

Faktor-faktor yang mempengaruhi opini khalayak tentang citra masjid (survei opini masyarakat tentang masjid raya Al Ittihaad) = The Factors Influencing of Public Opinion on the Image of Mosque (Survey Public Opinion on The Grand Mosque of Al Ittihaad)

Ahmad Sehu, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=75124&lokasi=lokal>

Abstrak

Pada dasarnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui opini masyarakat tentang citra Masjid Raya Al Ittihaad dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi opini beserta pola hubungan antara faktor-faktor tersebut. Sehingga terbentuklah suatu model dasar dari pola hubungan faktor-faktor terhadap opini. Kemudian faktor-faktor tadi diturunkan menjadi variabel usia, pendidikan, jarak rumah, pengalaman, konsep pengetahuan dan perhatian pada isu yang berkembang tentang masjid.

Penelitian ini merupakan crosssectional survey yang dilakukan terhadap 200 responden dari populasi umat Islam yang berusia minimal 17 tahun ke atas serta berdomisili di Kecamatan Tebet-Jakarta Selatan. Penarikan sampel dilakukan dengan teknik multi stage random sampling dengan menggunakan metode sampel probabilitas bertingkat proporsional (proportional stratified random sampling).

Pengujian tingkat reliabilitas instrumen dilakukan untuk melihat konsistensi jawaban responden. Sedangkan pengujian tingkat validitas instrumen ditempuh dengan confirmatory factor analysis guna mengetahui apakah indikator-indikator yang digunakan benar-benar mengukur konsep yang hendak diukur. Sementara itu, path analysis dilakukan untuk melihat hubungan pengaruh antar variabel-variabel independent dengan variabel dependent dalam model analisa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa opini khalayak tentang citra Masjid Raya Al Ittihaad cenderung negatif. Opini masyarakat dipengaruhi oleh faktor konsep diri, pengetahuan dan tingkat perhatian pada isu negatif yang berkembang tentang masjid. Dalam hal ini, pengurus masjid dapat memperbaiki kondisi tersebut dengan menggunakan pendekatan humas atau PR (public relations). Sedangkan hasil pengujian fit coefficient secara pasti menunjukkan bahwa model yang disesuaikan memang lebih baik dari pada model dasar penelitian ini.

<hr>

Basically, this research aim to know society opinion about Grand Mosque image of AI Ittihaad, factors influencing the opinion as well as pattern linkages among the factors. So that, the factors and the pattern from a basic model of factor link pattern - factor to opinion. Later, the factors broken into variables of age variable, education, house-distance, experience, self-value, knowledge and issue expanding.

This research is cross-sectional survey to 200 responder of population of Moslem, which have minimum age to 17 year to the and also living in Kecamatan Tebet - Jakarta South. Withdrawal of sampel done with technique of multi sampling random stage by using method of sampling random stratified proportional.

Test of level reliabilities instrument done to know respondent answer consistency. While test of instrument validity story, level gone through with analysis factor confirmatory utilize to know what is indicator - real correct indicator - correctness measure concept that will be measured. Meanwhile, path analysis done to know relation link pattern of influence between variable - variable of independent with variable dependent in analysis model.

Result of research indicates that public opinion influenced by self-value factor, knowledge and issue expanding. While result of examination of coefficient fit surely indicate that accommodated model better than a basic model. Weaknesses of this result is insufficient number of respondents, it will be generalize to the population. The other weakness is not considerate of culture. The research could be references for the similar research in the future.