

Hubungan Antara Komunikasi Kelompok Pengurus Masjid dengan Minat Masyarakat Mengikuti Kegiatan Keagamaan

Haliza Rifdahaya Rurianti*, Mohamad Subur Drajat

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*hrifdahaya@gmail.com, mohamad.subur@unisba.ac.id

Abstract. Group communication is the most important thing in an activity to achieve goals together. Group communication activities can occur in various social lives. Group communication that occurs in social life in the religious sector, such as routine recitations and also recitations on every Islamic holiday. This activity has become a community habit. In the communication of this research group, several phenomena occurred, namely a lack of interest in the community around the mosque due to the time of the recitation activity and the community's interest in attending the recitation led or provided by the DKM ustad. It's different if the recitation is held or invites scholars who are well-known among the community. The aim of this research is to determine the extent of the relationship between group communication and people's interest in participating in religious activities. The theoretical basis in this research is group communication theory and interest theory. The research method used is a quantitative method with a correlational approach. The results of this research show a significant relationship between group communication and community interest, which has a correlation value of 0.615, which means a strong relationship.

Keywords: *Group Communication, Interests, Society, Activities.*

Abstrak. Komunikasi kelompok menjadi hal terpenting dalam suatu kegiatan untuk mencapai tujuan secara bersama. Aktivitas komunikasi kelompok bisa terjadi dalam bermacam kehidupan sosial. Komunikasi kelompok yang terjadi di kehidupan sosial bidang agama seperti pengajian rutin dan juga pengajian di setiap hari besar Islam. Aktivitas tersebut sudah menjadi kebiasaan masyarakat. Dalam komunikasi kelompok penelitian ini, terjadi beberapa fenomena yaitu kurangnya minat masyarakat sekitar masjid karena waktu kegiatan pengajian dan ketertarikan masyarakat mengikuti pengajian yang dipimpin atau diisi oleh ustad DKM. Berbeda jika pengajian diisi atau mengundang ulama yang terkenal dikalangan masyarakat. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui sejauhmana hubungan antara komunikasi kelompok dengan minat masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan. Landasan teori dalam penelitian ini teori komunikasi kelompok dan teori minat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Hasil dari penelitian ini terdapat hubungan signifikan antara komunikasi kelompok dengan minat masyarakat, yang memiliki nilai korelasi 0,615 yang berarti sebuah hubungan kuat.

Kata Kunci: *Komunikasi Kelompok, Minat, Masyarakat, Aktivitas.*

A. Pendahuluan

Di dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi merupakan suatu tindakan yang memungkinkan kita mampu menerima dan memberikan informasi atau pesan sesuai dengan apa yang kita butuhkan. Secara teoritis, tindakan komunikasi berdasarkan pada konteks terbagi menjadi beberapa macam, yaitu konteks komunikasi interpersonal, komunikasi intrapersonal, komunikasi kelompok dan komunikasi massa.

Menurut Arifin (2010:31) kelompok adalah sekumpulan individu yang berhubungan satu sama lain, memiliki tujuan yang sama, adanya struktur yang jelas dan norma sebagai landasan perilaku setiap anggota. Ketika seseorang bergabung dalam sebuah kelompok, maka secara perlahan mereka akan membuka diri untuk mulai berinteraksi dengan anggota lain.

Komunikasi kelompok pada penelitian ini adalah komunikasi kelompok besar. Pada penelitian ini komunikasi berlangsung ketika masjid membuat acara besar yang mengundang komunikator. Komunikasi kelompok besar merupakan komunikasi kelompok yang prosesnya berlangsung secara linear (Rusdy & Fauzi, 2020).

Masjid An-Najah aktif dalam melaksanakan kegiatan keagamaan untuk masyarakat mulai dari pengajian ibu-ibu, pengajian remaja dan anak-anak, pengajian bapak-bapak, dan masjid An-Najah juga mengadakan acara besar untuk memperingati hari besar Islam dengan mengundang beberapa pembicara dimulai dari ustad hingga ulama besar. Kegiatan ini dapat berfungsi memberikan pemahaman tentang nilai-nilai ajaran agama Islam (Muhammad H. Bahesti, 1988).

Fenomena yang membuat peneliti tertarik meneliti masjid An-Najah adalah terdapat perbandingan yang signifikan pada waktu kegiatan yang dilaksanakan siang hari dan malam hari. Lalu fenomena masyarakat ketika pengajian yang mengundang salah satu ustad di sekitar masjid dan pada pengajian bulanan yang mengundang ustad atau ulama yang sudah memiliki nama besar di Indonesia. Untuk mengetahui apakah terdapat Hubungan Antara komunikasi kelompok dengan minat masyarakat, komunikasi kelompok dapat ditinjau melalui empat indikator yaitu interaksi tatap muka, waktu, ukuran, tujuan. (Adler dan Rodman dalam Sendjaja, teori komunikasi, 2014:92).

Hasil wawancara awal peneliti kepada salah satu pengurus masjid mengenai kegiatan yang dilaksanakan di Masjid ini. Kegiatan mingguan pengajian ibu-ibu yang dilaksanakan pada hari Jum'at, ba'da Jum'at dan pengajian bapa-bapa yang dilaksanakan pada hari Minggu ba'da Subuh. Partisipan yang mengikuti kegiatan hanya kurang lebih dari 30 orang. Sedangkan kegiatan yang dilaksanakan bulanan pelaksanaannya tidak hanya di masjid An-Najah saja dan partisipan yang mengikutinya biasanya kurang lebih 100 orang (Fakhrana & Zulfebriges, 2021).

Minat masyarakat mengikuti kegiatan pengajian dan penceramah dari ustad sekitar DKM dengan metode dakwah menggunakan power point antusias masyarakat mengikuti kegiatan tersebut terhitung kurang, sedangkan ketika mengikuti kegiatan keagamaan yang mengundang salah satu ulama ternama di Indonesia minat masyarakat sangat antusias (Emmanuel Ariananto Waluyo Adi, 2022).

Berdasarkan uraian masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: "Sejauhmana Hubungan Antara Komunikasi Kelompok Pengurus Masjid Dengan Minat Masyarakat Mengikuti Kegiatan Keagamaan?". Selanjutnya tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengamati sejauhmana hubungan antara interaksi komunikasi kelompok pengurus masjid dengan minat masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan.
2. Untuk mengamati sejauhmana hubungan antara waktu komunikasi kelompok pengurus masjid dengan minat masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan.
3. Untuk mengamati sejauhmana hubungan antara ukuran komunikasi kelompok pengurus masjid dengan minat masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan.
4. Untuk mengamati sejauhmana hubungan antara tujuan komunikasi kelompok pengurus masjid antara minat masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan.

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metode teknik analisis korelasional dengan menggunakan pendekatan

kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah masyarakat majelis Fidzhilalil Qur'an dengan karakteristik yang mengikuti tiga kali kegiatan pengajian bulanan dan kajian hari besar Islam. Populasi ini diambil dari absensi yang diberikan oleh salah satu pengurus masjid dalam sesi observasi awal. Maka dari itu populasi penelitian ini adalah sebanyak 150 orang.

Dengan teknik pengambilan sampel yaitu simple random sampling, di mana sampel diambil dengan mempertimbangkan aspek-aspek atau kategori-kategori tertentu dalam penelitian. Pendekatan ini merupakan pengambilan sampel acak yang memberikan peluang yang setara. Peneliti memilih sampel dari populasi yang sedang diselidiki. Ukuran sampel untuk penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Slovin, maka jumlah sampel dari penelitian ini sejumlah 60 masyarakat Fidzhilalil Qur'an di lingkungan RW 22 Desa Cileunyi Kulon. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, wawancara, observasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis deskriptif dan teknik analisis inferensial.

Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah interaksi tatap muka yang terdiri dari tiga orang atau lebih dengan tujuan yang sudah diketahui. Komunikasi ini dapat dilakukan secara verbal dan nonverbal tujuannya untuk memudahkan kedua belah pihak saling memahami maksud dan tujuan. (Kurniawati, 2014:35). Komunikasi kelompok berarti komunikasi yang berlangsung antara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang. Komunikasi kelompok pada penelitian ini termasuk pada komunikasi kelompok besar karena bersifat linear. Komunikasi kelompok merupakan proses interaksi dimulai dari interaksi antar anggota terhadap kelompok, kelompok terhadap anggota, kelompok terhadap kelompok. (Mulyana, 2005:74).

Elemen Komunikasi Kelompok

Batasan mengenai komunikasi kelompok yaitu merupakan sekumpulan individu yang saling berinteraksi, biasanya tatap mukadalam waktu yang lama guna mencapai tujuan tertentu. Terdapat empat elemen komunikasi kelompok yang muncul dari definisi yang dipaparkan oleh Adler dan Rodman tersebut, yaitu: (dalam Sendjaja, Teori Komunikasi, 2014, p. 92 -93):

a) Interaksi

Interaksi merupakan faktor yang penting, karena melalui interaksi kita dapat melihat perbedaan antara kelompok dengan istilah yang disebut dengan coact.

b) Waktu

Syarat terjadinya kelompok adalah interaksi dalam jangka waktu yang panjang, karena dengan interaksi ini akan menumbuhkan karakteristik atau ciri yang tidak dimiliki oleh kumpulan yang bersifat sementara.

c) Ukuran

Untuk mengatasi perbedaan jumlah anggota tersebut, muncul konsep yang dikenal dengan smallness, yang merupakan kemampuan pada setiap individu dalam kelompok untuk dapat saling mengenal dan memberi reaksi terhadap anggota kelompok lainnya.

d) Tujuan

Elemen ini menjelaskan bahwa setiap individu dalam suatu kelompok akan membantu individu yang lain untuk dapat mewujudkan satu atau lebih tujuannya.

Adapun keterkaitan dari keempat elemen diatas dengan penelitian ini seperti pada elemen waktu dan ukuran. Pada penelitian ini waktu pelaksanaan pengajian menjadi salah satu faktor kurangnya minat masyarakat mengikuti pengajian. Sedangkan pada elemen ukuran terdapat perbedaan ukuran ketika pengajian mingguan yang diisi oleh ustad sekitar masyarakat atau DKM dengan pengajian bulanan atau hari besar Islam yang mengundang ustad ternama.

Minat

Minat merupakan sifat yang relatif menetap pada diri seseorang. Minat bahkan sangat berpengaruh terhadap kegiatan seseorang sebab dengan minat ia akan melakukan sesuatu yang diminatinya. Sebaliknya tanpa minat seseorang tidak mungkin melakukan sesuatu (Purwanto,

2010: 66). Slameto (2010: 180) menjelaskan bahwa minat bisa disebut sebagai suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat dalam penelitian ini adalah minat masyarakat. Setiap masyarakat pastinya memiliki minat yang berbeda-beda. Pada penelitian ini masyarakat masih memiliki minat yang kurang untuk mengikuti kegiatan keagamaan. Menurut Abdul Rahman Saleh (2004) minat dapat digolongkan menjadi beberapa macam, hal ini sangat bergantung pada sudut pandang dan cara penggolongan seperti berdasarkan dari timbulnya dan berdasarkan arahan.

Faktor yang mempengaruhi minat

Minat merupakan sebab akibat dari sebuah pengalaman. Minat akan berkembang sebagai hasil dari suatu kegiatan dan akan menjadi sebab akan dipakai lagi dalam kegiatan yang sama menurut Crow (1973:22). Beberapa faktor yang mempengaruhi minat menurut Crow. Faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

a) Faktor Internal

Faktor ini datang dari suatu lingkungan atau ruang lingkup yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan seorang individu dengan itu akan mudah menimbulkan minat.

b) Faktor Motif Sosial

Minat dalam upaya mengembangkan diri dari dan dalam ilmu pengetahuan, yang mungkin diilhami oleh hasrat untuk mendapatkan kemampuan dalam bekerja, atau adanya hasrat untuk memperoleh penghargaan dari keluarga atau teman

c) Faktor Emosi

Faktor yang berkaitan dengan perasaan dan emosi. Misalnya, keberhasilan akan menimbulkan perasaan puas dan meningkatkan minat, sedangkan kegagalan dapat menghilangkan minat seseorang.

Dari ketiga faktor diatas, merupakan faktor yang dapat mempengaruhi bertambahnya minat masyarakat dalam mengikuti pengajian di Masjid An-Najah.

C. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antara komunikasi kelompok pengurus masjid dengan minat masyarakat, yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1.

Tabel 1. Uji Korelasional Hubungan Antara Variabel X dengan Y

Variabel	Rs	Nilai Signifikansi	Kekuatan Hubungan	Arah Hubungan	Keterangan
Komunikasi Kelompok (X) dengan Minat Masyarakat (Y)	0,615	0,001	Kuat	Positif dan Searah	<input type="checkbox"/> H0 ditolak <input type="checkbox"/> Memiliki Korelasi <input type="checkbox"/> Signifikan

Berdasarkan tabel di atas, nilai signifikansi variabel Komunikasi Kelompok (X) dengan variabel Minat Masyarakat (Y) sebesar 0,001 yang diartikan nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Maka, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara Komunikasi Kelompok pengurus masjid An-Najah (X) dengan Minat (Y) masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan. Angka korelasi antara Komunikasi Kelompok pengurus masjid An-Najah (X) dengan Minat masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan (Y) yang didapat sebesar 0,615. Hal ini dapat menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara Komunikasi Kelompok pengurus

masjid An-Najah (X) dengan Minat masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan (Y) yang terjadi. Kemudian, tanda positif dan searah menunjukkan bahwa jika semakin meningkat Komunikasi Kelompok Pengurus Masjid An-Najah (X) akan memungkinkan pula semakin meningkatnya Minat Masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan (Y).

Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antara interaksi komunikasi kelompok pengurus masjid dengan minat masyarakat, yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Korelasi Sub Variabel X1 dengan Y

Variabel	Rs	Nilai Signifikansi	Kekuatan Hubungan	Arah Hubungan	Keterangan
Interaksi (X ₁) dengan Minat Masyarakat (Y)	0,515	0,001	Sedang	Positif dan Searah	<input type="checkbox"/> H ₀ ditolak <input type="checkbox"/> Memiliki Korelasi Signifikan

Berdasarkan tabel di atas, nilai signifikansi variabel Interaksi (X₁) dengan variabel Minat Masyarakat (Y) sebesar 0,001 yang diartikan nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga H₀ ditolak dan H₁ diterima. Maka, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara Interaksi (X₁) dengan Minat Masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan (Y). Angka korelasi antara Interaksi (X₁) dengan Minat Masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan (Y) yang didapat sebesar 0,515. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang sedang antara Interaksi (X₁) dengan Minat Masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan (Y) yang terjadi. Kemudian, tanda positif dan searah menunjukkan bahwa jika semakin meningkat Interaksi (X₁) akan memungkinkan pula semakin meningkatnya Minat Masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan (Y).

Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antara waktu komunikasi kelompok pengurus masjid dengan minat masyarakat, yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Korelasi Sub Variabel X2 dengan Y

Variabel	Rs	Nilai Signifikansi	Kekuatan Hubungan	Arah Hubungan	Keterangan
Waktu (X ₂) dengan Minat Masyarakat (Y)	0,394	0,002	Rendah	Positif dan Searah	H ₀ ditolak Memiliki Korelasi Signifikan

Berdasarkan tabel 3 di atas, nilai signifikansi variabel Waktu (X₂) dengan variabel Minat Masyarakat (Y) sebesar 0,002 yang diartikan nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga H₀ ditolak dan H₁ diterima. Maka, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara Waktu (X₂) dengan Minat Masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan (Y). Angka korelasi antara Waktu (X₂) dengan Minat Masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan (Y) yang didapat sebesar 0,394. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang rendah antara Waktu (X₂) dengan Minat Masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan (Y) yang terjadi. Kemudian, tanda positif dan searah

menunjukkan bahwa jika semakin meningkat Waktu (X2) akan memungkinkan semakin meningkatnya Minat Masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan (Y).

Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antara ukuran komunikasi kelompok pengurus masjid dengan minat masyarakat, yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Korelasi Sub Variabel X3 dengan Y

Variabel	Rs	Nilai Signifikansi	Kekuatan Hubungan	Arah Hubungan	Keterangan
Ukuran (X ₃) dengan Minat Masyarakat (Y)	0,559	0,001	Sedang	Positif dan Searah	H0 ditolak Memiliki Korelasi Signifikan

Berdasarkan tabel di atas, nilai signifikansi variabel Ukuran (X3) dengan variabel Minat Masyarakat (Y) sebesar 0,001 yang diartikan nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Maka, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara Ukuran (X3) dengan Minat Masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan (Y). Angka korelasi antara Ukuran (X3) dengan Minat Masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan (Y) yang didapat sebesar 0,559. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang sedang antara Ukuran (X3) dengan Minat Masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan (Y) yang terjadi. Kemudian, tanda positif dan searah menunjukkan bahwa jika semakin meningkat Ukurann (X3) akan memungkinkan semakin meningkat Minat Masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan (Y).

Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antara tujuan komunikasi kelompok pengurus masjid dengan minat masyarakat, yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Korelasi Sub Variabel X4 dengan Y

Variabel	Rs	Nilai Signifikansi	Kekuatan Hubungan	Arah Hubungan	Keterangan
Tujuan (X ₄) dengan Minat Masyarakat (Y)	0,452	0,001	Sedang	Positif dan Searah	H0 ditolak Memiliki Korelasi Signifikan

Berdasarkan tabel di atas, nilai signifikansi variabel Tujuan (X4) dengan variabel Minat Masyarakat (Y) sebesar 0,001 yang diartikan nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Maka, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara Tujuan (X4) dengan Minat Masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan (Y). Angka korelasi antara Tujuan (X4) dengan Minat Masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan (Y) yang didapat sebesar 0,452. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang sedang antara Tujuan (X4) dengan Minat Masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan (Y) yang terjadi. Kemudian, tanda positif dan searah menunjukkan bahwa jika semakin meningkat Tujuan (X4) akan memungkinkan semakin meningkatnya Minat Masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan (Y).

Dari hasil penelitian diatas, terdapat hubungan antara variabel X dengan Y. Sesuai dengan fakta lapangan, sub variabel X2 yaitu elemen waktu merupakan salah satu faktor kurangnya minat masyarakat mengikuti pengajian karena hanya dapat dilakukan di siang atau malam hari. Dimana pada siang hari merupakan waktu bekerja atau banyak kegiatan lainnya. Selain itu pada elemen interaksi yang merupakan elemen paling penting, pada penelitian ini interaksi terjadi saat kegiatan pengajian berlangsung. Menurut Cartwright dan Zander (1968) terdapat 5 aspek dalam komunikasi kelompok salah satunya interaksi yang terjadi di dalam proses komunikasi kelompok.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Komunikasi Kelompok (X) dengan Minat (Y) Masyarakat. Hubungan termasuk kategori kuat dengan nilai korelasional 0,615.

Berdasarkan yang telah dipaparkan dan dianalisis oleh peneliti pada bab-bab sebelumnya, maka penelitian ini memiliki hasil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan, terdapat hubungan yang signifikan dan positif mengenai “hubungan antara interaksi komunikasi kelompok pengurus masjid dengan minat masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan” dengan nilai korelasi sebesar 0,515 berkategori sedang.
2. Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat hubungan yang signifikan dan positif mengenai “hubungan antara waktu komunikasi kelompok pengurus masjid dengan minat masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan” dengan nilai korelasi sebesar 0,394 berkategori rendah.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat hubungan yang signifikan dan positif mengenai “hubungan antara ukuran komunikasi kelompok pengurus masjid dengan minat masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan” dengan nilai korelasi sebesar 0,559 berkategori sedang.
4. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat hubungan yang signifikan dan positif mengenai “hubungan antara tujuan komunikasi kelompok pengurus masjid dengan minat masyarakat mengikuti kegiatan keagamaan” dengan nilai korelasi sebesar 0,452 berkategori sedang.

Acknowledge

Selama proses menulis proposal usulan penelitian ini, peneliti mendapatkan banyak dukungan dan bantuan dari banyak pihak. Dengan itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih dengan tulus kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung. Ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Atie Rachmatie, Dra., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung yang telah memberikan kemudahan administrasi dalam perizinan pelaksanaan penelitian, serta semangat yang diberikan beliau, sangat memotivasi penulis untuk melanjutkan penelitian ini.
2. Dr. Ani Yuningsih, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung yang telah membantu memberikan saran dan menyetujui judul penelitian skripsi ini.
3. M. Subur Drajat, Drs., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar mendidik penulis dan selalu membantu dengan gagasan-gagasan yang cemerlang sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan penulisan penelitian skripsi ini.
4. Ibu Dr. Anne Maryani, Dra., M.Si. selaku dosen wali yang selalu membantu peneliti
5. Seluruh Dosen, Karyawan, dan Civitas Akademika Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung yang telah memberikan ilmu serta pengalaman kepada penulis selama menjalankan perkuliahan.
6. Kedua orang tua beserta adik. Bapa dan Ibu yang selalu memberikan kepedulian, kasih sayang, doa yang tiada henti, dan dukungan yang selalu menguatkan peneliti. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

7. Para rekan kerja di pengajian terutama Bu Hj. Wiwi, Bu Sri, dan Bu Hj. Lilis yang sudah memberikan dukungan serta do'a
8. Para rekan kerja di SMP sekaligus teman seperjuangan terutama Teh Chika, Teh Wina, Cantika, Alvita, Selvi dan A Kamal yang telah membantu dan berdiskusi terkait proposal usulan penelitian ini. Serta rekan kerja dan siswa siswi SMP lainnya yang turut memberi dukungan.
9. M. Ryuko Haetami, rekan saya yang selalu mendukung, membantu, menjadi teman diskusi, dan menemani peneliti selama proses pembuatan proposal ini. Terima kasih banyak untuk semuanya.
10. Tidak lupa kepada teman seperjuangan saya Mazdulina Auliya dan Puti Delima Ichlas atas dukungan dan menemani peneliti.
11. Teman-teman kuliah sejak semester 1, Fatmah, Nesya, Zahra, Nida, Sf, Manda, Salma, dan Sarry. Terima kasih atas dukungan dan bantuannya.
12. Semua teman-teman yang tidak bisa peneliti sebutkan namanya.

Daftar Pustaka

- [1] Abdul Rahman Saleh, Psikologi Pengantar Dalam Perspektif Islam (Jakarta: Prenada Media, 2004), 264.
- [2] Arifin, Anwar. 2010. Ilmu Komunikasi (Sebuah Pengantar Ringkas). Rajawali Pers: Jakarta.
- [3] Cartwright, D dan A. Zander. 1968. Group Dynamics : Research and Theory. New York : Harper & Row Publisher.
- [4] Crow and Crow. 1973. And Outline Off Psicology (Terjemahan Z.kazijan). Surabaya: PT Bina Ilmu
- [5] Kurniawati, Nania Nia. 2014. Komunikasi Antarbudaya: Konsep dan Teori Dasar. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [6] Mulyana Deddy. 2005. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [7] Sendjaja, Sasa Djuarsa. 2014. Modul Teori Komunikasi. Jakarta: Universitas Terbuka.
- [8] Siti Mutmainah dan Ahmad Fauzi, Psikologi Komunikasi, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2005), cet. Ke-8, h.71
- [9] Slameto. 2010. Belajar dan faktor-faktor yang Mempengaruhinya. Jakarta: PT. Rineka Cipta