



**BAB I
PENDAHULUAN**

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia membutuhkan komunikasi untuk kelangsungan hidupnya (*anthroposemiosis*).¹ Sebagaimana manusia adalah makhluk sosial yang butuh terhadap orang lain, tanpa komunikasi maka dapat dipastikan akan sulit sekali seseorang menyampaikan kebutuhan dan keperluannya. Orang lain juga tidak akan tahu apa yang dibutuhkan oleh seseorang jika ia tidak mau mengutarakan langsung keinginannya (tanpa komunikasi). Ketika kebutuhan tidak terpenuhi, hal-hal lain terhambat, hidup menjadi berat sehingga kemungkinan bertahan hidup menjadi kecil. Terlebih jika mundur ke masa lalu di zaman *agriculture*, manusia tinggal secara nomaden (berpindah-pindah tempat). Bumi sebagian besar masih berbentuk hutan-hutan lebat dengan beraneka makhluk hidup lainnya yang kemungkinan besar bisa saja menyerang bahkan memangsa manusia. Manusia hanya mengandalkan alam sebagai sumber kehidupan.² Tanpa komunikasi maka manusia akan gagal mempertahankan hidup, karena dengan hidup berkelompok dan koordinasi yang baik, manusia bisa mempertahankan diri menghindari serangan hewan buas.

Komunikasi diartikan sebagai pertukaran informasi. Marcel Danesi memberi penjelasan bahwa komunikasi adalah penghantaran, penyiaran, atau pemancaran pesan ($X=Y$) dengan suatu cara baik melalui udara, sentuhan, visual dan lain sebagainya. Pesan dapat diterima dengan berhasil (dikenali sebagai pesan) oleh spesies lain hanya jika spesies tersebut mempunyai modalitas indrawi yang sama dengan yang digunakan oleh pemberi pesan. Ketika sistem inderawi pada kedua spesies berbeda sangat jauh, maka penerimaan pesan mustahil terjadi.³

¹ Marcel Danesi, *Pesan, Tanda, Dan Makna; Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika Dan Teori Komunikasi*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), 313.

² Yuval Noah Harari, *Sapiens; Sejarah Ringkas Umat Manusia Dari Zaman Batu Hingga Perkiraan Kepunahannya*, terj. Yanto Musthofa, (Tangerang Selatan: PT Pustaka Alvabet, 2017), 91.

³ Danesi, *Pesan Tanda, Dan Makna*, 314.

Dalam perkembangannya, pesan dapat dipancarkan melalui teknologi.⁴ Salah satu teknik penyampaian pesan yang sudah ada pada bangsa Sumeria adalah tulisan. Bangsa Sumeria mengembangkan tulisan *cuneiform* kuno, tulisan yang tidak bisa dihapus, dicetak pada tablet tanah liat.⁵ Sebelumnya, masyarakat zaman awal mengembangkan peralatan sederhana seperti genderang, api, asap, dan lentera untuk memancarkan pesan. Tapi itu hanya bisa dilihat atau didengar pada jarak dekat. Lebih maju dari itu, merpati dapat digunakan untuk membawa pesan dengan jarak yang lebih jauh lagi.⁶ Masyarakat Mesir mengembangkan *papyrus* dan *hieroglif*. Bangsa Romawi mengembangkan tulisan abjad, dan mesin cetak membuka jalan bagi *Renaissance* di Eropa. Radio, film, dan televisi menyebabkan kebangkitan budaya pop global di abad ke-20. Menurut Marshall, berawal dari adanya listrik sehingga muncullah internet yang menyatukan semua fungsi sosial dan politik dan menjadikan dunia seakan-akan satu desa global.⁷ Tipe teknologi yang digunakan dan dikembangkan untuk mencatat dan memancarkan pesan pada akhirnya akan menentukan cara seseorang untuk memproses dan mengingat pesan. Hingga pada akhirnya, perubahan besar dalam merepresentasikan dan memancarkan informasi akan menghasilkan paradigma secara serentak dalam sistem kultural.⁸

Di tengah derasnya perkembangan sistem komunikasi, internet berkembang dengan sangat cepat dan menjadi bagian terpenting dalam bidang ekonomi.⁹ Orang-orang mulai berbicara tentang “revolusi teknologi” atau “ledakan informasi”.¹⁰ Media digital telah menjadi media yang sangat berkuasa, karena kecepatan dan jangkauan yang dimungkinkan media ini. Sebagian besar layanan online menyediakan berita, papan buletin, pangkalan data, game, perpustakaan perangkat lunak dan lain sebagainya.¹¹ Masyarakat informasi merupakan sebuah masyarakat yang mana komunikasi informasi inovatif.

⁴ Ibid., 314.

⁵ Ibid., 315.

⁶ Ibid., 314-315.

⁷ Marshall McLuhan, *Understanding Media; The Extensions of Man*, (London: McGraw-Hill, 1964) 5.

⁸ McLuhan, *Understanding Media*, 7.

⁹ Werner J. Severin dan James W. Tankard, Jr, *Teori Komunikasi; Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa*, terj. Sugeng Hariyanto, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014), 5.

¹⁰ Ibid., 305.

¹¹ Danesi, *Pesan, Tanda, Dan Makna*, 323.

Dirancang oleh para ilmuwan dan insinyur, didorong oleh investor korporat, dan mendapatkan manfaat dari jaringan komunikasi, sehingga perkembangan jaringan komunikasi dinilai menghasilkan kebaikan terbesar bagi semua dalam masyarakat informasi.¹²

Dalam perjalanannya, televisi yang menyampaikan informasi secara audio-visual mulai tersaingi dengan adanya media online *youtube* yang diluncurkan pada Mei 2005.¹³ Dari banyaknya jejaring sosial, *youtube* merupakan salah satu media yang digandrungi banyak orang. *Youtube* menyediakan forum bagi orang-orang untuk saling berhubungan, memberikan informasi, dan menginspirasi orang lain di seluruh dunia, serta sebagai platform distribusi bagi pembuat konten asli dan pengiklan.¹⁴

Dilansir dari artikel Kompas, *youtube* sebagai salah satu media informan paling populer saat ini, memiliki 1,8 milyar pengguna yang terdaftar setiap bulannya. Hal ini belum termasuk mereka yang menonton *youtube* tetapi tidak memiliki akun. Sebelumnya pada pertengahan tahun 2017, *youtube* mencatat ada sekitar 1,5 miliar penonton bulanan yang terdaftar.¹⁵ Akibat melonjaknya angka penggunaan media sosial, muncullah istilah-istilah baru yang tidak jauh kaitannya dengan hal tersebut. Kata “netizen” dan “warganet” yang sering digunakan, membuat Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) akhirnya memasukkan dua kata tersebut ke dalam KBBI.¹⁶ Dua istilah ini sebenarnya belum ditemukan ketika media cetak (pembaca), radio (pendengar), dan televisi (pemirsa) masih mendominasi.

¹² Robin Mansell, *Imagining The Internet; Communication, Innovation, And Governance*, (Oxford: University Press, 2012), 1-2.

¹³ Eribka Ruthellia David dkk, “Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Social Dan Politik Universitas Sam Ratulangi”, *Acta Diurnal*, Vol. 6, No. 1, (2017), 3.

¹⁴ *Ibid.*, 7.

¹⁵ Oik Yusuf, “Berapa Banyak Orang yang Menonton YouTube Setiap Harinya?”, dalam <https://tekno.kompas.com/read/2018/05/04/14250087/berapa-banyak-orang-yang-menonton-youtube-setiap-harinya->, (diakses pada 19 Oktober 2019).

¹⁶ Estu Suryowati, “Warganet” dan “Netizen” Kini Sudah Masuk KBBI V Daring”, dalam <https://nasional.kompas.com/read/2017/08/23/19441601/warganet-dan-netizen-kini-sudah-masuk-kbbi-v-daring->, (diakses pada 19 Oktober 2019).

Penelitian lain yang dilakukan oleh google menyatakan bahwa 57 persen pengguna *youtube* adalah mereka yang mencari konten hiburan, serta 86 persen menyatakan bahwa mereka mengunjungi *youtube* untuk belajar dan mencari informasi baru.¹⁷ Hal ini tentu semakin memudahkan bagi mereka yang benar-benar bisa memanfaatkan *youtube* dengan sebaik mungkin untuk hal-hal yang mendukung fungsi kehidupannya.

Pada akhirnya, kemajuan media komunikasi berpengaruh terhadap agama dilihat dari cara serta praktik keagamaan setiap individu. Kemajuan teknologi global memberikan dampak signifikan bagi umat beragama di dalam menjalankan ritual, akses pengetahuan, distribusi serta konsumsi ajaran agama. Misalnya saja, seseorang tidak perlu pergi mendatangi para pemuka agama untuk mendapatkan siraman rohani. Mereka hanya perlu mengakses acara-acara keagamaan yang disiarkan di televisi.¹⁸

Di zaman serba canggih ini, nilai efisien energi dan waktu menjadi pertimbangan tersendiri. Fenomena beragama via media ini, terlebih di Indonesia, tumbuh pesat pasca 1998, dimana kebebasan berekspresi (salah satunya di media) terjadi. Masa reformasi yang diiringi dengan keterbukaan teknologi-informasi mempengaruhi pola beragama di Indonesia. Setelah jaringan internet hadir di Indonesia, model produksi, distribusi dan konsumsi agama memanjakan masyarakat. Tidak harus di pesantren, surau, maupun lembaga pendidikan lainnya. Juga tidak perlu berjam-jam di depan televisi dan radio. Kehadiran *channel youtube* terasa lebih memudahkan masyarakat dalam beragama. Mereka dapat mengakses berbagai persoalan agama kapanpun dan dimanapun dari berbagai penjuru dunia asal memiliki jaringan internet.¹⁹

Kajian-kajian agama yang mulai banyak muncul di media sosial *youtube* adalah kajian tafsir al-Qur`an. Salah satu kiai muda yang terkenal santai dalam pembawaannya dan mempunyai van keilmuan yang mumpuni dalam bidang

¹⁷ Diaz Praditya, “3 Fakta Menarik dari Riset Google tentang Perkembangan YouTube di Indonesia”, dalam <https://id.technasia.com/fakta-perkembangan-youtube-di-indonesia>, (di akses pada 19 Oktober 2019).

¹⁸ Puji Harianto, “Radikalisme Islam dalam Media Sosial (Konteks; Channel Youtube)”, *Sosiologi Agama*, Vol. 12, No. 2, (Juli-Desember 2018), 300.

¹⁹ *Ibid.*, 301.

al-Qur`ān adalah K. H. Ahmad Bahāuddīn Nūrsalīm dari Narukan, Kragan, Kabupaten Rembang. Pengajiannya membludak kira-kira pada dua tahun terakhir.²⁰ Penulis memilih K. H. Ahmad Bahāuddīn Nūrsalīm dalam penelitian ini dikarenakan beliau merupakan seorang kiai yang masih muda dengan kapasitas keilmuan mumpuni untuk seusianya. Tidak hanya permasalahan al-Qur`ān dan tafsir, beliau juga menguasai ilmu hadis dengan hafal kitab shahih muslim yang berisi ribuan hadis. Sehingga dengan keahlian hadisnya ini, beliau sangat menekankan betapa pentingnya sanad dalam masalah ilmu, terlebih ilmu agama. Selain tafsir al-Qur`ān dan hadis, beliau juga menguasai dengan detail ilmu ushul fikih dan ilmu fikih dalam artian beliau mengetahui asal usul terbentuknya suatu hukum sehingga tidak sembarang dalam mengeluarkan sebuah keputusan. Model-model ulama seperti beliau inilah yang saat ini sulit ditemukan, dimana di media sosial cenderung dipenuhi oleh kajian-kajian orang yang mengatasnamakan dirinya ulama, padahal dari segi keilmuan masih jauh untuk dikatakan sebagai ulama. Kehadiran pengajian beliau di *youtube* bagi sebagian orang dianggap sebagai angin segar, terutama masyarakat awam yang merasa berat dengan ajaran agama ketika dipertentangkan dengan realitas kehidupan. Gus Baha' (sapaan akrab beliau) tidak hanya memahami permasalahan dari satu perspektif, melainkan dari beberapa perspektif sekaligus.

Pengajian beliau yang ada di *youtube*, *facebook*, *twitter* maupun *instagram* semakin ramai dibicarakan. Sebenarnya tidak ada akun resmi dari beliau maupun pesantren beliau secara resmi yang khusus ditugaskan untuk aktif menyebarkan video-video maupun audio visual hasil pengajian. Para pengikut kajian-kajian inilah yang membagikan video-video tersebut ke media sosial sehingga bisa dinikmati kalangan masyarakat luas. Dari luasnya jaringan inilah muncul berbagai tipe-tipe pemerhati dan penikmat kajian tafsir beliau. Respon-respon yang dilontarkan merupakan perwujudan dan ungkapan dari kesukaan maupun ketidaksenangan pembaca atau warganet terhadap segala informasi yang diperoleh di media sosial apapun. Bentuk-bentuk dari kesenangan maupun ketidaksenangan ini diwujudkan pada pilihan kata yang dipilih dan diungkapkan dalam

²⁰Muhammad Leviv, *Wawancara*, Rembang 21 Februari 2020.

memberikan komentar atau tanggapan terhadap isi berita maupun ceramah-ceramah yang disampaikan.²¹

Mengenai *youtube*, Ada beberapa alasan penulis memilih respon warganet di media sosial *youtube* dikarenakan beberapa kemudahan yang disediakan. Berbagai kemudahan *youtube* bagi para pembuat video, sebagai berikut:

1. *Youtube* tidak membatasi durasi video yang diunggah
2. Sistem pengamanan yang akurat. *Youtube* tidak mengizinkan video yang mengandung SARA, ilegal dan kekerasan
3. Memberi gaji terhadap orang yang mengunggah video dan mendapatkan minimal 1000 viewers
4. Sistem *offline*. Video bisa ditonton pada saat offline dengan ketentuan mendownload terlebih dahulu
5. Tersedia editor sederhana bagi yang ingin mengunggah videonya.²²

Sedangkan kemudahan yang diberikan *youtube* bagi para penggunanya adalah:

1. *Youtube* memberikan layanan gratis. Para pengguna hanya perlu membeli pulsa dan menggunakan kuota untuk mengakses video-video tersebut tanpa harus membayar sejumlah uang
2. Video di *youtube* bisa diunduh (download)
3. Dengan *youtube*, bisa mengakses dan berbagi informasi seputar hal-hal teknis
4. Mengakses video streaming, baik live maupun tidak
5. *Youtube* mengenalkan dan memasarkan produk
6. Mengakses video informatif
7. *Youtube* mendukung industri hiburan
8. Memperkuat branding lembaga atau institusi

²¹ Titin Samsudin dan Nur Aina Ahmad, "Disfemisme Warganet pada Komentar di Media Sosial Facebook dalam Tinjauan Semantik dan Hukum Islam", *Al-Himayah*, Vol. 2, No. 2, (Oktober 2018), 255.

²² Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, Andi Subhan Amir, "Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram" *Jurnal Komunikasi Kareba*, Vol. 5, No. 2, (Juli - Desember 2016), 261.

9. Mengetahui respon dan komentar khalayak karena *youtube* menyediakan fitur suka dan komentar
10. *Youtube* memfasilitasi pengguna untuk menguasai fitur dasar dalam membuat video dengan fitur *youtube* editor.²³

Sebagai mahasiswa yang berkecimpung dalam dunia tafsir al-Qur`ān, maka penulis merasa berkepentingan untuk mengkaji sejauh mana respon warganet dalam menanggapi pengajian-pengajian tafsir di media sosial *youtube* yang disampaikan oleh K. H. Ahmad Bahāuddīn Nūrsalīm, yang mana untuk kedepannya diharapkan penelitian ini bisa dijadikan sebagai tolak ukur penerimaan warganet yang mewakili masyarakat luas terhadap al-Qur`ān sebagai sumber hukum Islam.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan pertanyaan-pertanyaan yang jawabannya akan dibuktikan dalam suatu penelitian. Sehingga paling tidak di dalamnya harus mencakup totalitas dari awal sampai akhir isi dari penelitian tersebut.²⁴

Tujuan dari rumusan masalah adalah sebagai upaya agar penelitian ini menjadi lebih terarah dan tidak melebar kemana-mana, maka dari itu perlu adanya pembatasan masalah. Adapun rumusan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana respon warganet terhadap pengajian tafsir K. H. Ahmad Bahāuddīn Nūrsalīm di *Youtube*?

C. Tujuan Penelitian

Tentunya ada beberapa hal yang ingin dicapai dengan melakukan penelitian ini. Diharapkan hasil yang diperoleh dapat menjadi sumbangsih bagi khazanah keilmuan Islam, sekaligus dapat dijadikan sebagai data-data yang bisa dijadikan acuan untuk kedepannya. Ada beberapa poin yang menjadi tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk menggambarkan realitas sosial terkait respon warganet

²³ Ibid., 261-263.

²⁴ Muhammad Asif, Abdul Wadud Kasyful Humam, *Buku Panduan Skripsi Program Studi Ilmu Al-Qur`an Dan Tafsir Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Anwar Sarang*, (Rembang: Pusat penelitian dan pengabdian masyarakat (P3M) Stai Al-Anwar Sarang, tth), 13.

terhadap pengajian tafsir yang dilakukan oleh K. H. Ahmad Bahāuddīn Nūrsalīm melalui komentar-komentar yang ada di media sosial.

D. Manfaat Penelitian

Selain tujuan-tujuan yang ingin dicapai, penelitian ini juga diharapkan bisa memberi manfaat dan sumbangsih sekecil apapun itu. Secara akademis, diharapkan penelitian ini mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan konsep-konsep keilmuan, yaitu mengenai praktik teori analisis konten atau isi. Dengan adanya penelitian ini, maka, segala temuan dan teori yang telah ditemukan akan terus diperbarui lagi, karena tanpa penelitian ilmu pengetahuan akan stagnan bahkan akan surut ke belakang.²⁵

Adapun secara pragmatik, penelitian ini ditujukan kepada masyarakat luas, yaitu memberikan gambaran terkait respon dan tanggapan yang diberikan masyarakat Indonesia secara umum, dan umat Islam Indonesia secara khusus terhadap pengajian tafsir K. H. Ahmad Bahāuddīn Nūrsalīm di media sosial. Harapannya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu tolak ukur sejauh mana masyarakat muslim Indonesia menerima al-Qur`ān sebagai kitab suci mereka.

E. Tinjauan Pustaka

Sebagaimana telah diketahui bahwa tinjauan pustaka memuat kajian-kajian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti lain dan kajian-kajian tersebut berhubungan atau paling tidak satu tema dengan penelitian yang akan dilakukan.²⁶ Ada beberapa hal yang perlu ditampilkan dalam kajian pustaka. Diantaranya adalah kajian yang sudah pernah ditulis dan berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, mencantumkan hal-hal menarik yang belum pernah ditulis pada penelitian sebelumnya, dan terakhir adalah kelemahan, kekurangan atau pembuktian kebenaran penelitian yang pernah ada.²⁷ Sejauh ini, penulis belum menemukan kajian-kajian terdahulu dengan tema yang sama, juga dengan bahasan yang sama dengan penelitian ini. Penulis hanya menemukan beberapa

²⁵ Anton Bakker, Achmad Charris Zubair, *Metodologi Penelitian Filsafat*, (Yogyakarta: PT Kanisius Yogyakarta, 2016), 11.

²⁶ Ibid., 16.

²⁷ Ibid., 16.

kajian atau penelitian. *Pertama*, penelitian Evans W. Wirga dengan judul “Analisis Konten Pada Media Sosial Video *Youtube* Untuk Mendukung Strategi Kampanye Politik” Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi, Universitas Gunadarma. Penelitian ini jelas tidak menyinggung permasalahan tafsir al-Qur`ān sebagaimana yang akan dilakukan oleh penulis, melainkan mengkaji tentang analisis sentiment terhadap komentar video *youtube* dengan tujuan mengetahui pengaruh suatu video dalam bentuk tanggapan masyarakat berupa sentiment positif atau negative. Metode yang digunakan sama-sama menggunakan analisis isi atau konten. Walaupun objeknya hampir sama, yaitu komentar di *youtube*, akan tetapi fokus penelitiannya tetap berbeda.²⁸

Kedua, Penelitian dengan judul “Disfemisme Warganet pada Komentar di Media Sosial Facebook dalam Tinjauan Semantik dan Hukum Islam” ditulis oleh Titin Samsudin dan Nur Aina Ahmad, IAIN Sultan Amai Gorontalo yang dimuat dalam Jurnal Al-Himayah Volume 2 Nomor 2 Oktober 2018. Penelitian ini juga berkaitan dengan respon warganet, akan tetapi hanya difokuskan pada media sosial facebook saja dan dalam pengkajiannya terbatas pada disfemisme warganet (ungkapan yang bersifat kasar untuk menunjukkan penilaian negatif).²⁹ Didalamnya disebutkan bagaimana ungkapan-ungkapan kasar tersebut dilontarkan oleh para pengguna media sosial. Diantara ungkapan disfemisme adalah kampret (kampret dalam bahasa artinya jawa anak kelelawar), anjing, babi, kutu busuk, lonte, setan, nenek lampir, kacang-kacung nista, manusia cabul, mulut besar, muka tembok, dan lain sebagainya.³⁰ Penelitian ini secara khusus menggunakan tinjauan semantik dan hukum Islam yang jelas berbeda dengan analisis isi atau konten yang akan digunakan dalam penelitian penulis. Sehingga kiranya hal ini menjadikan kajian penulis berbeda dengan penelitian sebelumnya.

Ketiga, Muhammad ‘Ariful Furqon dkk, dengan judul “Analisis Sosial Media Pemerintah Daerah Di Indonesia Berdasarkan Respons Warganet” yang

²⁸ Evans W. Wirga, “Analisis Konten Pada Media Sosial Video Youtube Untuk Mendukung Strategi Kampanye Politik”, *Jurnal Ilmiah Informatika dan Komputer*, Vol. 21, No. 1, (April 2016), 16.

²⁹ Titin Samsudin dan Nur Aina Ahmad, “Disfemisme Warganet pada Komentar di Media Sosial Facebook dalam Tinjauan Semantik dan Hukum Islam”, *Jurnal Al-Himayah*, Vol. 2, No. 2, (Oktober 2018), 261.

³⁰ *Ibid.*, h. 275.

dimasukkan pada Jurnal Sosioteknologi Vol. 17, No 2, Agustus 2018. Penelitian ini membahas tentang kajian respon warganet terhadap media sosial (akun) pemerintah daerah di Indonesia meliputi 39 daerah yang paling aktif di halaman *facebook*. Selain itu, tulisan ini hanya fokus mengkaji berdasarkan jumlah *like* dan analisis sentimen masyarakat.³¹ Data yang diambil meliputi gambar, teks dan video. Kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini bahwa respon masyarakat terhadap *posting* video lebih mendapatkan respon positif daripada *posting* gambar maupun teks saja. Selain itu tingkat sentimental masyarakat jika dilihat di halaman *facebook* cenderung positif terhadap isi dari postingan tersebut.³² Penelitian tersebut jelas berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, dilihat dari masalah yang diangkat dan objek kajian yang dialami.

Penelitian yang akan penulis kaji di sini berkaitan dengan masalah komentar warganet di *youtube* sebagai wujud respon warganet terhadap segala bentuk informasi yang diperoleh khususnya mengenai pengajian tafsir Gus Baha' sehingga penelitian ini berbeda dari kajian sebelumnya.

F. Kerangka Teori

1. Respon

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, respon dapat diartikan sebagai suatu tanggapan, reaksi dan jawaban. Merespons berarti memberi respon, menanggapi.³³ Tanggapan atau respon diartikan sebagai bayangan yang menjadi kesan yang dihasilkan dari pengamatan. Seseorang dalam memberi tanggapan akan selalu menghubungkan dengan pengalaman yang telah dilaluinya, ingatan sebagai bentuk masa lalu, masa sekarang dan masa mendatang.³⁴

Respon erat kaitannya dengan sikap, perilaku, tindakan dan persepsi. Sikap dalam bahasa Indonesia diartikan dengan perbuatan dan sebagainya yang

³¹ Muhammad 'Ariful Furqon dkk, Analisis Sosial Media Pemerintah Daerah Di Indonesia Berdasarkan Respons Warganet, *Jurnal Sosioteknologi*, Vol. 17, No. 2, (Agustus 2018), 177.

³² Ibid., 188.

³³ Suharso, Ana Retnoningsih, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Lux*, (Semarang: Widya Karya, 2012), 426.

³⁴ Wasty Soemanto, *Psikologi Pendidikan: Landasan Kerja Pemimpin Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), 25.

didasarkan pada pendirian, dan keyakinan; perilaku, gerak-gerik.³⁵ Persepsi dalam bahasa Inggris disebut dengan “*perception*” yang berarti menerima atau mengambil. Dalam kamus bahasa Inggris, diartikan dengan “penglihatan” atau tanggapan.³⁶

Manusia pada dasarnya tidak bisa langsung memberikan respon terhadap sesuatu secara otomatis, tetapi akan dilakukan terlebih dahulu proses penyaringan, perubahan, atau modifikasi dari stimulus yang ada. Hal inilah yang disebut dengan proses kognitif, yang mana merupakan proses mental yang memungkinkan seseorang mengevaluasi, memaknai dan menggunakan informasi yang diperoleh melalui indranya.³⁷

2. Jenis-Jenis Respon

Ralph Webb dalam bukunya, “*Interpersonal Speech Communication (Principles And Practices)*”, menyatakan bahwa respon merupakan sebuah kontrol yang memengaruhi komunikasi dan interaksi seseorang dengan orang lain.³⁸ Dalam sebuah studi tentang konten dan hubungan dalam komunikasi, ditemukan bahwa secara emosional seseorang dipengaruhi oleh respon yang didapatkan terhadap pesan yang mereka sampaikan. Ketika seseorang berbicara, pada dasarnya ia tidak hanya menawarkan topik yang dibicarakan, atau seberapa dangkal dan objektif materi dari pesan tersebut. Pada dasarnya ia juga menawarkan kepada penerima pesan itu bagian dari dirinya.³⁹ Akan tetapi, bukan tentang itu yang akan penulis kupas pada penelitian ini. Sementara, kita abaikan hubungan antara respon dengan kondisi emosional seseorang karena yang ingin didalami pada penelitian ini lebih tertuju pada bagaimana seseorang (warganet) menanggapi sebuah informasi yang disampaikan. Peneliti mengambil pendapat Ralph Webb Jr. yang membagi respon menjadi tiga bagian:

a. Confirmation (positive feedback)

³⁵ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 1063.

³⁶ John M. Echols, Hasan Shadily, *Kamus Inggris-Indonesia: An English-Indonesian Dictionary*, (Jakarta: Gramedia)

³⁷ *Ibid.*, h. 119.

³⁸ Ralph Webb, Jr., *Interpersonal Speech Communication ; Principles and Practices*, (New Jersey: Englewood Cliffs, 1975), 180.

³⁹ *Ibid.*, 180.

Merupakan sebuah tanggapan atau respon yang menunjukkan seseorang diterima dan disukai oleh orang lain. Informasi yang disampaikan ditanggapi dengan baik, disetujui atau diterima secara baik. Karena Webb mengaitkan respon dengan kondisi emosional seseorang, maka menurutnya umpan balik positif ini merupakan jenis respon yang paling berkontribusi terhadap stabilitas emosional dan perkembangan mental. Sehingga ketika seseorang dikonfirmasi (diterima), hal ini mengarah pada konfirmasi diri. Seseorang akan berpikir bahwa keberadaannya diakui dan diterima oleh orang lain.⁴⁰

Menurut Paul Watzlawick, konfirmasi tidak lagi mementingkan apakah sesuatu benar atau palsu. Konfirmasi sama dengan mengatakan bahwa “Anda ada”.⁴¹ Diantara ciri dari konfirmasi menurut Evelyn dalam bukunya:

- 1) Konfirmasi mengungkapkan pengakuan terhadap keberadaan orang lain sebagai agen akting
- 2) Mengakui komunikasi orang lain dengan merespon secara relevan
- 3) Menerima pengalaman dari orang lain
- 4) Konfirmasi menunjukkan kemauan untuk terlibat dengan orang lain.⁴²

Sedangkan pemahaman Webb dalam memahami pendapat Evelyn Sieburg akan diambil sebagai tolak ukur konfirmasi dalam penelitian ini:

1. Pengakuan langsung (positif)
2. Kesepakatan terhadap informasi yang diberikan orang lain
3. Supportif (memberi dukungan dan semangat)
4. Klarifikasi
5. Mengekspresikan perasaan (positif)⁴³

Konfirmasi juga berbentuk respon yang mendukung, klarifikasi, dan ekspresi perasaan positif. Faktor yang lebih disukai diidentifikasi sebagai

⁴⁰ Ibid., 180.

⁴¹ Paul Watzlawick Dkk, *Pragmatics Of Human Communication ; A Study Of Interactional Patterns, Pathologies, And Paradoxes*, (New York: United States Of America, t. th.), 86.

⁴² Evelyn Sieburg, “Interpersonal Confirmation: A Paradigm for Conceptualization and Measurement”, (*Document Resume Communication Association Montreal, Quebec, April 1973*), 4.

⁴³ Webb, Jr., *Interpersonal Speech*, 182.

“mengonfirmasi”.⁴⁴ Sikap konfirmasi antar pribadi ini diyakini memuaskan bagi penerima karena akan menegaskan pengalaman seseorang.⁴⁵

b. Rejection (negative feedback)

Respon ini walaupun tidak secara emosional memuaskan seperti halnya konfirmasi, tetap mengakui keberadaan dan pandangan orang lain. Meskipun rejection berarti seseorang benar-benar tidak setuju dengan sudut pandang orang lain dan merasa itu tidak berdasar, ia dan penolakannya tetap mengakui keberadaan orang lain.⁴⁶ *Rejection* terjadi ketika seseorang tidak tertarik pada sebuah percakapan, yang mana dia ingin menghindari percakapan tersebut.⁴⁷

Menurut Sieburg yang dikutip oleh Webb, membagi jenis respon *rejection* sebagai berikut:

- 1) Pengakuan langsung. Seseorang yang menolak terhadap informasi yang disampaikan akan menolak secara langsung dan verbal terhadap pesan tersebut ketika proses komunikasi sedang berlangsung.
- 2) Kesepakatan atau ketidaksepakatan terhadap konten. Seseorang memperlakukan informasi yang diberikan maupun pendapat yang diungkapkan oleh yang lain.
- 3) Respon suportif. Seseorang mengekspresikan pemahaman orang lain, meskipun menolak ide atau pendapat. Atau bisa jadi seseorang mengkritik atau mengancam akibat tidak sependapat atau sepaham.
- 4) Respon klarifikasi. Seseorang mengklarifikasi konten pesan maupun perasaan orang lain.
- 5) Ekspresi perasaan. Seseorang menggambarkan perasaannya, yang terkait dengan perasaan yang diungkapkan oleh orang lain.⁴⁸

c. Disconfirmation (zero feedback)

Respon ini dianggap sebagai respon yang dapat merusak harga diri seseorang. Ketika seseorang menolak pesan (*rejection*) maka ia hanya mengatakan

⁴⁴ Ibid., 4.

⁴⁵ Ibid., 9.

⁴⁶ Webb, Jr., *Interpersonal Speech*, 180.

⁴⁷ Watzlawick, *Pragmatics of Human*, 75.

⁴⁸ Webb, Jr., *Interpersonal Speech*, 181.

“Anda salah”. Akan tetapi diskonfirmasi ini mengatakan bahwa “Anda tidak ada”. Diskonfirmasi lebih parah daripada sekedar menolak sebuah pesan. Diskonfirmasi berarti mengabaikan pesan dan orang lain sebagai pribadi. Diri yang telah diberikan dalam upaya komunikasi tidak menimbulkan respon sama sekali, sehingga umpan balik nol ini menimbulkan keraguan harga diri pada seseorang.⁴⁹

Sieburg membagi respon diskonfirmasi menjadi beberapa bagian sebagai berikut sebagaimana yang dikutip oleh Ralph Webb di dalam bukunya:

- 1) Respon yang tidak terlihat
- 2) Respon mengganggu. Seseorang berbicara sementara yang lain berbicara dalam artian memotong pembicaraan yang tengah disampaikan orang lain. Hal ini menjadikan komunikasi rancau sehingga tidak didapatkan hasil yang maksimal.
- 3) Respon tidak relevan. Yang dimaksud tidak relevan adalah ketika isi pesan yang disampaikan tidak terkait dengan konten yang dibicarakan maupun dengan apa yang dikatakan peserta lain.
- 4) Respon tangensial. Ketika sebuah komunikasi diambil alih pembicaraannya dan dipindahkan ke arah lain.
- 5) Respon impersonal. Seseorang tidak mengizinkan orang lain untuk ikut berpartisipasi.
- 6) Respon tidak koheren. Seseorang memberikan tanggapan yang tidak berhubungan (tidak ada sangkut-pautnya).
- 7) Respon tidak sesuai. Ketika perilaku non-verbal bertentangan dengan pesan verbalnya.⁵⁰

Menurut Paul, diskonfirmasi ini menyebabkan seseorang kehilangan diri atau istilah lainnya adalah keterasingan.⁵¹ Karena respon yang didapatkan tidak menunjukkan kebenaran maupun kesalahan, tetapi lebih dari itu, diskonfirmasi bersifat meniadakan seseorang sebagai pribadi.

⁴⁹ Ibid., 182.

⁵⁰ Webb, Jr., *Interpersonal Speech*, 181-182.

⁵¹ Watzlawick, *Pragmatics of Human*, 86.

G. Metode Penelitian

Menurut Sugiyono, metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data, baik dengan tujuan maupun kegunaan tertentu. Sehingga dari sini ada empat poin yang perlu digaris bawahi yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan.⁵²

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian pustaka yang mana data dan informasi diperoleh dengan bantuan perpustakaan, seperti buku-buku, majalah dokumen, catatan, kisah sejarah dan lain sebagainya.⁵³ Analisis konten yang digunakan bersifat kuantitatif, yang mana data bersifat angka.

2. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

1) Unit Analisis

Unit analisis adalah apa yang akan diambil dan dicatat sebagai data. Dalam komentar warganet, terdapat bermacam-macam tipe komentar. Ada yang hanya terdiri dari satu kata, satu kalimat, maupun beberapa kalimat yang saling berhubungan satu dengan yang lain. Unit analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah unit analisis referensial dan unit analisis proposisional. Unit analisis referensial yaitu mencatat elemen bahasa (kata, kalimat) yang mengandung arti sama atau sepadan dengan melihat kata, kalimat dan lain sebagainya. Sedangkan unit proposisional mencatat sebuah pernyataan atau proposisi dalam sebuah teks dengan melihat gabungan antar kalimat, baik dua, tiga atau lebih.⁵⁴

2) Komentar

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari komentar warganet pada pengajian tafsir Gus Baha`. Sumber data adalah komentar warganet

⁵² Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun...*, 2.

⁵³ *Ibid.*, 2.

⁵⁴ Eriyanto, *Analisis Isi ; Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), 90.

di *channel youtube* NGAJI KYAI dan SANTRI GAYENG pada bulan Februari sampai Maret 2020. Dua *channel* ini dipilih sebagai sampel dikarenakan beberapa pertimbangan berikut:

- a) Secara konsisten mengunggah video-video di *youtube*
- b) Berisi banyak pengajian tafsir K. H. Ahmad Bahāuddīn Nūrsalīm *Channel* NGAJI KYAI telah ditonton sebanyak 15.942.353 kali pada 16 Maret 2020 dengan video yang diunggah sebanyak 350 video. Sedangkan *channel* SANTRI GAYENG 5.313.833 pada 16 Maret 2020. Hal ini menunjukkan bahwa kedua *channel* ini mempunyai jumlah penonton yang banyak
- c) Menyediakan info-info pengajian seputar pengajian Gus Baha'

Penulis juga membatasi komentar warganet hanya pada bulan Februari sampai dengan Maret 2020. Karena waktu-waktu tersebut dianggap sebagai kondisi terkini (*up to date*) ketika dijadikan sebagai data dalam sebuah penelitian.

a. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder ialah buku-buku yang mendukung terhadap proses pengerjaan penelitian ini. Salah satu buku yang digunakan adalah buku karya Ralph Webb, Jr. yang berjudul *Interpersonal Speech Communication: Principles and Practices*.

H. Teknik Pengumpulan Data

1. Pengambilan sampel

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan mengambil sampel yang dibutuhkan. Teknik sampel yang dimaksud adalah teknik sampel acak sederhana. Berikut merupakan langkah-langkah penggunaan sampel acak sederhana dalam penelitian ini:

- 1) Menyusun kerangka sampel⁵⁵

⁵⁵ Eriyanto, *Analisis Isi*, 119.

Yang dimaksud kerangka sampel adalah target populasi dari penelitian ini yaitu komentar warganet pada *channel youtube* NGAJI KYAI dan SANTRI GAYENG yang ada pada bulan Februari sampai dengan Maret 2020. Perlu diingat bahwa komentar yang diambil adalah komentar yang ada pada video pengajian tafsir Gus Baha`, bukan selain itu.

Penulis perlu mendata terlebih dahulu semua komentar tersebut. Kerangka sampel adalah daftar komentar pada kedua akun *channel* tersebut yang masuk pada kriteria data sebagaimana yang telah disebutkan.

2) Menyusun daftar sampel (*worksheet*)⁵⁶

Semua komentar yang telah disusun dalam kerangka sampel kemudian diberi nomor urut.

3) Membuat dan menggunakan angka acak⁵⁷

Untuk menentukan sampel komentar mana dari sekian komentar yang akan terpilih sebagai sampel, penulis menggunakan angka acak. Salah satu website statistic yang menyediakan layanan acak dengan baik dan praktis adalah www.random.org. Penulis tinggal mengunduh angka-angka acak dalam jumlah berapapun.

4) Menggunakan lembar angka acak untuk memilih sampel⁵⁸

Penulis menggunakan lembar angka acak untuk memilih sampel.

Sebelum sampel diambil, baiknya menentukan jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini. Bagian ini tidak kalah pentingnya dengan teknik penarikan sampel lainnya. Jumlah sampel yang diambil sangat menentukan apakah sebuah sampel mewakili populasi atau tidak. Untuk itu ada beberapa hal yang harus ditentukan terlebih dahulu sebelum menentukan jumlah sampel:

a) Jumlah populasi⁵⁹

⁵⁶ Ibid., 119.

⁵⁷ Ibid., 119.

⁵⁸ Ibid., 120.

Ditemukan bahwa jumlah keseluruhan dari komentar warganet yang ada pada *channel* NGAJI KYAI dan SANTRI GAYENG yang sesuai dengan kriteria dalam penelitian ini sebanyak 2.047 komentar dengan rincian 755 dari *channel* NGAJI KYAI dan sebanyak 1.292 dari *channel* SANTRI GAYENG. Untuk lebih jelasnya berikut merupakan tabel komentar warganet yang peneliti temukan pada *channel* “NGAJI KYAI”:

No.	Channel	Judul Postingan Video	Jumlah View	Tanggal Diposting	Jumlah Komentar
1.	NGAJI KYAI	Ngaji Gus Baha: Tafsir Qs. An-Nur 45 – 54	18.252	2 Februari 2020	27
2.	NGAJI KYAI	Ngaji Gus Baha: Tafsir Qs. An-Nur 55 – 61	5.690	6 Februari 2020	12
3.	NGAJI KYAI	Ini Penting - NGAJI GUS BAHHA "PP DAMARAN 78 MAZROATUL ULUM" 07.02.20	40.234	9 Februari 2020	41
4.	NGAJI KYAI	Hidup Mati Hanya Untuk Allah: NGAJI GUS BAHHA' Tafsir Qs. AL MUKMINUN 1-17	4.579	12 Februari 2020	10
5.	NGAJI KYAI	Ngaji Gus Baha: Tafsir Qs. Al-Mukminun 18 - 28	84.706	13 Februari 2020	60
6.	NGAJI KYAI	Ngaji Gus Baha: Tafsir Qs. Al-Mukminun 29 - 52	71.383	20 Februari 2020	68
7.	NGAJI KYAI	Ngaji Gus Baha: Tafsir Qs. Al-Mukminun 53 – 67	9.707	22 Februari 2020	14
8.	NGAJI KYAI	Ngaji Gus Baha: Tafsir Qs. Al-Mukminun 68 – 79	26.803	23 Februari 2020	30
9.	NGAJI KYAI	Ngaji Gus Baha: Tafsir Qs. Al-Mukminun 80 – 90	32.945	24 Februari 2020	35
10.	NGAJI	Ngaji Gus Baha: Tafsir Qs. Al-Mukminun 91 –	6.405	29 Februari	10

⁵⁹ Ibid., 161.

	KYAI	111		2020	
11.	NGAJI KYAI	Ngaji Gus Baha " Cerita Tentang Nabi Adam "	13.081	3 Maret 2020	26
12.	NGAJI KYAI	Ngaji Gus Baha: Tafsir Qs. Al-Mukminun 112-118	3.389	3 Maret 2020	9
13.	NGAJI KYAI	Ngaji Gus Baha Terbaru Tafsir QS . Ash Shoffat 138-179 (Part 1)	14.458	3 Maret 2020	38
14.	NGAJI KYAI	Ngaji Gus Baha Terbaru Tafsir QS . Ash Shoffat 138-179 (Part 2)	83.673	4 Maret 2020	120
15.	NGAJI KYAI	Gus Baha Terbaru Tafsir Qs. Shād 1-8	6.244	5 Maret 2020	18
16.	NGAJI KYAI	Gus Baha Terbaru Hubungan Ulama Dengan Umat Tafsir Qs. Shād 8-26	6.237	6 Maret 2020	15
17.	NGAJI KYAI	Gus Baha Terbaru Tafsir Itu Bisa Salah Yang Benar Itu Al Qur'an Tafsir Qs. Shād 27-41	3.628	9 Maret 2020	7
18.	NGAJI KYAI	Gus Baha Terbaru Keunikan Nabi Ketika Sakit Tafsir Qs. Shād 41-47	12.292	9 Maret 2020	19
19.	NGAJI KYAI	Audio Jelas Ngaji Gus Baha: Tafsir Qs. Shād (Februari 2020)	23.054	10 Maret 2020	27
20.	NGAJI KYAI	Ngaji Gus Baha Terbaru Tafsir QS. Asy-Syu'ara 1-22	13.787	13 Maret 2020	21
21.	NGAJI KYAI	Ngaji Gus Baha Terbaru Tafsir Qs. Asy Syu'aro 23-38	20.306	14 Maret 2020	24
22.	NGAJI KYAI	Ngaji Gus Baha Terbaru Qs. Asy Syu'ara 39-51	8.877	14 Maret 2020	18
23.	NGAJI KYAI	Ngaji Gus Baha: Rahasia Kedahsyatan Ayat Kursi HQ	39.647	26 Maret 2020	62
24.	NGAJI KYAI	□ [Eps 02] Ngaji Gus Baha: Tafsir Qs. Al	7.785	31 Maret 2020	17

		Baqarah 1-5			
25.	NGAJI KYAI	□ [Eps 01] Ngaji Gus Baha: Tafsir Qs. Al Baqarah [Muqodimah]	8.753	31 Maret 2020	21
26.	NGAJI KYAI	□ [Eps 03] Ngaji Gus Baha: Tafsir Qs. Al Baqarah 6	3.014	31 Maret 2020	6 ⁶⁰

Tabel 1. 1. Komentar Warganet pada Channel Ngaji Kyai

Berikut adalah data komentar warganet pada *channel* “SANTRI GAYENG”:

No.	Channel	Judul Postingan Video	Jumlah View	Tanggal Diposting	Jumlah Komentar
1.	SANTRI GAYENG	Saya Tidak Menghalalkan Suap!!! Gus Baha: Tafsir QS. Al-Mu'minun 112-118 (4)	14.591	4 Maret 2020	34
2.	SANTRI GAYENG	Ayat-Ayat Zina! Gus Baha: QS. An-Nur 1-2	32.785	6 Maret 2020	39
3.	SANTRI GAYENG	Cara Nabi dalam menetapkan hukuman Gus Baha	12.614	7 Maret 2020	25
4.	SANTRI GAYENG	Aturan: Orang Baik Harus Menikahi Orang Baik? Gus Baha	14.468	8 Maret 2020	53
5.	SANTRI GAYENG	Kisah Sahabat Nabi Yang Mau Melamar Pelacur Gus Baha	33.161	9 Maret 2020	39
6.	SANTRI GAYENG	Persepsi Barat tentang Hukum Islam Gus Baha	22.801	10 Maret 2020	48
7.	SANTRI GAYENG	Nabi Pernah Dibantah Sahabat! Gus Baha	13.763	11 Maret 2020	49
8.	SANTRI GAYENG	Suami Merantau, Tapi Istri Bisa Hamil: Status Hukum Anaknya ke Siapa?! Gus Baha	18.403	13 Maret 2020	28
9.	SANTRI GAYENG	Jika Bumi itu Bulat, Kenapa Kiblat Kita Menghadap Barat? Gus Baha	77.371	14 Maret 2020	199

⁶⁰ Data diambil pada tanggal 21 Juli 2020 pukul 21.10 WIB.

10.	SANTRI GAYENG	Semua Umatku Diampuni Allah, Kecuali... Gus Baha	31.635	15 Maret 2020	45
11.	SANTRI GAYENG	Ketika Gus Baha Mengalami Pencurian Gus Baha	58.991	16 Maret 2020	79
12.	SANTRI GAYENG	Pandangan Sekuler tentang Hukum Islam Gus Baha	9.195	17 Maret 2020	29
13.	SANTRI GAYENG	Istri Nabi Dituduh Selingkuh Gus Baha	7.714	18 Maret 2020	31
14.	SANTRI GAYENG	Fase Buruk yang Dialami Nabi Gus Baha	12.173	19 Maret 2020	35
15.	SANTRI GAYENG	Kata “Ini Istri Saya” Sebenarnya Salah!!! Gus Baha	35.683	20 Maret 2020	50
16.	SANTRI GAYENG	Bahasa di Akhirat Gus Baha	17.524	21 Maret 2020	41
17.	SANTRI GAYENG	Keraaadd! Meruntuhkan Logika Doa! Gus Baha	31.308	22 Maret 2020	53
18.	SANTRI GAYENG	Pernah Anda Berpikir: Jika Baik-Buruk dari Allah. Kenapa ada Neraka?! Gus Baha	75.905	23 Maret 2020	93
19.	SANTRI GAYENG	Wali Abdal dari Mualaf Kristen Gus Baha	22.754	24 Maret 2020	78
20.	SANTRI GAYENG	Resep: Agar Tidak Mudah Kecewa Sama Orang Gus Baha	43.430	25 Maret 2020	76
21.	SANTRI GAYENG	Ketika Negara Non-Muslim Lebih Islami Gus Baha	22.612	26 Maret 2020	70
22.	SANTRI GAYENG	Penghuni Neraka yang Kembali ke Surga Gus Baha	14.752	27 Maret 2020	50
23.	SANTRI GAYENG	Utang Menumpuk & Ingin Selamat di Akhirat? Gus Baha	23.767	29 Maret 2020	48 ⁶¹

Tabel 1. 2. Komentar Warganet pada Channel Santri Gayeng

⁶¹ Data diambil pada tanggal 21 Juli 2020 pukul 22.02 WIB.

Jika dijumlah maka total komentar warganet pada *channel* NGAJI KYAI 755 komentar, sedangkan pada *channel* SANTRI GAYENG ada 1.292 komentar. Total keseluruhan pada dua *channel* tersebut adalah sebanyak 2.047 komentar.

b) Keragaman populasi⁶²

Keragaman populasi di sini diidentikkan dengan beragamnya hari dan tanggal dimana *channel* tersebut mengunggah videonya. Sehingga proporsi dari komentar warganet yang beragam adalah 50:50 (0.5) yang menunjukkan populasi heterogen.

c) Tingkat kesalahan yang ditoleransi (*sampling error*)

Dalam menentukan jumlah sampel, juga ditentukan oleh berapa tingkat kesalahan yang diinginkan oleh *peneliti* (*sampling error*). Karena seseorang ketika menggunakan sampel sebagai wakil dari populasi, tentu akan mempunyai hasil tidak seratus persen sama ketika ia menggunakan populasi secara keseluruhan. Sehingga hal ini merupakan sebuah hal yang alamiah yang terjadi ketika menggunakan sampel. Semakin kecil anggota dari populasi yang diamati, maka *sampling error* juga semakin besar. Kebalikannya, semakin besar anggota populasi yang diamati, maka *sampling error* semakin kecil.⁶³

Dalam penelitian ini, tingkat kesalahan yang ditoleransi (*sampling error*) adalah 5%.

d) Tingkat kepercayaan

Tingkat kepercayaan adalah seberapa besar tingkat jaminan hasil sampel yang diambil sama dengan populasi keseluruhan.⁶⁴ Tingkat yang dipakai dalam penelitian ini adalah 95%, artinya kemungkinan hasil sampel sama dengan populasi adalah 95% dengan tingkat kesalahan 5%.

⁶² Ibid., 161.

⁶³ Ibid., 164.

⁶⁴ Ibid., 166.

Berikut adalah rumus yang digunakan dalam menentukan besar sampel, setelah empat hal di atas telah ditentukan:

Tingkat kepercayaan : Tingkat kepercayaan yang dipakai adalah 95% dengan nilai z 1,96.

Variasi populasi : Variasi populasi dihitung berdasarkan jumlah hari pada bulan Februari 2020 terhitung mulai tanggal 1 Februari sampai dengan tanggal 30 bulan Maret 2020 (60 = 1 Februari sampai 31 Maret 2020). Jadi proporsi populasi beragam (50:50) atau 0.5

Sampling error (tingkat kesalahan yang ditoleransi): 0,05

Jumlah populasi : Jumlah populasi (total keseluruhan komentar) sebanyak 2.047.

Hasil perhitungan ini dihitung menggunakan *Calculator.net* yang bisa diakses secara gratis di internet dengan hanya memasukkan *confidence level* yang berarti tingkat kepercayaan sebesar 95 %. Selain itu juga menentukan *margin error* atau tingkat kesalahan yang ditoleransi sebesar 5 %. Selanjutnya *population proportion* sebesar 50%, kemudian tinggal klik *calculate* maka muncullah hasil dari perhitungan. Dari perhitungan menggunakan rumus di internet ini, didapat bahwa besar sampel yang akan diambil dalam penelitian ini sebanyak 324 sampel.

2. Konseptualisasi dan Operasionalisasi

Satu hal yang penting dilakukan dalam penelitian ini adalah konseptualisasi dan operasionalisasi. Konseptualisasi adalah membuat konsep dari sebuah realitas sosial. Konsep sendiri adalah apa-apa yang ingin dilihat dan diteliti.⁶⁵ Ketika penulis ingin mengetahui respon warganet terhadap pengajian al-Qur`ān K. H. Ahmad Bahāuddīn Nūrsalīm, maka sesuatu yang ingin dilihat pada dasarnya adalah “respon” itu sendiri. Dalam hal ini, penulis membagi jenis-jenis respon berdasarkan apa yang diutarakan Ralph Webb dalam karyanya

⁶⁵ Ibid., 175.

“*Interpersonal Speech Communication (Principles and Practices)*”, yang membagi respon menjadi tiga, *confirmation (positive feedback)*, *rejection (negative feedback)*, dan *disconfirmation (zero feedback)*.

Untuk lebih jelasnya, penulis akan menggambarkan konsep respon ke dalam tabel berikut:

Konsep	Komponen Konsep	Definisi Konseptual	Definisi Operasional	Level Observasi
RESPON	<i>Confirmation (positive feedback)</i>	Kata-kata, maupun kalimat yang menunjukkan perbuatan menerima, menyukai, menyetujui, mengakui keberadaan orang lain, merespon secara relevan, menerima pengalaman orang lain, kemauan untuk terlibat, dan mengekspresikan perasaan positif.	Mencatat kata atau kalimat yang di dalamnya terdapat kata “suka”, “terima kasih”, “bagus”, “subhanallah”, “alhamdulillah”, “semoga”, “bismillah”, “diterima”, “love you”, “ngalap berkah”, “mantap”, “siap”, “salam”, “izin”, “mugi”, “aamiin”, “pengen”, dan lain sebagainya.	Hasil dari pencatatan
	<i>Rejection (negative feedback)</i>	Kata-kata maupun kalimat yang menunjukkan tidak setuju, penolakan, menghindari percakapan, tidak tertarik pada percakapan, tidak sepakat, mempermasalahkan informasi, mengkritik, mengancam, mengklarifikasi, ekspresi perasaan negative seperti mengumpat, mencaci, menggerutu dan lain sebagainya	Mencatat kata atau kalimat yang di dalamnya terdapat kata “seharusnya”, “ruwet”, “tidak setuju”, “kurang setuju”, “tidak sependapat”, “tidak sesuai”, “justru”, “tidak sejalan”, kalimat penolakan yang diikuti kata “maaf”, “mohon”, “izin”, dan lain sebagainya.	Hasil dari pencatatan
	Disconfirmati on (zero feedback)	Kata-kata maupun kalimat yang menunjukkan pada arti mengabaikan, respon yang tidak terlihat, respon yang mengganggu, tidak relevan, memotong pembicaraan, membawa pada percakapan impersonal, respon tidak ada sangkut pautnya dengan yang dibicarakan, dan respon yang tidak sesuai antara verbal dan nonverbal.	Mencatat kata-kata atau kalimat yang tidak jelas, melenceng dari percakapan, tidak dapat dipahami, dan lain sebagainya.	Hasil dari pencatatan

Tabel 1. 3. Konsep Respon

Sedangkan operasionalisasi dapat diartikan sebagai suatu teknik, prosedur yang digunakan dalam rangka mengukur sebuah konsep yang ingin dilihat.⁶⁶ Secara ringkas, operasionalisasi adalah menurunkan sebuah konsep dari yang abstrak ke konkret, agar bisa diamati secara empiris.⁶⁷ Konsep yang abstrak tadi dioperasionalkan menjadi indikator-indikator. Berikut merupakan operasionalisasi dari konsep “respon” pada penelitian ini:

Dimensi	Item	Indikator	Kalimat
<i>Confirmation (positive feedback)</i>	Pengakuan secara langsung (positif)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah kata-kata atau kalimat mengandung unsur pengakuan terhadap orang lain? <ol style="list-style-type: none"> a. Ya b. Tidak 2. Kata-kata apa yang menunjukkan pengakuan? 3. Berapa jumlah atau siapa warganet yang menuliskan kata-kata pengakuan? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kalimat ini diucapkan oleh akun siapa? 2. Bentuk kalimatnya seperti apa?
	Kesepakatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah kata-kata atau kalimat menunjukkan suatu kesepakatan? <ol style="list-style-type: none"> a. Ya b. Tidak 2. Kata-kata apa yang menunjukkan sepakat dengan informasi yang diberikan? 3. Berapa jumlah atau siapa warganet yang menuliskan kata-kata yang menunjukkan sepakat? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kalimat ini diucapkan oleh akun siapa? 2. Bentuk kalimatnya seperti apa?
	Suportif (memberikan dukungan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah kata-kata atau kalimat mengandung unsur dukungan? <ol style="list-style-type: none"> a. Ya b. Tidak 2. Kata-kata apa yang menunjukkan dukungan? 3. Berapa jumlah atau siapa warganet yang menuliskan kata-kata dukungan? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kalimat ini diucapkan oleh akun siapa? 2. Bentuk kalimatnya seperti apa?
	Mengklarifikasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah kata-kata atau kalimat menunjukkan seseorang yang mengklarifikasi terhadap informasi yang diberikan orang lain? <ol style="list-style-type: none"> a. Ya b. Tidak 2. Kata-kata apa yang menunjukkan pengklarifikasian? 3. Berapa jumlah atau siapa warganet yang menuliskan kata-kata klarifikasi? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kalimat ini diucapkan oleh akun siapa? 2. Bentuk kalimatnya seperti apa?
	Ekspresi Perasaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah kata-kata atau kalimat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kalimat ini

⁶⁶ Ibid., 174.

⁶⁷ Ibid., 177.

	Positif	<p>menunjukkan seseorang yang mengekspresikan perasaan positif?</p> <ol style="list-style-type: none"> c. Ya d. Tidak <ol style="list-style-type: none"> 2. Kata-kata apa yang menunjukkan ekspresi positif? 3. Berapa jumlah atau siapa warganet yang menuliskan kata-kata berekspresikan positif? 	<p>diucapkan oleh akun siapa?</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Bentuk kalimatnya seperti apa
<i>Rejection (negative feedback)</i>	Pengakuan langsung (<i>negative</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah kata-kata atau kalimat mengandung unsur penolakan secara langsung? <ol style="list-style-type: none"> a. Ya b. Tidak 2. Kata-kata apa yang menunjukkan pengakuan? 3. Berapa jumlah atau siapa warganet yang menuliskan kata-kata pengakuan? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kalimat ini diucapkan oleh akun siapa? 2. Bentuk kalimatnya seperti apa
	Ketidaksepakatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah kata-kata atau kalimat menunjukkan sikap ketidaksepakatan terhadap sesuatu yang dibicarakan? <ol style="list-style-type: none"> a. Ya b. Tidak 2. Kata-kata apa yang menunjukkan pengakuan? 3. Berapa jumlah atau siapa warganet yang menuliskan kata-kata pengakuan? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kalimat ini diucapkan oleh akun siapa? 2. Bentuk kalimatnya seperti apa?
	Supportif (mengkritik atau mengecam)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah kata-kata atau kalimat mengandung kritikan atau kecaman? <ol style="list-style-type: none"> a. Ya b. Tidak 2. Kata-kata apa yang menunjukkan pengakuan? 3. Berapa jumlah atau siapa warganet yang menuliskan kata-kata pengakuan? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kalimat ini diucapkan oleh akun siapa? 2. Bentuk kalimatnya seperti apa?
	Klarifikasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah kata-kata atau kalimat tersebut merupakan klarifikasi terhadap informasi yang disampaikan? <ol style="list-style-type: none"> a. Ya b. Tidak 2. Kata-kata apa yang menunjukkan pengakuan? 3. Berapa jumlah atau siapa warganet yang menuliskan kata-kata pengakuan? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kalimat ini diucapkan oleh akun siapa? 2. Bentuk kalimatnya seperti apa?
	Ekspresi perasaan tidak suka (<i>negative</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah kata-kata atau kalimat menunjukkan ekspresi ketidaksenangan? <ol style="list-style-type: none"> a. Ya b. Tidak 2. Kata-kata apa yang menunjukkan pengakuan? 3. Berapa jumlah atau siapa warganet 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kalimat ini diucapkan oleh akun siapa? 2. Bentuk kalimatnya seperti apa

		yang menuliskan kata-kata pengakuan?	
<i>Disconfirmati on (zero feedback)</i>	Respon tidak terlihat atau tidak jelas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah kata-kata atau kalimat tidak terlihat sebagai bentuk respon? <ol style="list-style-type: none"> a. Ya b. Tidak 2. Kata-kata apa yang menunjukkan pengakuan? 3. Berapa jumlah atau siapa warganet yang menuliskan kata-kata pengakuan? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kalimat ini diucapkan oleh akun siapa? 2. Bentuk kalimatnya seperti apa
	Respon mengganggu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah kata-kata atau kalimat tersebut mengganggu pembicaraan? <ol style="list-style-type: none"> a. Ya b. Tidak 2. Kata-kata apa yang menunjukkan pengakuan? 3. Berapa jumlah atau siapa warganet yang menuliskan kata-kata pengakuan? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kalimat ini diucapkan oleh akun siapa? 2. Bentuk kalimatnya seperti apa
	Tidak relevan	<ul style="list-style-type: none"> - Mempunyai kaitan dan hubungan erat dengan pembicaraan - Konteks yang tepat dan terkait dengan situasi saat ini <ol style="list-style-type: none"> 1. Kata-kata apa yang menunjukkan pengakuan? 2. Berapa jumlah atau siapa warganet yang menuliskan kata-kata pengakuan? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kalimat ini diucapkan oleh akun siapa? 2. Bentuk kalimatnya seperti apa
	Mengambil alih pembicaraan	<ul style="list-style-type: none"> - Seseorang membelokkan arah pembicaraan sehingga tidak sesuai dengan pembicaraan awal <ol style="list-style-type: none"> 1. Kata-kata apa yang menunjukkan pengakuan? 2. Jumlah atau siapa warganet yang menuliskan kata-kata pengakuan? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kalimat ini diucapkan oleh akun siapa? 2. Bentuk kalimatnya seperti apa
	Respon tertutup (tidak mengizinkan orang lain ikut berpartisipasi)	<ul style="list-style-type: none"> - Seseorang secara tegas menyatakan bahwa pendapatnya tidak bisa dibantah. <ol style="list-style-type: none"> 1. Kata-kata apa yang menunjukkan pengakuan? 2. Berapa jumlah atau siapa warganet yang menuliskan kata-kata pengakuan? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kalimat ini diucapkan oleh akun siapa? 2. Bentuk kalimatnya seperti apa
	Respon tidak nyambung (tidak ada sangkut pautnya)	<ul style="list-style-type: none"> - Kurang memahami terhadap isi pesan maupun informasi. - Salah di dalam memahami pesan. <ol style="list-style-type: none"> 1. Kata-kata apa yang menunjukkan pengakuan? 2. Berapa jumlah atau siapa warganet yang menuliskan kata-kata pengakuan? 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kalimat ini diucapkan oleh akun siapa? 2. Bentuk kalimatnya seperti apa
	Respon bertolak belakang (verbal dan nonverbal)	<ul style="list-style-type: none"> - Antara perilaku dengan kata-kata atau kalimat yang diucapkan bertolak belakang. <ol style="list-style-type: none"> 1. Kata-kata apa yang menunjukkan 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Kalimat ini diucapkan oleh akun siapa?

	tidak sesuai)	pengakuan? 2. Berapa jumlah atau siapa warganet yang menuliskan kata-kata pengakuan?	4. Bentuk kalimatnya seperti apa
--	---------------	---	----------------------------------

Tabel 1. 4. Operasionalisasi Konsep Respon

I. Ukuran Data

Ketika data yang telah dikumpulkan sudah *dicoding*, hasil dari *coding* tersebut akan menghasilkan data yang bersifat nominal, yaitu angka atau nilai hanya sebagai label untuk mengidentifikasi atau mengategorikan isi.⁶⁸ Berikut merupakan kategori-kategori yang diberi angka atau nilai:

No.	Jenis Respon	Item	Skor
1.	Confirmation (positive feedback)	Pengakuan langsung (positif)	1
		Kesepakatan	1
		Suportif (memberikan dukungan)	1
		Mengklarifikasi	1
		Ekspresi perasaan positif	1
2.	Rejection (negative feedback)	Pengakuan langsung (negative)	2
		Ketidaksepakatan	2
		Respon Suportif (mengkritik atau mengecam)	2
		Klarifikasi	2
		Ekspresi perasaan tidak suka	2
3.	Disconfirmation (zero feedback)	Respon tidak terlihat atau tidak jelas	3
		Respon mengganggu	3
		Respon tidak relevan	3
		Mengambil alih sebuah pembicaraan	3
		Respon tertutup	3
		Respon tidak nyambung	3
		Respon bertolak belakang	3

Tabel 1. 5. Kategori Respon

⁶⁸ Ibid., 209.

J. Pengujian Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Dalam mengukur validitas, apakah sebuah alat ukur dipakai secara tepat untuk mengukur konsep yang ingin diukur, penulis menggunakan validitas isi (*content validity*). Validitas isi berkaitan dengan apakah alat ukur telah memasukkan semua dimensi maupun indikator secara lengkap.⁶⁹ Cara yang digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur mempunyai validitas isi atau tidak adalah dengan mengevaluasi indikator yang dipakai, apakah telah dimasukkan secara lengkap atau tidak.⁷⁰

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas yaitu sejauh mana alat ukur yang dipakai akan menghasilkan temuan yang sama, berapa kalipun dipakai. Tidak ada perbedaan antara satu orang dengan orang lainnya.⁷¹ Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah lembar *coding* (*coding sheet*). Maka dari itu, harus dipastikan bahwa lembar *coding* yang dipakai adalah alat ukur yang terpercaya (reliabel).

Sebelum digunakan, peneliti terlebih dahulu menguji kadar reliabilitas lembar *coding* tersebut pada tujuh orang *coder* secara acak. Ada tiga kategori yang dipakai untuk melihat sejauh mana respon warganet terhadap pengajian tafsir K. H. Ahmad Bahāuddīn Nūrsalīm di *youtube*, yaitu positif, negatif, dan nol. Hasil dari *coding* atas 10 komentar warganet pada tujuh orang *coder* yang diambil secara acak sebagai berikut:

Komentar	<i>Coder</i> A	<i>Coder</i> B	<i>Coder</i> C	<i>Coder</i> D	<i>Coder</i> E	<i>Coder</i> F	<i>Coder</i> G	Sama (S), Tidak Sama (TS)
Komentar 1	+	+	+	+	+	-	+	TS

⁶⁹ Ibid., 273.

⁷⁰ Ibid., 274.

⁷¹ Ibid., 281.

Komentar 2	+	+	+	+	+	+	+	S
Komentar 3	+	+	+	+	+	+	+	S
Komentar 4	+	+	+	+	+	+	+	S
Komentar 5	+	+	+	+	+	+	+	S
Komentar 6	+	+	+	0	+	+	+	TS
Komentar 7	+	+	+	+	+	+	+	S
Komentar 8	+	+	+	+	+	+	+	S
Komentar 9	+	+	+	+	+	+	+	S
Komentar 10	+	+	+	+	+	+	+	S
Total S = 9, Total TS = 1								

Tabel 1. 6. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang digunakan adalah persentase persetujuan (*percent agreement*). Cara kerjanya adalah dengan menghitung jumlah persetujuan (*agreement*) antar *coder* dibagi dengan jumlah sampel kasus yang dihitung. Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung persentase persetujuan:

$$\text{Reliabilitas Antar-Coder} = \frac{A}{N}$$

A : Jumlah persetujuan

N : Jumlah unit yang dites

Berdasarkan uji lembar *coding* yang telah diujikan pada tujuh orang *coder*, didapatkan hasil bahwa reliabilitas antar-*coder* sebagai berikut:

$$A: 9, N: 10, \frac{A}{N} = \frac{9}{10} = 0,90 \text{ (90\%)}$$

Minimum angka reliabilitas yang dapat diterima adalah 0,08 atau 80%, sehingga jika lembar coding yang diujikan mendapatkan angka reliabilitas dibawah angka tersebut perlu menyusun ulang kategori yang digunakan.

Dari hasil uji lembar *coding* ini, membuktikan bahwa lembar *coding* berhak untuk digunakan dalam penelitian ini.

K. Analisis Data

Dalam menganalisis data yang telah ditemukan *pertama*, penulis mendeskripsikan data dalam bentuk grafik. Setelah itu penulis akan menjabarkan data-data tersebut sesuai dengan pendekatan awal yang digunakan yaitu pendekatan deskriptif dengan menggunakan teknik statistik deskriptif.

L. Sistematika Pembahasan

BAB I: Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II: Bab ini memuat uraian tentang kerangka teori yang relevan dan terkait dengan tema skripsi, yaitu mengenai teori analisis isi atau konten, yang mana digunakan untuk menganalisis komentar-komentar warganet mengenai pengajian tafsir al-Qur`ān di media sosial.

BAB III: Memuat gambaran mengenai profil Gus Baha', perjalanan intelektual beliau, serta pengajian tafsir beliau di *youtube*.

BAB IV: Bab ini berisi deskripsi data dan analisis data yang telah ditemukan, berupa komentar warganet menggunakan analisis isi atau konten.

BAB V: Berisi kesimpulan-kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian dan berisi saran-saran yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti.