmani Melalui Media Online Instagram dari Organisasi KAUMI terhadap Minat Pengunjung”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Kurangnya ketertarikan masyarakat untuk mengunjungi mesjid.
2. Pengaruh media online Instagram terhadap minat pengunjung.
3. Peran organisasi KAUMI terhadap peningkatan Mesjid Raya AL-Osmani.

## **C. Batasan Masalah**

Mengingat kompleksnya permasalahan yang ada, agar masalah yang diteliti lebih jelas dan terarah, maka masalah pada penelitian ini perlu dibatasi yaitu efektifitas sosialisasi Mesjid Raya Al-Osmani melalui media online Instagram dari organisasi KAUMI terhadap minat pengunjung.

## **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: “Bagaimana efektivitas sosialisasi Mesjid Raya Al-Osmani

melalui media online Instagram dari organisasi KAUMI terhadap minat pengunjung?”

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah: “Untuk mengetahui bagaimana efektivitas sosialisasi Mesjid Raya Al-Osmani melalui media online Instagram dari organisasi KAUMI terhadap minat pengunjung.”

#### **F. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

##### 1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat disumbangkan kepada FISIP UMSU khususnya jurusan ilmu komunikasi dalam rangka memperkaya literatur bacaan dan khasanah penelitian bagi mahasiswa.

##### 2. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan berupa penambahan ilmu pengetahuan mengenai pengelolaan kegiatan mesjid. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah untuk memperluas dunia ilmu pengetahuan dalam disiplin ilmu bersosialisasi.

##### 3. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan atau rujukan kepada berbagai pihak khususnya kepada lembaga-lembaga yang terkait dalam hal sosialisasi dan bermanfaat bagi kaum muslimin atau mesjid-mesjid di kota medan serta masyarakat khususnya mahasiswa.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORITIS**

#### **A. Komunikasi**

##### **1. Pengertian Komunikasi**

Kegiatan manusia tidak lepas dari aktivitas komunikasi karena merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia. Dapat dipastikan kegiatan sehari-hari manusia sejak dari bangun tidur sampai manusia beranjak tidur kembali malam hari selalu ada aktivitas komunikasi. Komunikasi juga difungsikan sebagai alat pertukaran pesan kepada individu maupun kelompok. Hal ini sesuai dengan pendapat (Mulyana, 2008:46) yang mengatakan bahwa kata komunikasi atau communication dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (to make common).

Berbicara tentang definisi komunikasi, tidak ada definisi yang benar ataupun salah. Beberapa tentang definisi mungkin terlalu sempit, misalnya “komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik”, atau terlalu luas, misalnya “komunikasi adalah interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih”.

Komunikasi adalah proses penyampaian dan penerimaan pesan oleh manusia dengan sarana tertentu dan imbas tertentu. Proses itu disampaikan oleh seseorang pada diri sendiri atau orang lain. Penerima pesannya pun bisa diri sendiri atau orang lain, dalam skala luas ataupun sempit. Maka dari itu diperlukan komunikasi sebagai sarana dalam menyampaikan dan menerima pesan kepada

orang lain. Jika salah dalam berkomunikasi, maka akan menghambat pendekatan terhadap orang lain. Hal ini sependapat dengan (Zainul Maarif, 2015:14) yang mengatakan bahwa “Sarana untuk menyampaikan dan menerima pesan kadang berupa hal-hal yang melekat pada diri, kadang berupa hal-hal yang dibuat lebih lanjut dengan ilmu pengetahuan dan teknologi. Imbasnya kadang sesuai dengan keinginan pengirim/penerima pesan, kadang tidak sesuai”.

## **2. Unsur-Unsur Definisi Komunikasi**

### **a. Pengirim/Sumber**

Pengirim adalah orang yang membuat pesan. Seperti yang diungkapkan (Liliwari, 2011: 39) bahwa pengirim merupakan pemrakarsa yang ingin menyajikan pikiran dan pendapat tentang suatu peristiwa atau objek. Sebagai pengirim pesan yang bertujuan tertentu, maka pengirim tidak selalu dalam posisi serba tahu atau serba kenal terhadap penerima, karena itu pengirim mentransmisi pesan untuk mendapat respon demi menyamakan persepsi terhadap pesan.

### **b. Penerima**

Penerima adalah orang yang menafsirkan pesan yang diucapkan atau yang ditulis. Sama seperti informasi mengenai objek atau peristiwa, maka penerima tentu pernah mempunyai pengalaman sekecil apapun terhadap pesan-pesan tertentu, yang bisa sama atau berbeda dengan pengirim. Ketika suatu pesan diterima, maka orang yang menerima menginterpretasi pesan-pesan ini kemudian dapat dikirimkan kembali kepada pengirim.

### **c. Encoding dan Decoding**

Encoding adalah proses dimana pengirim menerjemahkan ide atau maksudnya kedalam simbol-simbol berupa kata-kata atau non-verbal. Hasil terjemahan ide ini merupakan pesan yang akan dikirimkan kepada penerima. Sementara itu, aktivitas seorang penerima adalah decoding, yaitu menerjemahkan simbol-simbol verbal dan non-verbal tadi kedalam pesan yang bisa saja mirip, persis sama dengan, atau sangat berbeda dari apa yang dimaksudkan pengirim.

### **d. Pesan**

Pesan adalah gagasan, perasaan, atau pemikiran yang telah di *encode* oleh pengirim atau di *decod* oleh penerima. Pada umumnya pesan-pesan berbentuk sinyal, simbol, tanda-tanda atau kombinasi dari semuanya dan berfungsi sebagai stimulus yang akan direspon oleh penerima. Apabila pesan ini berupa tanda, maka kita dapat membedakan tanda yang alami artinya tanda yang diberikan oleh lingkungan fisik, tanda yang sudah dikenal secara universal. Contoh, guntur merupakan tanda hujan akan turun, asap merupakan tanda bahwa ada api, dan lain-lain.

### **e. Saluran**

Kita membayangkan sarana transportasi seperti mobil pengangkut barang atau manusia. Fungsi sarana ini adalah mengangkut atau memindahkan manusia atau barang dari suatu tempat ke tempat yang lain. Saluran komunikasi merupakan sarana untuk mengangkut atau memindahkan pesan dari pengirim kepada penerima. Dalam komunikasi, semua pesan yang dikirimkan harus melalui saluran, saluran bisa tunggal namun bisa juga banyak (bayangkan kita dapat

memilih naik kuda, naik mobil, kapal feri, atau naik pesawat terbang). Komunikasi antara sesama dilakukan melalui bahan cetakan seperti buku, email, atau telepon.

#### **f. Noise**

Komunikasi manusia tidaklah selalu lancar, komunikasi sering mengalami hambatan, gangguan, atau distorsi. Mengingat perkembangan model awal komunikasi berbasis pada teknik matematika maka Shannon dan Weaver mengartikan konsep *noise* sebagai “kebisingan”. Contohnya, ketika kita sedang berdiri di tepi trotoar lalu menelepon teman dengan telepon seluler. Dan apa yang akan terjadi? Yang terjadi adalah kita mengalami kebisingan karena hilir mudik kendaraan di jalan raya. Jika suara bising semakin keras maka kita semakin sulit mengirimkan pesan dan semakin sulit pula teman kita menerima, apalagi memahami maksud pesan yang akan kita sampaikan. Noise itu dapat berbentuk fisik, psikologis, fisiologis, dan semantik (Liliweri, 2011: 39).

#### **g. Feedback**

Feedback atau sering disebut “umpan balik” adalah respons yang diberikan oleh penerima terhadap pesan yang dikirimkan oleh pengirim.

### **3. Karakteristik Komunikasi**

#### **a. Komunikasi adalah Proses**

Komunikasi adalah proses, yakni bahwa komunikasi merupakan serangkaian tindakan atau peristiwa yang terjadi secara berurutan, serta berkaitan satu sama lainnya dalam kurun waktu tertentu. Sebagai suatu proses, komunikasi

tidak statis, tetapi dinamis, dalam arti akan selalu mengalami perubahan dan berlangsung terus menerus.

**b. Komunikasi Bersifat Transaksional**

Komunikasi bersifat transaksional, karena pada dasarnya komunikasi menuntut tindakan memberi dan menerima. Dua tindakan tersebut tentunya perlu dilakukan secara seimbang oleh masing-masing pelaku yang terlibat dalam komunikasi. Pengertian transaksional juga menunjuk pada suatu kondisi bahwa keberhasilan komunikasi tidak hanya ditentukan oleh satu pihak saja, tetapi oleh kedua belah pihak.

**c. Komunikasi adalah Upaya**

Komunikasi adalah upaya yang disengaja dan mempunyai tujuan, yakni bahwa komunikasi yang dilakukan seseorang sepenuhnya berada dalam kondisi mental psikologis yang terkendali dan terkontrol bukan dalam keadaan 'mimpi'. Disengaja juga maksudnya komunikasi yang dilakukan memang sesuai dengan kemauan dari pelakunya. Dan mempunyai tujuan berarti komunikasi menunjukkan kepada hasil atau akibat komunikasi yang diinginkan.

**d. Komunikasi Bersifat Simbiotik**

Komunikasi bersifat simbiotik, komunikasi yang dilakukan pada dasarnya menggunakan lambang-lambang atau simbol-simbol. Lambang yang paling umum digunakan adalah bahasa verbal dalam bentuk kata, kalimat, angka dan lain-lain. Dan juga bersifat non-verbal, seperti gerakan tubuh, tangan, kaki, warna, gambar, pakaian, simbiotik dan lain-lain.



#### **e. Komunikasi Menembus Ruang dan Waktu**

Komunikasi menembus faktor ruang dan waktu, yakni bahwa para peserta yang terlibat dalam komunikasi tidak harus hadir pada waktu serta tempat yang sama, karena adanya berbagai produk teknologi komunikasi, seperti telepon, faksimili dan lainnya.

### **4. Faktor Penghambat Komunikasi**

#### **a. Hambatan Sosiologis**

Hambatan sosiologis ini berkaitan dengan kedudukan atau status seseorang ketika berkomunikasi dengan orang lain yang kedudukannya atau statusnya lebih rendah darinya.

#### **b. Hambatan Antropologis**

Dalam melancarkan komunikasinya seorang komunikator tidak akan berhasil apabila tidak mengenal siapa komunikan yang dijadikan sasarannya. Yang dimaksud 'siapa' disini bukan nama yang disandang, melainkan ras apa, bangsa apa, atau suku apa. Dengan mengenal dirinya, akan mengenal pula kebudayaannya, gaya hidup, dan norma kehidupan, kebiasaan dan bahasanya antara komunikator dengan komunikan.

#### **c. Hambatan Psikologis**

Faktor psikologis sering kali menjadi hambatan dalam berkomunikasi. Hal ini umumnya disebabkan karena komunikator sebelum melancarkan komunikasinya tidak mengkaji diri komunikan. Komunikasi sulit berhasil apabila hambatan-hambatan dari sisi psikologis ini berupa, kondisi seorang

komunikannya, ketika sedang sedih, bingung, marah, kecewa, dan kondisi psikologis lainnya.

#### **d. Hambatan Semantis**

Faktor semantis ini mengenai bahasa yang digunakan komunikator kepada komunikan. Demi berhasilnya proses komunikasi, seorang komunikator harus benar-benar memperhatikan gangguan semantis ini, gangguan semantis ini berupa salah ucap, salah tulis, dan salah tafsir yang biasanya menimbulkan salah pengertian dan juga akan menimbulkan misscommunication atau salah komunikasi.

#### **e. Hambatan Mekanis**

Hambatan mekanis biasa dijumpai pada media yang dipergunakan dalam melancarkan komunikasi, hambatan pada beberapa media tidak mungkin diatasi oleh komunikator, misalnya hambatan yang terjadi pada suara telepon yang tidak jernih, suara hilang muncul dari pesawat radio, gambar televisi yang bersemut dan lain-lain.

### **B. Komunikasi Massa**

#### **1. Pengertian Komunikasi Massa**

Komunikasi massa adalah proses penciptaan makna bersama antara media massa dan khalayak. Dalam model komunikasi massa Schramm, umpan balik digambarkan dalam sebuah garis putus-putus yang diberi label umpan balik inferensial yang terlambat. Umpan balik ini lebih bersifat tidak langsung dari pada langsung. Eksekutif televisi, sebagai contoh, harus menunggu minimal sehari,

terkadang seminggu atau sebulan untuk mengetahui rating program baru (J. Baran, 2012: 7-8).

Definisi komunikasi massa menurut Meletzke berikut ini memperlihatkan massa yang satu arah dan tidak langsung sebagai akibat dari penggunaan media massa, juga sifat pesannya yang terbuka untuk semua orang. Dalam definisi Meletzke, komunikasi massa diartikan sebagai setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar. Istilah tersebar menunjukkan bahwa komunikan sebagai pihak penerima pesan tidak berada di suatu tempat, tetapi tersebar di berbagai tempat.

Kemudian ada definisi komunikasi massa menurut Gebner yang lebih rinci dikemukakan oleh ahli komunikasi yang lain, yaitu Gebner. Menurut Gebner (1967) "*Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies*". (Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat Indonesia.

Dari definisi Gebner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebarkan, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh

lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri. (Romli, 2016: 2).

## **2. Fungsi Komunikasi Massa**

Komunikasi massa adalah salah satu aktivitas sosial yang berfungsi di masyarakat. Robert K. Merton mengemukakan bahwa fungsi aktivitas memiliki dua aspek, yaitu:

1. Fungsi nyata (manifest function) adalah fungsi nyata yang diinginkan.
2. Fungsi tidak nyata atau tersembunyi (latent function), yaitu fungsi tidak diinginkan. Sehingga pada dasarnya setiap fungsi sosial dalam masyarakat itu memiliki efek fungsional dan disfungsional. Selain fungsi nyata (manifest function) dan fungsi tidak nyata (latent function), setiap aktivitas sosial juga berfungsi melahirkan (bearing function) fungsi-fungsi sosial lain, bahwa manusia memiliki kemampuan beradaptasi yang sangat sempurna. Sehingga setiap fungsi sosial yang dianggap membahayakan dirinya, walau ia akan mengubah fungsi-fungsi suasana yang ada.

## **3. Ciri-Ciri Komunikasi Massa**

Ciri-ciri komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik media audio visual maupun cetak. Komunikasi massa selalu melibatkan lembaga, dan komunikatornya bergerak dalam organisasi yang kompleks (Romli, 2016: 4-5). Apabila pesan itu disampaikan melalui media pertelevisian maka prosesnya komunikator melakukan suatu penyampaian pesan melalui teknologi audio visual secara verbal maupun nonverbal dan nyata. Adapun beberapa ciri-ciri komunikasi massa sebagai berikut:

1. Media massa menimbulkan keserempakan.
2. Komunikasi lebih mengutamakan isi dari pada hubungan.
3. Stimulasi massa yang bersifat satu arah.
4. Stimulasi alat indra yang terbatas.
5. Umpan balik tertunda dan tidak langsung.

#### **4. Etika Komunikasi Massa**

Sebelum membahas etika komunikasi massa, perlu digaris bawahi tentang pengertian etika. Disamping itu, juga perlu diketahui pengertian moral. Kata moral berasal dari bahasa Latin *Mores*. *Mores* berasal dari kata *mos* yang berarti *kesusilaan, tabiat, atau kelakuan*. Dengan demikian, moral bisa diartikan sebagai ajaran kesusilaan. Moralitas berarti hal mengenai kesusilaan. Moral juga berarti ajaran tentang baik-buruk perbuatan dan kelakuan. Sementara etika berasal dari kata Latin *Ethic*, sedangkan dalam bahasa Greek *Etthikos (a body of moral principles or values)*. Dengan demikian, *ethic* berarti *kebiasaan, habit, custom* (Nurudin, 2007:242).

Etika berkaitan dengan masyarakat yang berbeda serta akan berubah sesuai rentang waktunya. Bisa jadi ukuran sesuatu dikatakan beretika puluhan tahun yang lalu berbeda dengan saat sekarang. Maka, mempelajari etika moral dalam kehidupan bermasyarakat sudah menjadi suatu keharusan (Nurudin, 2007: 247). Etika menjadi ukuran wajib dalam komunikasi massa. Karena komunikasi massa dalam prosesnya melibatkan banyak individu mempunyai sifat khas berbeda yang menyebabkan berbeda pula dalam kepentingannya (Nurudin, 2007: 251).

## **5. Teori Komunikasi Massa**

### **a. Teori Agenda Setting**

Media massa memiliki kekuatan untuk mempengaruhi agenda media kepada agenda publik. Teori Agenda Setting didasari oleh asumsi demikian. Teori ini sendiri dicetuskan oleh Profesor Jurnalisme Maxwell McCombs dan Donald Shaw. Menurut McCombs dan Shaw, “Kita cenderung menilai sesuatu itu penting sebagaimana media massa menganggap hal tersebut penting. Jika media massa menganggap suatu isu itu penting maka kita juga akan menganggapnya penting. Sebaliknya, jika isu tersebut tidak dianggap penting oleh media massa, maka isu tersebut juga menjadi tidak penting bagi diri kita, bahkan menjadi tidak terlihat sama sekali.

Mc Combs dan Shaw pertama-tama melihat agenda media. Agenda media dapat terlihat dari aspek apa saja yang coba ditonjolkan oleh pemberitaan media tersebut. Mereka melihat posisi pemberitaan dan panjangnya berita sebagai faktor yang ditonjolkan oleh redaksi. Untuk surat kabar, headline pada halaman depan, tiga kolom di berita halaman dalam, serta editorial, dilihat sebagai bukti yang cukup kuat bahwa hal tersebut menjadi fokus utama surat kabar tersebut. Dalam majalah, fokus utama terlihat dari bahasan utama majalah tersebut. Sementara dalam berita televisi dapat dilihat dari tayangan *spot* berita pertama hingga berita ketiga, dan biasanya disertai dengan sesi tanya jawab atau dialog setelah sesi pemberitaan.

Mc Combs dan Shaw percaya bahwa fungsi agenda-setting media massa bertanggung jawab terhadap hampir semua apa-apa yang dianggap penting oleh

publik. Karena apa-apa yang dianggap prioritas oleh media menjadi prioritas juga bagi publik atau masyarakat. teori agenda-setting makin menegaskan kekuatan media massa dalam mempengaruhi benak khalayaknya. Media massa mampu membuat beberapa isu menjadi lebih penting dari yang lainnya. Media mampu mempengaruhi tentang apa saja yang perlu kita pikirkan. Lebih dari itu, kini media massa juga dipercaya mampu mempengaruhi bagaimana cara kita berpikir. Para ilmuwan menyebutnya sebagai *framing* (Nurudin, 2007:195-199).

## **C. Efektivitas**

### **1. Pengertian Efektivitas**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata efektif berarti dapat membuahkan hasil, mulai berlaku, ada pengaruhnya, akibat, dan efeknya. Efektif merupakan kata dasar, sementara kata sifat dari efektif adalah efektivitas. Efektivitas pada dasarnya berasal dari kata efek yang selanjutnya istilah ini digunakan sebagai hubungan sebab akibat, sehingga dapat dipandang sebagai suatu sebab dari variabel lain (Sudarsono, 1993: 66).

Efektivitas berarti bahwa tujuan yang telah direncanakan sebelumnya dapat tercapai atau sasaran tercapai karena adanya proses kegiatan. Dalam pengelolaan sebuah organisasi efektivitas merupakan unsur pokok yang digunakan untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan. Seberapa besar efektivitas dari sebuah kebijakan terkait program atau kegiatan organisasi ditentukan oleh pencapaian yang diperoleh sesuai dengan indikator yang telah ditentukan sebelumnya. Oleh karenanya sebuah kebijakan dapat disebut efektif

apabila telah tercapai tujuan ataupun sasaran seperti yang telah direncanakan sebelumnya.

## **2. Aspek-Aspek Efektivitas**

Ada aspek-aspek efektivitas yang ingin dicapai dalam suatu kegiatan. Mengacu pada pengertian efektivitas di atas, berikut adalah beberapa aspek tersebut:

### **1. Aspek Peraturan/ Ketentuan.**

Peraturan dibuat untuk menjaga kelangsungan suatu kegiatan berjalan sesuai dengan rencana. Peraturan atau ketentuan merupakan sesuatu yang harus dilaksanakan agar suatu kegiatan dianggap sudah berjalan secara efektif.

### **2. Aspek Fungsi/ Tugas.**

Individu atau organisasi dapat dianggap efektif jika dapat melakukan tugas dan fungsinya dengan baik sesuai dengan ketentuan. Oleh karena itu setiap individu dalam organisasi harus mengetahui tugas dan fungsinya sehingga dapat melaksanakannya.

### **3. Aspek Rencana/ Program.**

Suatu kegiatan dapat dinilai efektif jika memiliki suatu rencana yang akan dilaksanakan untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Tanpa adanya rencana atau program, maka tujuan tidak mungkin dapat tercapai.

### **4. Aspek Tujuan/ Kondisi Ideal.**

Yang dimaksud dengan kondisi ideal atau tujuan adalah target yang ingin dicapai dari suatu kegiatan dengan berorientasi pada hasil dan proses yang direncanakan.



### **3. Contoh Efektivitas**

Ada banyak sekali bentuk dan contoh efektivitas di berbagai bidang kerja maupun organisasi. Adapun beberapa contoh efektifitas dalam lingkungan organisasi diantaranya;

1. Seorang karyawan *customer service* diharapkan dapat melayani 10 pelanggan setiap harinya. Pada kenyataannya karyawan tersebut dapat melayani 11 pelanggan per hari, maka karyawan tersebut dianggap memiliki efektivitas yang baik.
2. Seorang manajer membawahi 20 orang pegawai dan harus membagi tugas/pekerjaan masing-masing pegawai tersebut. Pada kenyataannya manajer tersebut tidak dapat menentukan orang terbaik di suatu posisi, maka manajer tersebut dianggap tidak memiliki efektivitas yang baik.
3. Sebuah mesin foto copy melayani 20 orang pegawai dan diharapkan dapat mengcopy 500 kertas per hari. Pada kenyataannya mesin foto copy tersebut dapat mengcopy lebih dari 500 kertas per hari, maka mesin tersebut dianggap efektif.

### **D. Sosialisasi**

#### **1. Pengertian Sosialisasi**

Sosialisasi merupakan proses belajar mengajar atau penanaman nilai, kebiasaan, dan aturan dalam bertingkah laku di masyarakat dari satu generasi ke generasi lainnya sesuai dengan peran dan status sosial masing-masing di dalam kelompok masyarakat (Sudarsono, 1993: 243).

Pengertian sosialisasi dalam arti sempit adalah proses pembelajaran yang dilakukan individu dalam mengenal lingkungannya, baik lingkungan fisik maupun sosial. Sedangkan pengertian sosialisasi dalam arti luas adalah suatu proses interaksi dan pembelajaran yang dilakukan seseorang sejak ia lahir hingga akhir hayatnya di dalam suatu budaya masyarakat.

Melalui proses sosialisasi maka seseorang dapat memahami dan menjalankan hak dan kewajibannya berdasarkan peran status masing-masing sesuai budaya masyarakat. Dengan kata lain, individu mempelajari dan mengembangkan pola-pola perilaku sosial dalam proses pendewasaan diri (Bisri Mustofa, Eilsa Vindi Maharani, 2008: 290-291).

## **2. Fungsi Sosialisasi**

Secara umum, fungsi dan peranan sosialisasi bagi individu dan masyarakat adalah sebagai cara mengenal dan menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Selengkapnya, berikut ini adalah beberapa fungsi sosialisasi bagi individu dan masyarakat:

### **1. Fungsi Sosialisasi Bagi Individu**

Bagi individu, sosialisasi berfungsi sebagai pedoman dalam belajar mengenal dan menyesuaikan diri dengan lingkungannya, baik nilai, norma, dan struktur sosial yang ada pada masyarakat di lingkungan tersebut.

### **2. Fungsi Sosialisasi Bagi Masyarakat**

Bagi masyarakat, sosialisasi berfungsi sebagai alat untuk melestarikan, penyebaran, dan mewariskan nilai, norma, serta kepercayaan yang ada pada

masyarakat. Dengan begitu, nilai, norma, dan kepercayaan tersebut dapat dijaga oleh semua anggota masyarakat

### **3. Tujuan Sosialisasi**

1. Agar setiap anggota masyarakat mengetahui nilai-nilai dan norma-norma yang ada pada suatu kelompok masyarakat.
2. Agar individu dapat mengendalikan fungsi organik melalui proses latihan mawas diri yang tepat.
3. Agar setiap anggota masyarakat memahami suatu lingkungan sosial dan budaya, baik lingkungan tempat tinggal seseorang maupun lingkungan baru.
4. Agar individu mengembangkan kemampuan berkomunikasi, misalnya kemampuan membaca, menulis, dan lain-lain.
5. Untuk melatih keterampilan dan pengetahuan individu dalam melangsungkan hidup bermasyarakat.

### **4. Media-Media Sosialisasi**

Merujuk pada pengertian sosialisasi, proses ini terjadi melalui media perantara. Berikut ini adalah beberapa media sosialisasi:

#### **1. Keluarga**

Keluarga merupakan media sosialisasi yang pertamakali diterima oleh setiap individu. Anggota keluarga diantaranya, ayah, ibu, saudara, dan lain-lain, saling berinteraksi. Di sinilah pertamakali individu mengenal dunia sekitarnya dan pola pergaulan.

## 2. Teman

Setelah keluarga, proses sosialisasi terjadi melalui teman. Ketika anak-anak berinteraksi dengan teman sebayanya, terjadi proses sosialisasi dan mempelajari nilai dan norma yang baru.

## 3. Sekolah

Lembaga pendidikan merupakan tempat proses sosialisasi yang memberikan pengaruh yang sangat besar bagi semua orang. Pada umumnya, semua orang belajar dan melatih keterampilan dan kemandiriannya. Selain itu, interaksi dengan teman sebaya juga sering terjadi di sekolah.

## 4. Media Massa

Proses sosialisasi juga dapat terjadi melalui media massa atau baik itu media cetak maupun media elektronik. Melalui media massa, setiap individu dapat mempelajari berbagai informasi baru yang belum diketahui, baik itu hal positif maupun negatif.

## 5. Tahap dan Jenis Sosialisasi

Sosialisasi dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu sosialisasi primer dan sosialisasi sekunder. Berikut ini penjelasan dari keduanya:

### 1. Sosialisasi Primer

Sosialisasi primer merupakan proses sosialisasi yang pertamakali dilakukan oleh individu sejak masih anak-anak. Ini merupakan awal bagi semua anggota masyarakat dalam memasuki keanggotaan mereka pada suatu kelompok masyarakat. Sosialisasi primer ini dimulai dari keluarga, dimana individu mulai belajar membedakan dirinya dengan orang lain di sekitarnya. Pada

tahap ini anggota keluarga punya peranan penting bagi masing-masing individu. Di sinilah pertamakali seseorang mendapatkan pelajaran mengenai budaya keluarga, baik itu agama, aturan, dan lain-lain.

## 2. Sosialisasi Sekunder

Sosialisasi sekunder merupakan pelajaran berikutnya yang dilakukan oleh individu. Pada tahap ini seseorang belajar mengenali lingkungannya di luar keluarga, baik itu nilai-nilai, norma, yang ada di lingkungan masyarakat. Proses sosialisasi sekunder ini bertujuan agar individu dapat menerima nilai-nilai dan norma-norma yang berlaku.

## 6. Pesan Sosialisasi

Sosialisasi memiliki beberapa pesan, yaitu:

1. Memberikan keterampilan kepada seseorang untuk dapat hidup bermasyarakat. Dengan memberikan sosialisasi kepada individu, maka individu tersebut pada akhirnya dapat dengan mudah belajar untuk bersosialisasi pada masyarakat, sehingga individu tersebut dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat.
2. Mengembangkan kemampuan seseorang dalam berkomunikasi secara efektif. Dengan sosialisasi, individu dapat dengan terbiasa untuk berkomunikasi dengan dunia luar dan masyarakat.
3. Mengembangkan fungsi-fungsi organik seseorang melalui introspeksi yang tepat. Dengan bersosialisasi, fungsi organik dalam tubuh/jiwa seseorang akan dapat terlatih dengan baik, sehingga individu tersebut dapat dengan mudah untuk berkumpul pada masyarakat. Serta, dengan komunikasi yang baik,

maka individu tersebut dapat dengan mudah untuk hidup berdampingan di masyarakat.

4. Menanamkan nilai-nilai dan kepercayaan kepada seseorang yang mempunyai tugas pokok dalam masyarakat. Dengan sosialisasi, individu dapat dengan mudah untuk mendapatkan kepercayaan diri karena mereka memiliki komunikasi yang baik di masyarakat. Dengan adanya kepercayaan dan komunikasi tersebut maka individu dapat dengan mudah untuk bersosialisasi pada masyarakat.

#### **E. Sejarah Masjid Raya Al-Osmani**

Masjid Al-Osmani adalah sebuah masjid di Medan Sumatera Utara. Masjid ini juga di kenal dengan sebutan Masjid Labuhan karena lokasinya yang berada di kecamatan Medan Labuhan. Masjid ini terletak di jalan K.L. Yos Sudarso Kel. Pekan Labuhan sekitar 20 kilometer sebelah utara Kota Medan. Di depan masjid ini ada sebuah sekolah yaitu sekolah YASPI (Yayasan Pendidikan Islam) dan tak jauh dari masjid ini disebelah YASPI ada sebuah Pekong Lima Medan Labuhan dan di depan pekong tersebut ada sebuah jalan yang menuju ke pasar/pajak medan labuhan. ini adalah masjid tertua di kota Medan.

Masjid Al-Osmani dibangun pada tahun 1854 oleh Raja Deli ketujuh, yakni Sultan Osman Perkasa Alam dengan menggunakan bahan kayu pilihan. Kemudian pada 1870 hingga 1872 masjid yang terbuat dari bahan kayu itu dibangun menjadi permanen oleh anak Sultan Osman, yakni Sultan Mahmud Perkasa Alam yang juga menjadi Raja Deli kedelapan.

Hingga kini, selain digunakan sebagai tempat beribadah, masjid itu juga dipakai sebagai tempat peringatan dan perayaan hari besar keagamaan dan tempat pemberangkatan menuju pemondokan jamaah haji yang berasal dari Medan utara. Di masjid ini juga terdapat lima makam raja deli yang dikuburkan yakni Tuanku Panglima Pasutan (Raja Deli IV), Tuanku Panglima Gandar Wahid (Raja Deli V), Sulthan Amaluddin Perkasa Alam (Raja Deli VI), Sultan Osman Perkasa Alam, dan Sulthan Mahmud Perkasa Alam.

### **1. Arsitektur Masjid Raya Al-Osmani**

Ketika pertama kali dibangun pada tahun, ukuran Masjid Al-Osmani hanya 16 x 16 meter dengan material utama dari kayu. Pada tahun 1870, Sultan Deli VIII Mahmud Al Rasyid melakukan pemugaran besar-besaran terhadap bangunan masjid yang diarsiteki arsitek asal Jerman, GD Langereis. Selain dibangun secara permanen, dengan material dari Eropa dan Persia, ukurannya juga diperluas menjadi 26 x 26 meter. Renovasi itu selesai tahun 1872.

Beberapa kali pemugaran terhadap bangunan masjid ini telah dilaksanakan tanpa menghilangkan arsitektur asli yang merupakan perpaduan bangunan Timur Tengah, India, Spanyol, Melayu, dan China. Kombinasi arsitektur empat Negara itu misalnya pada pintu masjid berornamen China, ukiran bangunan bernuansa India, dan arsitektur bernuansa Eropa, dan ornamen-ornamennya bernuansa Timur Tengah. Rancangannya unik, bergaya India dengan kubah tembaga bersegi delapan. Kubah yang terbuat dari kuningan tersebut beratnya mencapai 2,5 ton

Masjid Al-Osmani didominasi warna kuning, dengan warna kuning keemasan yang merupakan warna kebanggaan Suku Melayu, warna tersebut

diartikan atau menunjukkan kemegahan dan kemuliaan. Kemudian dipadu dengan warna hijau yang filosofinya menunjukkan keislaman (Farizal Nasution, Asli Sembiring, 2007: 150-158).

## **F. Media Online**

### **1. Pengertian Game Online**

Media Online secara umum adalah saluran komunikasi yang terjadi secara online melalui situs web di internet baik itu berisi teks, foto, video, atau musik. Dengan kata lain, semua jenis saluran komunikasi yang ada di internet adalah media online. Sedangkan pengertian media online secara khusus adalah semua yang berhubungan dengan komunikasi massa (Seohoet, 2003).

Menurut situs Business Dictionary pengertian media online adalah media digital yang mencakup teks, foto, video, dan musik, yang didistribusikan melalui jaringan internet. Mengacu pada definisi media online tersebut maka yang termasuk di dalam media online tersebut adalah meliputi semua jenis website dan aplikasi, seperti:

1. Situs berita online.
2. Situs perusahaan.
3. Situs e-commerce.
4. Situs media sosial.
5. Situs blog.
6. Situs forum komunitas
7. Aplikasi chatting.



## **2. Ciri-Ciri Media Online**

Berdasarkan pengertian media online di atas, ada beberapa Ciri-Ciri yang membedakan media online dengan media lainnya, diantaranya adalah:

### **1. Kecepatan Informasi**

Ini adalah karakteristik media online yang paling mencolok dibandingkan dengan media konvensional. Peristiwa atau kejadian di lapangan dapat langsung diupload dalam hitungan detik atau menit. Tidak seperti media cetak yang membutuhkan waktu lebih lama dalam hal publikasinya.

### **2. Informasi Dapat Di-Update**

Penyampaian informasi di media online dapat dilakukan secara realtime dan terus menerus. Ketika ada pembaruan/update informasi terkait informasi lama, maka dapat dilakukan perubahan. Proses pembaruan/update ini dapat dilakukan secara realtime.

### **3. Dapat Berinteraksi Dengan Audiens**

Ini merupakan salah satu kelebihan dari media online, fungsi interaktif yang tidak dimiliki media konvensional. Media online memiliki fitur email, chat, survey, kolom komentar, dan lain-lain, yang berfungsi sebagai cara berinteraksi dengan audiens.

### **4. Personalisasi**

Pengguna sebuah media online dapat menentukan atau memilih informasi seperti apa yang dibutuhkan. Dengan begitu, maka pengguna hanya membaca informasi yang relevan dengan pilihannya.

#### 5. Kapasitas Muatan Dapat Ditambah

Setiap media online didukung oleh media penyimpanan data di server komputer. Dengan menambah kapasitas media penyimpanan, maka tidak khawatir informasi lama yang pernah dipublish hilang sementara informasi baru tetap dapat dipublish.

#### 6. Terhubung Dengan Sumber Lain

Pada media online semua informasi yang disajikan dapat dikaitkan dengan sumber lain yang relevan, baik dari sumber yang sama atau pun dari sumber yang berbeda. Dengan penggunaan Hyperlink, maka pengguna dapat membuka informasi lain dengan satu klik saja.

### **3. Jenis-Jenis Media Online**

Seperti yang telah disebutkan pada pengertian media online, proses penyebaran informasi media online adalah menggunakan internet. Berdasarkan cara publikasinya, media online dapat dibagi menjadi beberapa jenis. Berikut adalah jenis-jenis media online:

1. Situs Berita Online (Detik.com, Kompas.com, Tribunnews.com, Liputan6.com).
2. Situs Pemerintah (BPK.go.id, Imigrasi.go.id, Kejaksaan.go.id).
3. Situs Perusahaan (Promonavigator.com).
4. Situs E-commerce (Bukalapak.com, Tokopedia.com, Lazada.com).
5. Situs Media Sosial (Twitter.com, Facebook.com, Instagram.com, YouTube.com).
6. Situs Blog (Maxmanroe.com).

7. Situs Forum Komunitas (Kaskus.co.id).
8. Aplikasi Chatting (BlackBerry Messenger, Line, WhatsApp, dan Telegram).

## **G. Instagram**

### **1. Pengertian Instagram**

Instagram adalah sebuah aplikasi di Android berbagai foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera kodak instamatic dan polaroid.

### **2. Sejarah Instagram**

Perusahaan Burbn, Inc. berdiri pada tahun 2010, perusahaan teknologi startup yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Pada awalnya Burbn, Inc. sendiri memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam HTML peranti bergerak, namun kedua CEO, Kevin Systrom dan Mike Krieger memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja. Setelah satu minggu mereka mencoba untuk membuat sebuah ide yang bagus, pada akhirnya mereka membuat sebuah versi pertama dari Burbn, namun di dalamnya masih ada beberapa hal yang belum sempurna.

Versi Burbn yang sudah final, aplikasi yang sudah dapat digunakan iPhone yang isinya terlalu banyak dengan fitur-fitur. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada, dan memulai lagi dari awal, namun akhirnya mereka hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar, dan juga

kemampuan untuk menyukai sebuah foto. Itulah yang akhirnya menjadi Instagram.

### **3. Fitur-Fitur Instagram**

#### **a. Pengikut**

Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dan jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam Instagram, dapat menggunakan teman-teman mereka yang juga menggunakan Instagram melalui jejaring sosial seperti Twitter dan juga Facebook.

#### **b. Mengunggah Foto**

Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera iDevice ataupun foto-foto yang ada di album foto di iDevice tersebut.

#### **c. Tanda Suka**

Instagram juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang fungsinya memiliki kesamaan dengan yang disediakan Facebook, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah. Berdasarkan dengan

durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di dalam Instagram, hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak. Namun jumlah pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting membuat foto menjadi terkenal. Bila sebuah foto menjadi terkenal, maka secara langsung foto tersebut akan masuk ke dalam halaman populer tersendiri.

#### **d. Popular**

Bila sebuah foto masuk ke dalam halaman populer, yang merupakan tempat kumpulan dari foto-foto populer dari seluruh dunia pada saat itu. Secara tidak langsung foto tersebut akan menjadi suatu hal yang dikenal oleh masyarakat mancanegara, sehingga jumlah pengikut juga dapat bertambah lebih banyak.

### **H. Minat Pengunjung**

#### **1. Pengertian Minat Pengunjung**

Minat pengunjung adalah kecenderungan dalam diri seseorang individu untuk tertarik mendatangi ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah.

#### **2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengunjung**

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat pengunjung, antara lain:

##### **1. The Factor Inner Urge**

Rangsangan yang datang dari lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan seseorang akan mengunjungi dan mendatangi tempat sesuatu. Misalnya kecenderungan terhadap minat mendatangi sebuah tempat.

## 2. The Factor Of Social Motive

Minat seseorang terhadap obyek atau sesuatuhal. Disamping itu juga dipengaruhi oleh faktor dari dalam diri manusia dan oleh motif sosial, misal seseorang berminat pada prestasi tinggi agar dapat status social yang tinggi pula.

## 3. Emosional Faktor

Faktor perasaan dan emosi ini mempunyai pengaruhterhadap obyek misalnya perjalanan sukses yang dipakai individu dalam suatukegiatan tertentu dapat pula membangkitkan perasaan senang dan dapat menambahsemangat atau kuatnya minat berkunjung seseorang dalam kegiatan tersebut. Sebaliknya kegagalan yangdialami akan menyebabkan minat berkunjung seseorang berkembang.

## 3. Teori Minat Pengunjung

Ada beberapa teori minat pengunjung, yaitu:

### 1. Teori Motivasi

Motivasi merupakan satu penggerak dari dalam hati seseorang untuk melakukan atau mencapai sesuatu tujuan. Motivasi juga bisa dikatakan sebagai rencana atau keinginan untuk menuju kesuksesan dan menghindari kegagalan hidup. Dengan kata lain motivasi adalah sebuah proses untuk tercapainya suatu tujuan. Seseorang yang mempunyai motivasi berarti ia telah mempunyai kekuatan untuk memperoleh kesuksesan dalam kehidupan.

Motivasi berarti sesuatu hal yang menimbulkan dorongan atau keadaan yang menimbulkan dorongan.

Dari teori tentang motivasi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa motivasi adalah suatu dorongan kebutuhan dan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan dari apa yang dibutuhkannya.

## 2. Teori Kebutuhan

- a. Existence Needs Kebutuhan Keadaan, adalah suatu kebutuhan akan tetap bisa hidup sesuai dengan tingkat kebutuhan tingkat rendah dari Maslow yaitu meliputi kebutuhan fisiologis dan kebutuhan akan rasa aman serta hygienefactors dari Herzberg.
- b. Relatedness Needs Kebutuhan Berhubungan, untuk berinteraksi dengan orang lain. Kebutuhan ini sesuai dengan kebutuhan mencakup kebutuhan afiliasi.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Mesjid Raya Al-Osmani yang beralamat di Jl. KL Yos Sudarso, Pekan Labuhan Kec. Medan Labuhan, Kota Medan, Sumatera Utara.

##### **2. Waktu Penelitian**

Pelaksanaan penelitian dilaksanakan pada tanggal 25 Februari – 5 Maret 2019.

#### **B. Subjek dan Objek Penelitian**

##### **1. Subjek Penelitian**

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah pengunjung mesjid raya Al-Osmani.

##### **2. Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah sosialisasi melalui media online dari instagram.

#### **C. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan/field research. Sifat penelitiannya adalah kualitatif. Pendekatan yang digunakan adalah elemen komunikasi dengan pola deskriptif analisis. Penyusun menguraikan dan



mengklasifikasikan data-data penelitian dari lapangan kemudian dianalisa dan dipaparkan secara sistematis.

#### D. Kerangka Konsep Penelitian



#### 1. Definisi Konsep

Konsep dapat diartikan sebagai sekumpulan gagasan atau ide yang sempurna dan bermakna berupa abstrak, entitas, mental yang universal dimana mereka bisa diterapkan secara merata untuk setiap ekstensinya sehingga konsep membawa suatu arti yang mewakili sejumlah objek yang mempunyai ciri yang sama dan membentuk suatu hal atau persoalan yang dirumuskan.

##### a. Efektivitas Sosialisasi

Efektivitas Sosialisasi adalah efek dan tujuan mengenai aksi sosial atau aspek-aspek tingkah laku, menanamkan pada individu keterampilan-

keterampilan termasuk ilmu pengetahuan, motif-motif, dan sikap-sikap yang perlu untuk menampilkan peranan-peranan yang sekarang atau yang sedang diantisipasi dan yang terus berkelanjutan sepanjang kehidupan manusia normal, sejauh peranan-peranan baru masih terus dipelajari. Serta akibat proses denganmana individu, dituntut untuk mengembangkan tingkah laku aktualnya yang dibatasi di dalam satu jajaran yang menjadi kebiasaannya dan bias diterimakan olehnya sesuaidengan standar-standar dari kelompoknya.

b. Media Online Instagram

Media online instagram adalah media sosial yang digunakan dalam kegiatan interaksi yang memakai teknologi dan daya akses tinggi. Dengan menggunakan Aplikasi iphone maupun android dengan kemampuan mengunggah foto,video dan fitur yang lain serta dapat berkomunikasi secara tidak langsung melalui pesan media online instagram di kalangan publik melalui jaringan internet sehingga informasi yang ditampilkan dan disampaikan dapat diterima dengan cepat.

c. Organisasi KAUMI

Organisasi KAUMI (Kesatuan Aksi Umat Islam) adalah sebuah organisasi pergerakan umat islam yang dibentuk pada tanggal 29 maret 1998 bersamaan dengan dibentuknya Organisasi KAMMI (Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia) . di latar belakang sebuah keprihatinan yang mendalam terhadap krisis nasional Tahun 1998 yang melanda indonesia khususnya krisis kepemimpinan, maka ide dan konsep pendirian sebuah solusi alternatif bagi terbentuknya Organisasi Kaumi dalam menempatkan diri sebagai organisasi

aksi umat islam dalam memperjuangkan hak-hak keagamaan dan serta mengawal setiap kebijakan kebijakan yang positif dalam mensejahterkan rakyat khususnya umat muslim indonesia.

d. Minat Pengunjung

Minat pengunjung adalah kecenderungan dalam diri seseorang individu untuk tertarik mendatangi ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah. Minat Pengunjung salah satu dari kegemaran seseorang untuk melakukan kegiatan ataupun aktivitas dalam kehidupan sehari-hari, seseorang dapat memilih kemana dan kapan ia akan mendatangi suatu tempat yang disukai. Minat Pengunjung sudah kelihatan dari apa yang diniatkan seseorang untuk menyukai dan ingin mendatangi suatu tempat, bahkan sudah direncanakan pada hari hari sebelumnya. Karena niat dalam hati memunculkan keinginan dan minat seseorang dalam berkunjung ke tempat yang ia sukai.

## 2. Kategorisasi Penelitian

Konsep Teoritis	Kategorisasi
Sosialisasi Masjid Raya Al-Osmani melalui Media Online Instagram	Adanya event tabligh akbar di Masjid Raya Al-Osmani yang bikin tertarik Minat Pengunjung Adanya Sejarah Masjid Raya Al-Osmani yang membuat tertarik minat pengunjung Adanya Gerakan Shalat Shubuh Berjama'ah yang membuat tertarik Minat Pengunjung Adanya Pengajian Rutin Sesudah Shalat Shubuh yang membuat tertarik Minat Pengunjung Adanya Pelatihan Pengurusan Jenazah yang membuat tertarik Minat pengunjung

**Tabel 3.1: Kategorisasi Penelitian**

## 3. Informan atau Narasumber

Informan merupakan orang-orang yang terlibat dalam penelitian yang akan dimanfaatkan penelitian dalam menggali informasi terkait objek yang akan diteliti. Informan atau narasumber yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah organisasi KAUMI yang terkait dengan Sosialisasi Masjid Raya Al-Osmani melalui Media Online Instagram di Kota Medan khususnya di Labuhan Deli.

#### **4. Paradigma Penelitian**

Paradigma adalah suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Paradigma tertanam kuat dalam sosialisasi para penganut dan praktisnya. Paradigma juga bersifat normatif, menunjukkan kepada praktisnya apa yang harus dilakukan tanpa perlu pertimbangan eksistensinya atau epistemologinya yang panjang.

Penelitian ini menggunakan paradigma *konstruktivis*. Karena paradigma konstruktivis merupakan antithesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Sebab, suatu realitas yang diamati oleh seseorang tidak bias digeneralisasikan ke semua orang. Maka hubungan antara pengamatan dan objek bersifat kesatuan, subjektif dan merupakan hasil perpaduan interaksi di antara keduanya.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan paradigma konstruktivis untuk mengetahui dan mengamati serta mendalami pada objek penelitian yakni Efektivitas Sosialisasi Masjid Raya Al-Osmani melalui Media Online Instagram dari *Organisasi KAUMI* sebagai objek utama. Agar penelitian yang dihasilkan dari objek tersebut bisa menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan yang benar, maka pengamatan yang dilakukan di lapangan terhadap objektivitas mempunyai kesatuan yang subjektif.

#### **E. Instrumen Penelitian**

Adapun teknik pengumpulan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan dan studi lapangan.

## **1) Studi Kepustakaan**

Studi kepustakaan, dalam pengumpulan data yang diperlukan, dilakukan melalui penelitian kepustakaan, antara lain buku-buku ilmiah, majalah, surat kabar, dan bahasa yang erarki kaitannya dengan subjek penelitian.

## **2) Studi Lapangan**

Studi lapangan, yaitu pengumpulan data yang diperoleh melalui penelitian dengan turun langsung ke lokasi penelitian untuk mencari fakta yang berkaitan dengan subjek penelitian yakni:

- a. Observasi adalah yaitu pengamatan yang dilakukan secara langsung untuk diperoleh dan mengumpulkan data yang diperlukan. Dalam penelitian ini peneliti hanya berperan sebagai pengamat. Observasi dilakukan untuk mengamati objek dilapangan yang meliputi Efektivitas Sosialisasi yang dilakukan Organisasi KAUMI di Mesjid Raya Al-Osmani terhadap Minat Pengunjung melalui Media Online Instagram.
- b. Wawancara adalah mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan secara tatap muka dengan informan, yang bertujuan untuk melengkapi data dan menganalisa masalah yang ada dan diperlukan dalam penelitian ini. Penulis melakukan wawancara dengan ketua DPC Organisasi KAUMI Labuhan Deli, Beserta anggota dan pengurus yang lainnya untuk dapat mengetahui bagaimana Efektivitas Sosialisasi Mesjid Raya Al-Osmani yang digunakan Organisasi KAUMI melalui Media Online Instagram.
- c. Dokumentasi, yaitu proses pengumpulan dan pengambilan data berdasarkan tulisan-tulisan berbentuk catatan, buku, dokumentasi ataupun foto.

## **F. Teknik Analisis Data**

Merangkai data-data yang dikumpulkan sehingga didapat suatu gambaran atau keadaan yang diteliti kemudian ditarik dalam sebuah kesimpulan, data digunakan sebagai pemecahan masalah yang kemudian dianalisis secara sistematis. Selain itu memakai metode berfikir deduktif, dimulai dari pernyataan dan pola berfikir yang diperoleh dari data umum yang ditelaah, diolah dan dianalisis kemudian ditarik kesimpulannya.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Hasil Penelitian**

##### **1. Analisis Efektivitas Sosialisasi Masjid Raya Al-Osmani melalui Media Online Instagram dari Organisasi KAUMI terhadap Minat Pengunjung**

Dalam Penelitian ini, penulis mencoba menganalisis tentang Efektivitas Sosialisasi Masjid Raya Al-Osmani melalui Media Online Instagram dari Organisasi KAUMI terhadap Minat Pengunjung dengan menggunakan Teori Agenda Setting dari Maxwell McCombs dan Donald Shaw. Teori ini mencoba mempresentasikan bahwa dalam setiap media massa cenderung menganggap suatu isu itu penting. Media mampu mempengaruhi tentang apa saja yang perlu di pikirkan. Lebih dari itu, kini media massa juga dipercaya mampu mempengaruhi bagaimana cara kita berpikir. Begitu hal nya dengan Sosialisasi Masjid Raya Al-Osmani melalui Media Online Instagram dari Organisasi KAUMI yang menjadi bahan penelitian ini. Adapun yang menjadi acuan utama adanya Sosialisasi Masjid Raya Al-Osmani melalui Media Online Instagram oleh Organisasi KAUMI ialah adanya minat pengunjung. Pengunjung berminat dan tertarik dalam sosialisasi yang dilakukan oleh Organisasi KAUMI.

Dalam teori Agenda Setting dari Maxwell McCombs dan Donald Shaw, penulis menemukan kecocokan atau kesamaan dalam mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan isu, berita atau informasi di Media Massa yang selalu terjadi kontradiksi didalamnya, karena faktor Media massa dalam mempengaruhi



masyarakat maupun publik yang menimbulkan ketertarikan minat mereka, dan karena dalam teori ini kontradiksi yang menjadi konsep utamanya.

Penulis melihat bahwa dalam acuan sosialisasi Mesjid Raya Al-Osmani yang dilakukan oleh Organisasi KAUMI melalui Media Online Instagram saling tergantung satu sama lain dalam memberikan efek atau pesan bagi minat pengunjung. Karena pada dasarnya Sosialisasi yang dilakukan oleh Organisasi KAUMI tidak berdampak sama sekali bagi Pengunjung dan masyarakat yang ingin melihat, berziarah dan beribadah di Mesjid Raya Al-Osmani dikarenakan belum adanya Media Sosial yang digunakan pada saat itu. Media massa kini sangat mempengaruhi masyarakat dalam menggunakannya terutama bagi Organisasi KAUMI yang mulai menggunakan media massa pada tahun 2017 khususnya di media online instagram. Sosialisasi pertama yang dilakukan Organisasi KAUMI ialah mengajak masyarakat dan pengunjung untuk menghadiri kajian islami dan mengetahui sejarah Mesjid Raya Al-Osmani.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana Efektivitas Sosialisasi Mesjid Raya Al-Osmani melalui Media Online Instagram dari Organisasi KAUMI terhadap pengaruhnya bagi minat masyarakat dan pengunjung. Karena setiap pengaruh media massa pasti memiliki efek yang akhirnya akan membuat suatu banyak pengunjung dan masyarakat tertarik untuk melihat dan mengikutinya.

Teori Agenda Setting merupakan keseimbangan dan keberpihakan antara kebutuhan- kebutuhan masyarakat dan pengunjung dalam menggunakan media sosial. pemeliharaan atas suatu pengaruh yang positif pada menggunakan media

sosial tiap suatu anggota khususnya Organisasi KAUMI, akan mencapai suatu keseimbangan yang bisa diterima antara kehendak dan kebutuhan masyarakat dan pengunjung.

Agenda setting didasarkan pada dua asumsi pokok yang merefleksikan mengenai pengalihan isu serta pengaruhnya bagi pengguna media massa. Asumsi pemikiran pertama adalah media massa mencerminkan dan mempengaruhi massa dalam membentuk isu. Kedua bahwa konsentrasi media massa hanya sedikit yang di isukan.

**a. Media Massa Mencerminkan dan Mempengaruhi Pengunjung dalam Membentuk Isu**

Dalam menggunakan media massa khususnya seorang individu maupun kelompok dapat membuat dan mengakses media massa terutama di media sosial instagram dalam membentuk opini, berita, pengalihan isu dan lain lain. Tujuannya hanya untuk mempengaruhi dan mengajak pengunjung agar tertarik melihat isi dari suatu media tersebut. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Abah Salman Ketua Dpc Organisasi KAUMI, selaku informan dalam penelitian ini, yang mengemukakan bahwa : “Memang Organisasi KAUMI ini khususnya untuk di medan labuhan deli awalnya dibentuk pada tahun 2018,Memulai aktivitas kegiatan terutama membangun ummat untuk bergerak dibidang keagamaan lah. Jadi Organisasi KAUMI ini mulai menggunakan media sosial terutama di instagram yang kamu bilang tadi, itu mengupload foto pertama kali pada tahun 13 Februari 2018, mungkin baru-baru ini saja. Jadi itu tadi tujuannya disini kami ingin membawa dan mengajak ummat untuk mengikuti event tabligh akbar,

pengajian rutin serta dapat mengenal sejarah berdirinya Mesjid Raya Al-Osmani” (Wawancara pribadi dengan Ketua Dpc KAUMI Abah salman di kediamannya, hari Senin 25 Februari 2019, pukul 21.00 WIB).

Selanjutnya, Abdul Rahman selaku anggota pemuda KAUMI Medan Labuhan Deli yang menjadi informan juga dalam penelitian ini mengemukakan hal yang sama: “Organisasi KAUMI ini sebetulnya hanya mengajak masyarakat dan pengunjung terutama kayak kami pemuda pemudi ikhwan dan akhwat untuk melakukan aksi bela Islam. Karena setiap yang kami lakukan itu selalu diawasi polisi Medan Labuhan karena tadi ada kata aksi, dan disitulah kami menukar kegiatan keagamaan aja yang bermanfaat bagi pengunjung. Apalagi sekarang banyak media sosial yang kayak tadi contohnya di Instagram, disitulah kami khususnya untuk admin dan para anggota KAUMI memanfaatkan media tersebut untuk mengajak pengunjung itu untuk bergerak mengadakan kajian kajian keagamaan. (Wawancara pribadi dengan Anggota Pemuda KAUMI Abdul Rahman di kediamannya, hari Selasa 26 Februari 2019, pukul 20.00 WIB).

Tentunya, hal ini menjelaskan bahwa dalam media massa khususnya media sosial Instagram sangat berperan penting dalam mempengaruhi serta membentuk isu kepada pengunjung. Keterkaitan hubungan Organisasi KAUMI terhadap minat pengunjung sudah kelihatan jelasnya sejak Organisasi KAUMI menggunakan media online Instagram dalam melakukan sosialisasi. Sosialisasi kepada pengunjung luar kota tanpa menggunakan media massa sudah tidak zamannya lagi, sekarang setiap individu maupun kelompok sangat antusias menggunakan media sosial apalagi Instagram, karena dengan itu mereka dapat

dengan mudah mengakses, mengajak, memberitahukan serta bersosialisasi dengan baik dan cepat agar mudah dapat dipahami khalayak dengan jelas.

**b. Konsentrasi Media Massa Hanya Sedikit yang Diisukan**

Konsentrasi media massa tidak selamanya yang diberitakan atau diinformasikan itu seluruhnya diisukan sebagai isi dari suatu pesan media tersebut, karena efek yang terjadi tidak selamanya berhasil dalam mempengaruhi khalayak. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Ketua Dpc KAUMI Abah Salman, selaku informan dalam penelitian ini mengemukakan bahwa: “Memang segala upaya yang kami lakukan untuk membuat minat pengunjung itu mungkin tidak semuanya diinformasikan, hanya sedikit dan yang penting- penting saja agar pengunjung dapat tertarik mengikuti kajian keagamaan yang kami lakukan. Satu lagi, Organisasi KAUMI berperan aktif selalu untuk membina ummat, tidak ada kaitannya dalam membuat kericuhan, merusakkan. Apa yang kami sampaikan itu di media online instagram khususnya pengunjung yang belum tau sejarah Mesjid Raya Al-Osmani bisa langsung mengerti apa yang kami sampaikan di media online instagram tersebut. (Wawancara Pribadi dengan Ketua Dpc KAUMI Abah Salman di kedimannya, tanggal 25 Februari 2019, pukul 21.00 WIB).

Abdul Rahman yang menjadi informan dalam penelitian ini juga mengemukakan bahwa: “Setiap agenda dalam membuat pesan sosialisasi dari instagram itu yang kami lakukan telah direncanakan dan disepakati bersama oleh Ketua Dpc KAUMI beserta admin agar kalau membuat isi dari pesan sosialisasi tersebut tidak seluruhnya atau semuanya di publikasikan ke khalayak, hanya berbaur positif saja dengan tema mengajak umat untuk beribadah di Mesjid Raya

Al-Osmani serta mengadakan event tablig akbar dan lain lain hanya untuk keagamaan saja. (Wawancara Pribadi dengan Anggota Pemuda KAUMI Abdul Rahman di kediamannya, tanggal 26 Februari 2019, pukul 20.00 WIB).

Berdasarkan beberapa hasil wawancara di atas maka dapat disimpulkan bahwa di dalam media massa, seseorang dapat dengan mudah mempengaruhi khalayak dengan suatu isu yang dibuat. Bukan karena isu itu yang berlebihan, tetapi karena inti dari pesan yang disampaikan oleh seseorang itu mudah dicerna dan mudah mempengaruhi khalayak untuk mengikuti yang mereka lakukan. Berdasarkan data yang penulis temukan bahwa asumsi merefleksikan mengenai pengalihan isu serta pengaruhnya bagi pengguna media massa yang pertama, tadi media massa mencerminkan dan mempengaruhi pengunjung dalam membentuk isu artinya segala sesuatu pengalihan isu sangat mencerminkan pengunjung untuk cepat bereaksi atas tindakan yang dilakukan seseorang dalam membuat suatu isu di media massa khususnya media online instagram. Pengunjung dapat menelaah atas pentingnya suatu informasi yang diberitakan kepada pengguna media massa agar tidak mudah terpercaya terhadap berita yang isinya tidak tertarik bagi pengunjung.

Kedua, konsentrasi media massa hanya sedikit yang di sukai artinya segala sesuatu yang disampaikan seseorang melalui media massa khususnya media online instagram hanya yang intinya saja serta menyampaikan hal-hal yang positif bagi khalayak agar dapat dengan mudah menjadikan khalayak sebagai langganan sosial dalam menggunakan media massa, karena kalau terlalu

berlebihan yang disampaikan dikawatirkan akan membuat pengguna media massa bosan dan tidak tertarik lagi untuk mengikutinya.

## **2. Analisis Agenda Setting dalam Beroperasi Mempengaruhi Pengunjung**

Agenda itu sendiri harus di format. Proses ini akan memunculkan masalah bagaimana agenda media itu terjadi pada waktu pertama kali. Agenda media dalam banyak hal mempengaruhi atas berinteraksi dengan agenda publik. Pernyataan ini memunculkan pertanyaan, seberapa besar kekuatan media mampu mempengaruhi agenda publik dan bagaimana publik itu melakukannya.

Agenda publik mempengaruhi atau berinteraksi ke dalam agenda kebijakan. Agenda kebijakan adalah pembuatan kebijakan publik yang dianggap penting bagi individu. Dengan demikian, agenda setting ini memprediksikan bahwa agenda media mempengaruhi agenda publik, sementara agenda publik sendiri akhirnya mempengaruhi agenda kebijakan.

Agenda setting mempunyai kekuatan penjelas untuk menerangkan mengapa orang sama-sama menganggap penting suatu isu yang disampaikan. Agenda Setting mempunyai kekuatan memprediksikan sebab memprediksi bahwa jika orang-orang mengekspos pada suatu media yang sama, mereka akan merasa isu yang disampaikan sama-sama penting. Agenda Setting dibuktikan salah jika orang-orang tidak mengekspos media yang sama maka mereka tidak akan mempunyai kesamaan bahwa isu media itu penting.

### **a. Efek yang Terjadi Terhadap Minat Pengunjung**

Efek merupakan unsure pokok yang digunakan untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan. Dari sini bahwa ada teori efektifitas yang menjelaskan pengukuran terhadap tingkat kemampuan suatu organisasi untuk mengadakan sosialisasi, pengembangan konsensus dan komunikasi dengan berbagai macam organisasi lainnya. Integrasi menyangkut proses sosialisasi antara kelompok yang saling bekerja sama untuk mempengaruhi khalayak dari jumlah kontribusi anggota kelompoknya. Bagi pengunjung yang datang ke Masjid Raya Al-Osmani untuk beribadah dan mengikuti kajian keagamaan lainnya sudah terpengaruh oleh ajakan dari Organisasi KAUMI.

Maka dapat dilihat dari hasil wawancara melalui pengunjung yang datang ke Masjid Raya Al-Osmani yang bernama Muhammad Fahri yang mengatakan bahwa: “Saya baru pertama kali datang ke Masjid Raya Al-Osmani ini, saya dulu tinggal riau tepatnya di kota duri, karena orang tua saya pindah ke medan ya jadi tinggal disini. Saya kesini ke Masjid Raya Al-Osmani untuk mengikuti acara tabligh akbar dan gerakan shalat shubuh berjama’ah, itu karna saya lihat informasi melalui Instagram DPC KAUMI Labuhan Deli, pas pulak ada kawan saya yang jugak anggota dari KAUMI makannya saya kesini sekalian jumpa. (Wawancara pribadi dengan Muhammad Fahri selaku Pengunjung Masjid Raya Al-Osmani tanggal 4 maret 2019, pukul 09.30 WIB).

Selanjutnya, Arif firmansyah selaku Pengunjung yang sering datang ke Masjid Raya Al-Osmani mengemukakan bahwa: “Saya sudah sering ke Masjid Raya Al-Osmani yang pasti untuk beribadah, cuman untuk saat ini udah banyak

kayaknya kegiatan pengajian dan keagamaan di Mesjid ini, mereka bilang yang buat acara-acara keagamaan itu Organisasi KAUMI, ya saya lihat lah di media mereka yaitu di instagram, saya ikuti saya follow yaudah sampai saat ini apapun pesan dari instagram yang mereka bikin saya ikuti gitu, makannya saya sering mengunjungi Mesjid Raya Al-Osmani ini dengan ajakan mereka padahal rumah saya jauh tapi kayaknya menarik dan bermanfaat gitu. (Wawancara pribadi dengan Arif Firmansyah selaku Pengunjung Mesjid Raya Al-Osmani tgl 4 maret 2019, pukul 11.00 WIB).

## **B. Deskripsi Pembahasan Hasil Penelitian**

Dari hasil wawancara dengan pengunjung di atas menunjukkan bahwasannya efek sosialisasi yang dilakukan oleh organisasi KAUMI melalui media instagram sangat mudah terpengaruh oleh pengunjung yang mengikuti pesan sosialisasi instagram yang mereka lakukan. Apalagi zaman sekarang sudah canggih, hanya dengan melalui media online instagram orang tidak akan repot dan dapat dengan cepat mengetahui informasi yang sedang berkembang terutama melalui media sosial instagram.

Maka dari itu, Organisasi KAUMI sangat antusias untuk melakukan hal yang bermanfaat khususnya menarik pengunjung untuk dapat mengikuti ajakan sosialisasi di instagram mereka. Para pengguna media sosial akan sangat terbantu dengan adanya akses melalui media sosial instagram ini, karena dengan begitu mereka dapat dengan mudah mengakses informasi terutama dengan keberadaan tempat-tempat yang dapat menarik perhatian mereka, seperti halnya Mesjid Raya



Al-Osmani yang merupakan salah satu mesjid yang bersejarah dan wajib untuk dikunjungi.

Apapun efek yang terjadi terhadap minat pengunjung adalah organisasi KAUMI sangat dapat mudah memberi kesan yang terbaik bagi organisasinya dan juga bagi Mesjid Raya Al-Osmani. Karena dari pesan sosialisasi di instagram yang mereka lakukan akan lebih banyak lagi pengunjung-pengunjung baik di daerah medan maupun di luar kota yang berdatangan di Mesjid Raya Al-Osmani.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan tujuan dan hasil analisis data dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Efektivitas Sosialisasi Masjid Raya Al-Osmani melalui Media Online Instagram dari Organisasi KAUMI terhadap Minat Pengunjung Ditunjukkan dengan beragam efek media sosial antara seorang individu dan kelompok dalam mempengaruhi minat pengunjung.
2. Sosialisasi yang dilakukan Oleh Organisasi KAUMI melalui Media Online Instagram sangat mempengaruhi pengunjung khususnya minat mereka untuk berkunjung, melihat dan beribadah di Masjid Raya Al-Osmani serta memberi isi penting di dalam sosialisasi melalui media instagram kepada pengunjung.
3. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa efek media massa terutama media instagram begitu sangat cepat mempengaruhi masyarakat terutama bagi Organisasi KAUMI yang sudah mulai terbiasa menggunakan aplikasi instagram dalam melakukan sosialisasi yang isinya mengajak pengunjung memperdalam ilmu keagamaan serta mengetahui sejarah perkembangan Masjid Raya Al-Osmani.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Dalam menggunakan Media Massa terutama Media Online Instagram, disarankan Organisasi KAUMI dapat benar-benar menelaah baik-baik isi suatu pesan instagram agar masyarakat bisa tertarik dan paham dari isi tersebut.
2. Seharusnya Organisasi KAUMI memberi pesan berupa sosialisasi tidak hanya di instagram, harus lebih banyak menggunakan media sosial yang lain seperti youtube, web, twitter dan lain lain agar masyarakat maupun pengunjung dapat dengan mudah mengakses, melihat full video dan melihat suatu pesan sosialisasi yang digunakan Organisasi KAUMI.
3. Organisasi KAUMI harus lebih update dalam mengupload status dan video di instagram agar masyarakat dan pengunjung cepat dapat menambah daya tarik mereka untuk menangkap suatu informasi.
4. Untuk itu peneliti juga memberikan saran kepada peneliti selanjutnya untuk menggunakan teori yang sama sehingga akan membuat verifikasi teori yang mencapai keakuratan teori yang tinggi dan bahkan akan dapat menemukan adanya tekanan-tekanan lain yang saling berkontradiksi dalam mempengaruhi publik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, M.A. 2014, *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Ardial. 2004. *Penelitian Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Atmadja, N. Ariyanti, L. 2018. *Sosialisasi Media*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Augusdin, Y. Tudjimah. 1985. *Sejarah Islam di Indonesia 1900-1950*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Baran, J. S. 2008. *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media*. Jakarta: Eirlangga.
- Budyatna, M. 2012. *Komunikasi Bisnis Silang Budaya*. Jakarta: Kencana Prenada.
- Bungin, B. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Bungin, B. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bungin, B. 2008. *Konstruksi Sosial Media Massa*. Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri.
- Burton, G. 2017. *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Cangara, H. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Eriyanto. 2018. *Media dan Opini Publik*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Jensen, W. Peterson, T. 2003. *Media Masyarakat dan Modern*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

## HASIL WAWANCARA

Nama : Abah Salman, S.H

Jabatan : Ketua DPC KAUMI Labuhan Deli

Hari/tanggal : Hari Senin, 25 Februari 2019

Tempat : Kediaman Pribadinya ( Rumahnya )

### 1. Apa Sajakah Pesan Instagram dari Organisasi KAUMI?

→ Jadi gini pesan yang kami sampaikan di instagram itu hanya untuk menarik simpati masyarakat ataupun pengunjung agar dapat melihat sosialisasi dan ajakan yang kami berikan kepada mereka.

### 2. Bagaimanakah struktur sosialisasi yang diterapkan Organisasi KAUMI?

→ Kalau dibilang struktur penerapan Sosialisasi yang kami bikin tidak Banyak. Pertama, pengunjung harus tau sejarah mesjid raya al-osmani dan yang Kedua, pengunjung diajak untuk menghadiri event tabligh akbar.

### 3. Media apa sajakah yang digunakan dalam bersosialisasi oleh Organisasi KAUMI?

→ Untuk saat ini yang paling mencolok kami gunakan media instagram aja, Ada jugak mungkin anggota-anggota kami atau orang-orang sekitar yang lain memposting Kegiatan akitivitas kami di media sosial youtube facebook dan yang lain. Tapi untuk saat ini mungkin itu tadi media instagram yang paling mencolok.

4. Bagaimanakah langkah-langkah dakwah yang dilakukan oleh organisasi KAUMI dalam bersosialisasi?

→ Pertama, kami mengadakan event tabligh akbar untuk mengajak umat

Dalam isi pesan di instagram.

Kedua, kami mengajak umat untuk selalu shalat shubuh berjama'ah di

Mesjid Raya Al-Osmani terutama bagi anak-anak muda ya.

Ketiga, mengajak umat menghadiri pengajian rutin sekalian berbicara mengenai sejarah Mesjid Raya Al-Osmani.

Keempat, mengajari umat untuk melakukan pelatihan kepengurusan

Jenazah di Mesjid Raya Al-Osmani.

5. Apa sajakah pelatihan yang dilakukan Organisasi KAUMI di Mesjid Raya Osmani?

→ Pelatihan kegiatan aktivitas yang kami lakukan itu tadi pelatihan

pengurusan Jenazah, pelatihan pengawasan pengunjung bagi anggota

anggota kami dalam mengadakan acara atau event di Mesjid Raya Al-

Osmani, dan juga pelatihan membuat perencanaan Proposal agenda

Pengajian bagi anggota anggota kami.

Informan

Abah Salman

**HASIL WAWANCARA**

Nama : Abdul Rahman

Jabatan : Anggota Pemuda KAUMI Labuhan Deli

Hari/tanggal : Hari Selasa, 26 Februari 2019

Tempat : Kediaman Pribadinya ( Rumahnya )

1. Apa Sajakah Pesan Instagram dari Organisasi KAUMI?

→ Pesan nya, pertama membawa masyarakat dan pengunjung luar untuk Mengikuti kajian keagamaan, baru yang kedua mengajak pengunjung Yang datang dari luar kota ataupun luar negeri untuk mengetahui sejarah Masjid Raya Al-Osmani, ya pokoknya banyak lah khususnya tadi Mengenai keagamaan.

2. Bagaimanakah struktur sosialisasi yang diterapkan Organisasi KAUMI?

→ Struktur sosialisasi yang diterapkan Organisasi KAUMI ini mengajak, Membina, melakukan pelatihan, mengadakan acara pengajian dan banyak Lagi.

3. Media apa sajakah yang digunakan dalam bersosialisasi oleh Organisasi KAUMI?

→ Itu tadi media instagram, facebook, WA, dah itu aja. Cuman kalau yang Lain adalah tapi bukan di pihak kami yang menggunggah nya. Mungkin Adalah orang orang yang sering mengikuti kajian kami .

4. Bagaimanakah langkah-langkah dakwah yang dilakukan oleh organisasi KAUMI dalam bersosialisasi?

→ Pertama, dakwah yang kami lakukan itu mengadakan event tabligh akbar Di Masjid Raya Al-Osmani di Instagram tadi.

Kedua, mengajak masyarakat dan pengunjung untuk menghadiri pengajian rutin.

ketiga , mengajak masyarakat dan pengunjung jugak untuk menghadiri shalat shubuh berjama'ah di Masjid Raya Al-Osmani.

Dan banyak lagi lah langkah-langkah dakwah yang kami lakukan.

5. Apa sajakah pelatihan yang dilakukan Organisasi KAUMI di Masjid Raya Osmani?

→ Pelatihan kepengurusan Jenazah, baru pelatihan pengawasan pengunjung itu khusus buat kami lah selaku anggota atau panitia nya. dan juga pelatihan membuat perencanaan Proposal agenda Pengajian, bagi anggota yang baru bergabung itu di ajarkan.

Informan

Abdul Rahman

**LAMPIRAN**





Wawancara dengan Ketua DPC KAUMI abah salman



Wawancara dengan Anggota Pemuda KAUMI abdul rahman



Wawancara dengan Pengunjung Mesjid Raya Al-Osmani Muhammad Fahri



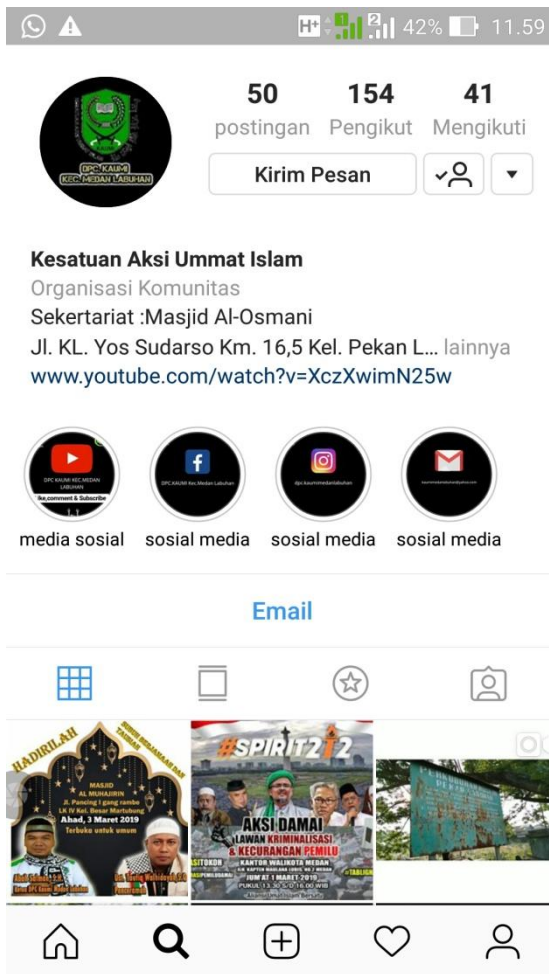
Wawancara dengan Pengunjung Mesjid Raya Al-Osmani Arif Firmansyah



Gambar Mesjid Raya Al-Osmani Labuhan Deli



Gambar Tampak Dalam Mesjid Raya Al-Osmani Labuhan Deli



Gambar Media Online Instagram DPC Organisasi KAUMI Labuhan Deli



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](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Bila mengesah surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-1

PERMOHONAN-PERSETUJUAN  
 JUDUL SKRIPSI

Kepada Yth.  
 Bapak/Ibu Ketua Jurusan (U.S. KOMUNIKASI)  
 FISIP UMSU  
 di  
 Medan.

Medan, 03 JANUARI 2019.

Assalamu'alaikum wr. wb.

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

Nama lengkap : M. IKHWAN SAPTA PUTRA  
 N.P.M : 1503110056  
 Jurusan : ILMU KOMUNIKASI  
 Tabungan sks : ..... sks, IP Kumulatif .....

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

1	EFEKTIVITAS SOSIALISASI MEDIA RAYA AL-DIMANI MELALUI MEDIA ONLINE INSTAGRAM DARI ORGANISASI KAUMI TERHADAP MINAT PENGUNJUNG	✓ Ayo dan Pembantu
2	MODEL KOMUNIKASI ANTAR PERIBADI ANTARA ORANG TUA DAN ANAK DAHAN MENUNBUHKAN MOTIVASI ANAK MENJALANJUKAN IBADAH SHALAT LIMA WAKTU	
3	EVALUASI PROMOSI MEDIA YOUTUBE PADA MUSEUM RAHMAT INTERNATIONAL WILDLIFE KOTA MEDAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH PENGUNJUNG	

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: 03 JANUARI 2019.

Ketua,

*[Signature]*

Pemohon,

*[Signature]*  
 (M. IKHWAN SAPTA PUTRA)

PB: BAHRAM JAMIL

GA/n-19



**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> Email: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI**  
**DAN PEMBIMBING**  
**Nomor : 11.159/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2019**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor 975/SK/II.3/UMSU/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440H/ 23 November 2018 M dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal **03 Januari 2019** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **M. IKHWAN SAPTA PUTRA**  
N P M : 1503110056  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VII (Tujuh) Tahun 2018/2019  
Judul Skripsi : **EFEKTIFITAS SOSIALISASI MESJID RAYA AL-OSMANI MELALUI MEDIA ONLINE INSTAGRAM DARI ORGANISASI KAUMI TERHADAP MINAT PENGUNJUNG**  
Pembimbing : **Drs. Bahrum Jamil, M.AP**

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 Nomor 975/SK/II.3/UMSU/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440H/ 23 November 2018 M.
2. 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 03 Januari 2020.**

Ditetapkan di Medan,  
Pada Tanggal, 05 Djumadil Awwal 1440 H  
11 Januari 2019 M



**Tembusan :**

1. Ketua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Peringgal.



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> Email: rektor@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN  
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth. Medan, .....2019.  
Bapak Dekan FISIP UMSU  
di  
Medan.

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

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

Nama lengkap : M. IKHWAN SAPTA PUTRA .....  
N P M : 1503110056 .....  
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI .....

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 11:159/SK/II.3/UMSU-03/F/2019... tanggal 03 JANUARI 2019 ..... dengan judul sebagai berikut :

EFEKTIFITAS SOSIALISASI MEDIA RAYA AL-OSMANI MELALUI MEDIA  
ONLINE INSTAGRAM DARI ORGANISASI KAUMI TERHADAP MINAT PENGUNJUNG

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;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proprosals Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP.

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

Menyetujui :

Pembimbing

(... BAHRUM JAMIL, Drs. MAP. ...)

Pemohon,

(M. IKHWAN SAPTA PUTRA)

**UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**  
 Nomor : 041/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2019

Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Hari, Tanggal : Sabtu, 19 Januari 2019  
 Waktu : 08.00 WIB s.d. selesai  
 Tempat : Ruang Lab FISIP UMSU  
 Pemimpin Seminar : Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENGUJI	PEMBIMBING	JUDUL SKRIPSI
1	SYARIFAH WULANDARI	1403110259	JUNAIDI., S.Pdi., M.Si.	Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom.	PERAN BADAN HARKOTIKA NASIONAL KOTA MEDAN DALAM PENANGANAN PENYALAHGUNAAN DAPREDARAN GELAP NARKOBA DI KOTA MEDAN
2	FIRDAUS RISANTO	1503110050	IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., M.AP.	TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom., H.	PERAN KOMUNIKASI KESEHATAN PERI/WAT TERHADAP PASIEN DI RSU MUHAMMADIYA SUMTERA UTARA
3	NAA'IMAH	1503110012	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	ANALISIS FRAMING PEMBERITAN KOKAS TV TERHADAP TANGGAPAN KONTROVERSIAL EDY RAHMAYADI MEGENAI PSSI "WARTAWAN BAIK, TIMNAS BK"
4	HERI MASRIONO	1503110084	TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom., H.	DEWI KURNIAWATI, Ph.D.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN 'PPO' DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK (Studi pada Toko Ratu Cell Padang Bulan)
5	M. IKHWAN SAPTA PUTRA	1503110056	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A.	Drs. BAHRUM JAMIL, M.AP.	EFEKTIVITAS SOSIALISASI MESJID R/A AL-OSMANI MELALUI MEDIA ONLINE INSTAGRAM DARI ORGANISASI KAUMI TERHADAP MINAT PENGUNJUNG

Medan, 11 Jumadil Awwal 1440 H  
 17 Januari 2019 M

  
 Dr. ARIFIN BALIS, S.Sos., MSP.





UMSU

Unggul, Cerdas, Terpercaya

Untuk surat ini agar disebutkan tanggalnya

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

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : M. Ikhtwan Septa Putra  
N P M : 1503110056  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Efektivitas Sosialisasi Masjid Raya Al-Asmani Melalui Media Online Instagram Dari Organisasi KAUMI Terhadap Minat Pengunjung

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	3/2/19	BKD I Identifikasi masalah	
2.	07/2/19	Pembinaan huruf besar dan kecil di BAB II	
3.	14/2/19	Beri penjelasan ttg. sample dan BAB II	
4.	15/2/19	Rincikan lagi BAB II	
5.	29/2/19	Uraikan kegiatan penelitian.	
6.	29/2/19	Daftar pustaka dituliskan	
7.	26/3/19	Tempat jargon dikoreksi kembali	
8.	27/3/19	Ada dan disidap.	

Medan, ... 03 Maret 2019...

Dekan,

(Dr. Arief Sa'adah, S.Sos., M.P.P.)

Ketua Program Studi,

(MURHASANAH NABUTION, S.Sos., M.Kom)

Pembimbing ke : I.

(Drs. BAHARU JAMIL, M.P.P.)



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> Email: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

SK-6

PERMOHONAN UJIAN SKRIPSI

Kepada Yth.  
Bapak Dekan FISIP UMSU  
di  
Medan.

Medan, 12 FEBRUARI 2020.

Assalamu'alaikum wr. wb.

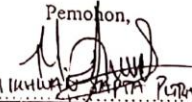
Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU:

Nama lengkap : M. IKHWAN SAPTA PUTRA  
N P M : 1503110056  
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI / HUMAS  
Alamat rumah : Jl. Y.P. HUDAU G6 ALIKHLAS LIMA XI  
Kec. MEDAN MABELAN Telp. 0823 6075 1337

dengan ini mengajukan permohonan mengikuti Ujian Skripsi. Bersama ini Saya lampirkan persyaratan:

1. Transkrip Nilai Kumulatif dari Dekan, rangkap - 2;
2. Tanda Bukti Lunas SPP tahap berjalan, rangkap - 2;
3. Tanda Bukti Lunas Biaya Ujian Skripsi, rangkap - 2;
4. Foto Copy Ijazah Terakhir Dilegalisir, rangkap - 3;
5. Konvensi Nilai (bag: Mahasiswa pindahan), rangkap - 2;
6. Surat Keterangan Bebas Pinjaman Buku dari Perpustakaan UMSU, rangkap - 2;
7. Foto Copy Cover Skripsi, rangkap - 2;
8. Foto Copy Surat Penetapan Pembimbing (SK-2), rangkap - 2;
9. Foto Copy Kartu Hasil Studi, rangkap - 2; dan Melampirkan yang Aslinya.
10. Foto Copy Sertifikat Lulus Ujian Kompri, rangkap - 2; dan Melampirkan yang Aslinya.
11. Permohonan Ujian Skripsi, rangkap - 2;
12. Pas Photo Terbaru Hitam Putih Ukuran 3 x 4 cm = 5 lembar dan 4 x 6 = 8 lembar
13. Skripsi yang telah Disahkan lengkap diperbanyak = 3 eksemplar dan dijilid (Pembimbing - 1),
14. Terlampir Photocopy KTP ukuran A4 sebanyak = 2 lembar

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

Pemohon,  
  
(M. IKHWAN SAPTA PUTRA)

Disetujui oleh ;

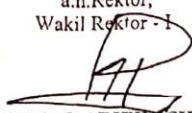
Medan, 12 FEBRUARI 2020.

Medan, 12 FEBRUARI 2020.

Dekan

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

a.n.Rektor,  
Wakil Rektor - I

  
(Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH.,M.Hum)



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> Email: [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

SK-7

SURAT PERNYATAAN

*Bismillahirrohmanirrohiem.*

Yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara :

Nama lengkap : M. IKHWAN SAPTA PUTRA  
Tempat, tgl. lahir : MEDAN, 05 DESEMBER 1996  
Agama : Islam/Kristen/Katolik/Hindu/Budha\*  
Status Perkawinan : Kawin/Belum Kawin/Duda/Janda\*  
N P M : 1503110056  
Alamat Rumah : Jl. Y.P. Hijau Gg. AL-IKHLAS LINTAS XI.  
KEL. MEDAN MARELAN Telp/HP. 0823 6075 1337  
Pekerjaan/Instansi :  
Alamat Kantor :  
Telp/HP. 0823 6075 1337

melalui surat permohonan tertanggal 12 FEBRUARI 2020 telah mengajukan permohonan menempuh Ujian Skripsi. Untuk ujian skripsi yang akan saya tempuh, menyatakan dengan sesungguhnya :

1. Bahwa saya dalam keadaan sehat jasmani dan rohani.
2. Bahwa saya siap secara optimal dan berada dalam kondisi baik untuk memberikan jawaban atas pertanyaan dari Penguji.
3. Bahwa saya bersedia menerima keputusan yang ditetapkan oleh Panitia Penguji Skripsi dengan ikhlas tanpa mengadakan gugatan apapun juga.
4. Saya menyadari bahwa keputusan Panitia Penguji ini bersifat mutlak dan tidak dapat diganggu gugat.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan kesadaran tanpa paksaan atau tekanan dalam bentuk apa pun dan dari siapa pun. untuk dipergunakan bilamana dipandang perlu. Semoga Allah SWT. meridhoi saya. Amien.-

Saya yang menyatakan,



M. IKHWAN SAPTA PUTRA



**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](mailto:rektor@umsu.ac.id)



**BORANG DATA ALUMNI**

I. DATA PRIBADI	
NAMA LENGKAP	M. IKHWAN SAPTA PUTRA <span style="float: right;">L/P*</span>
TEMPAT DAN TGL. LAHIR	MEDAN, 05 DESEMBER 1996
AGAMA	ISLAM
SUKU BANGSA	INDONESIA
II. KEMAHASISWAAN	
TAHUN MASUK UMSU	2015
N P M	1503110056
JURUSAN	ILMU KOMUNIKASI
ASAL SEKOLAH	SMA YKPP Dumai Riau
ALAMAT SEKOLAH	Jl Cilacap Komp. PERUMAHAN Bukit Daruk Dumai Riau
MENDAPAT BEASISWA (Selama di UMSU)	BEASISWA T.A. Rp.
	BEASISWA T.A. Rp.
	BEASISWA T.A. Rp.
III. KETERANGAN PENYELESAIAN STUDI	
JADWAL UJIAN SKRIPSI	HARI TANGGAL
NILAI/IPK/PREDIKAT	NILAI: IPK: PREDIKAT:
JUDUL SKRIPSI	EFEKTIVITAS SOSIALISASI MESJID RAYA AL-OSMANI MELALUI MEDIA ONLINE INSTAGRAM DARI ORGANISASI KAUMI TERHADAP MUWAT PENGUNJUNG
IV. KETERANGAN KELUARGA	
STATUS SIPIL	KAWIN/BELUM KAWIN/IANDA/DUDA*
NAMA SUAMI/ISTRI*	WAFAT TAHUN
PEKERJAAN TERAKHIR	
JUMLAH ANAK KANDUNG	PRIA .....ORANG, WANITA ..... ORANG = .....ORANG
ALAMAT RUMAH & KODE POS	
TELEPON/HP	0823 6075 1337
NAMA AYAH	SURYA PUTRA
NAMA IBU	WIRA MARYANTI
PEKERJAAN ORANG TUA	PENSIUNAN WIRASWASTA
ALAMAT RUMAH & KODE POS	A.Y.P. HIJAU G6 AL IKHLAS LUKU XI Kec. Medan Melayu
TELEPON/HP	0811 706 773
V. KETERANGAN PEKERJAAN	
PEKERJAAN	
JABATAN DI INSTANSI	
NAMA INSTANSI	
ALAMAT INSTANSI	
TELEPON/FAX INSTANSI	



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Sk-10

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI  
Nomor : 190/UND/II.3-AUI/UMSU-03/F/2020

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi  
Hari, Tanggal : Jum'at, 21 Februari 2020  
Waktu : 09.00 s.d. Selesai  
Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PEMBIMBING	
1	M. IKHWAN SAPTA PUTRA	1503110055	NURHASANAH NASUTION, S.Sos. M.I Kom	AKHYAR ANSHORI, S.Sos. M.I.Kom	Drs. BAHRUM JAMIL, MAP	EFEKTIVITAS SOSIALISASI MESJID RAYA AL-OSMANI MELALUI MEDIA ONLINE INSTAGRAM DARI ORGANISASI KAUMI TERHADAP MINAT PENGUNJUNG
2						
3						
4						
5						

Nota Sidang

Medan, 25 Jumadil Akhir 1441 H  
19 Februari 2020 M

1

Ditetapkan oleh  
Rektor I  
Dr. H. M. ARIFIN, SH, M.Humil

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

Panitia Ujian  
Sekretaris  
Drs. ZULFAHM, M.I Kom



Unggul! Cerdas! Terpercaya  
menyjawab surat ini agar disebutkan  
di dan tanggapannya

**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](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Nomor : 112/KET/IL.3-AU/UMSU-03/F/2019  
Lampiran : --  
Hal : **Mohon Diberikan izin  
Penelitian Mahasiswa**

Medan, 23 Jumadil Awal 1440 H  
29 Januari 2019 M

Kepada Yth : **Ketua DPC KAUMI**  
**Mesjid Raya Al-Osmani Labuhan Deli**  
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 : **M. IKHWAN SAPTA PUTRA**  
N P M : 1503110056  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Semester : VII (Tujuh) / Tahun Akademik 2018/2019  
Judul Skripsi : **EFEKTIVITAS SOSIALISASI MESJID RAYA AL-OSMANI  
MELALUI MEDIA ONLINE INSTAGRAM DARI ORGANISASI  
KAUMI TERHADAP MINAT PENGUNJUNG**

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.**



DEWAN PIMPINAN CABANG KESATUAN AKSI UMMAT ISLAM  
(KAUMI)

KECAMATAN MEDAN LABUHAN

Alamat: Masjid Raya Al-Osmani, Jl. K. L. Yos Sudarso Km. 19,5 Kel. Pekan Labuhan  
Kec. Medan Labuhan Kode Pos 20253 Telp. 0852 6192 1719

Nomor : 08/DPC/KAUMI/ML/III/2019

Medan, 4 Maret 2019

Lampiran : -

Hal : Pemberian Izin Penelitian

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Di-

Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara nomor 112/KET/II.3-AU/UMSU-03/F/2019 tertanggal 23 Jumadil Awal 1440 H / 29 Januari 2019, perihal permohonan izin penelitian. Maka kami dari DPC KAUMI Medan Labuhan yang diwakili oleh:

Nama : Salman, S.H.

Jabatan : Ketua DPC Kaumi Medan Labuhan

Menyambut baik dan memberikan izin penelitian mahasiswa atas nama M. Ikhwan Septa Purba (NPM. 150311056). DPC Kaumi Medan Labuhan juga siap membantu segala keperluan mahasiswa tersebut demi kelancaran penelitian yang dimaksud.

Demikianlah surat ini kami sampaikan, semoga kerja sama ini dapat terus terjalin demi kemajuan ummat Islam.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Ketua DPC Kaumi Medan Labuhan

Salman, S. H.