



Pengaruh Strategi Dakwah Implementor Ecomasjid Terhadap Kesadaran Masyarakat Menghadapi Perubahan Iklim

Darto^{1*}, Chatib Saefullah¹, Encep Taufik Rahman¹

¹Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email : dartodarto@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengungkap sebaran strategi dakwah implementor EcoMasjid, tingkat kesadaran masyarakat menghadapi perubahan iklim, dan pengaruh strategi dakwah implementor EcoMasjid terhadap kesadaran masyarakat menghadapi perubahan iklim. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linear sederhana. Penelitian ini menggunakan teori *Behaviorisme Theory*, *Stimulus-Organisme-Respon*, Strategi Dakwah Bayanuni dan *Cognitive Dissonance Festinger*. Penelitian menghasilkan (1) sebaran strategi dakwah 58,2% al-Athifi, 27,6% al-Aqli dan 14,3% al-Hissi; (2) kesadaran masyarakat menghadapi perubahan iklim sebesar 76,5% menganggap penting, 17,3% tidak penting, dan 6,1% tidak tahu; (3) Strategi dakwah berbanding lurus dengan penambahan kesadaran masyarakat, sehingga arah pengaruh antar variabel positif dengan nilai 28,318 lebih besar dari tabel 1,985 dan besaran pengaruh 89,3%, dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima.

Kata Kunci : Iklim, Kesadaran, Masjid, Masyarakat, Strategi.

ABSTRACT

This research aims to reveal the distribution of EcoMasjid implementors' da'wah strategies, the level of public awareness of climate change, and the impact of these strategies on public awareness of climate change. This research uses a quantitative approach with a simple linear regression method. The theories used in this study include Behaviorism Theory, Stimulus-Organism-Response, Bayanuni Da'wah Strategy, and Festinger's Cognitive Dissonance. The results show: (1) the distribution of da'wah strategies is 58.2% al-Athifi, 27.6% al-Aqli, and 14.3% al-Hissi; (2) 76.5% of respondents consider climate change important, 17.3% do not, and 6.1% are unsure; (3) Da'wah strategies are directly proportional to the increase in public awareness, with a positive relationship between the variables. The calculated t-value is 28.318, greater than the table value of 1.985, and the effect size is 89.3%, leading to the conclusion that H0 is rejected and H1 is accepted

Keywords : Climate, Awareness, Mosque, Community, Strategy

PENDAHULUAN

Perubahan iklim yang semakin memburuk mengakibatkan ekosistem lingkungan semakin terganggu bahkan mengakibatkan kehilangan keanekaragaman hayati semakin merajalela (Carabine & Dupar, 2014), hal tersebut menjadikan perubahan iklim sebagai isu global yang sangat diperhatikan (Brown, 2021) karena akan mengakibatkan kerugian kesehatan, mata pencaharian bahkan sampai kesejahteraan manusia (Tapia & Conceica, 2022). Sehingga kemudian, perubahan iklim masuk kedalam threat multiplier atau ancaman pengganda karena dapat menjadi penyebab meningkatnya masalah yang lebih kompleks bahkan dapat memicu konflik (CNA-MAB, 2014)

Indonesia melalui Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah melakukan upaya menangani perubahan iklim dengan menetapkan fatwa terkait perubahan iklim dan pelestarian lingkungan (Hilabi, 2020), diantaranya membahas mengenai air daur ulang di fatwa nomor 02 tahun 2010, pertambangan ramah lingkungan di fatwa nomor 22 tahun 2011, penyalahgunaan formalin di fatwa nomor 43 tahun 2012, pelestarian satwa langka untuk keseimbangan ekosistem di fatwa nomor 04 tahun 2014, pengelolaan sampah di fatwa nomor 47 tahun 2014, pendayagunaan ZISWAF untuk membangun fasilitas air bersih dan meningkatkan kondisi sanitasi di fatwa nomor 01/MUNAS-IX/MUI/2015, kemudian mengenai hukum pembakaran hutan dan lahan serta pengendaliannya di fatwa nomor 30 tahun 2016.

Sosialisasi fatwa dilakukan melalui implementasi program ecoMasjid (Prabowo, 2017) memiliki upaya meningkatkan kesadaran bahwa ajaran Islam dapat menjadi pedoman penting berperilaku hidup ramah lingkungan dan menjadikan masjid sebagai pusat pembelajaran yang memiliki wawasan lingkungan bagi komunitas dan masyarakat di sekitar. Kota Bandung memiliki tujuh masjid yang tergabung program ecoMasjid (ecoMasjid, 2020) diantaranya di Masjid Thoriqul Huda Panyileukan, Masjid Ath-Thalibin Cibiru, Masjid DTA AlKaromah Salendro Timur, Masjid Al Hidayah Mandalajati, Masjid Al Barokah Bandung Kulon, Masjid Salman ITB Cobleng, dan Masjid Daarut Tauhid Sukasari.

Hadirnya program EcoMasjid menjadi peluang besar untuk memberikan kesadaran bagi masyarakat akan pentingnya menghadapi perubahan iklim, melalui beragam strategi dakwah yang dilakukan (Prabowo, 2017). Konsiderasi dalam aspek agama mengenai penelitian dalam bidang perubahan iklim, semakin meningkat beberapa tahun terakhir (Jenkins, Berry, & Kreider, 2018). Mayoritas mengangkat topik terkait aspek budaya, nilai, dan pandangan masyarakat mengenai perubahan iklim (Ives, Freeth, & Fischer, 2020). Agama memiliki potensi dalam menanggulangi kerusakan lingkungan, sebab manusia menjadi

tokoh utama percepatan perubahan iklim. Peran da'i sangat diperlukan agar dapat menggugah hati manusia timbul kesadaran pentingnya merawat lingkungan (Hitzhusen & Tucker, 2013). Sejauh mana agama berperan dalam kontribusi perubahan iklim, masih menjadi pertanyaan, sehingga penelitian-penelitian kuantitatif yang mengangkat hubungan antara agama dengan perubahan iklim sangat diperlukan (Hancock, 2019).

Oleh karena itu, agar mengetahui seberapa besar pengaruh program ecoMasjid bagi masyarakat, maka perlu menguji pengaruh dari strategi dakwah EcoMasjid terhadap kesadaran masyarakat menghadapi perubahan iklim. Dengan demikian, melalui paparan latar belakang yang dijelaskan, peneliti memutuskan judul penelitian Pengaruh Strategi Dakwah Implementor Ecomasjid terhadap Kesadaran Masyarakat Menghadapi Perubahan Iklim.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan topik penelitian mengenai terpaan informasi, strategi dakwah dan perubahan iklim. Pertama, penelitian yang berjudul *Muslims and Climate Change: How Islam, Muslim Organizations, and Religious Leaders Influence Climate Change Perceptions and Mitigation Activities* oleh Jens Koehrsen pada tahun 2021, penelitian yang dilakukan menggunakan metode kuantitatif, secara terukur akan memberikan gambaran tingkatan pengaruh strategi dakwah terhadap kesadaran masyarakat mengenai masalah perubahan iklim. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interpretasi mengenai Islam menunjukkan perbedaan pendekatan yang dilakukan antar organisasi dalam menyikapi perubahan iklim.

Kedua, penelitian yang berjudul *Profesionalisme Dai di Era Society 5.0: Mengulas Profil dan Strategi Pengembangan Dakwah* oleh Ari Wibowo pada tahun 2021, hasil penelitian menjelaskan bahwa di era society 5.0 da'i harus menyikapi dengan peningkatan profesionalisme serta melakukan pengembangan strategi dakwah yang tepat, terukur dan sistematis.

Ketiga, penelitian yang berjudul *Kontribusi Komunikasi Bagi Perubahan Iklim* oleh Heru Ryanto Budiana pada tahun 2020. Penelitian mengkaji melalui literatur terkait komunikasi memiliki kontribusi dalam membangun kesadaran masyarakat mengenai pentingnya menangani perubahan iklim, menghasilkan bahwa urgensi membangun kesadaran komunikasi efektif untuk melakukan dukungan menangani perubahan iklim, tercermin dalam Perjanjian Paris 2015, terdapat panduan untuk melakukan komunikasi efektif yang melibatkan banyak orang untuk menyadari akan pentingnya menangani perubahan iklim.

Dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini nampak ada beberapa persamaan, yang mana dalam penelitian-penelitian tersebut sama-sama terdapat upaya dan strategi dakwah pada perubahan iklim. Sedangkan dari segi

perbedaan, terdapat beberapa perbedaan yang salah satunya adalah perbedaan dalam hal fokus penelitian, dan lokasi penelitian.

Selain itu, dalam memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan peneliti maka peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada jamaah Masjid Thoriqul Huda Panyileukan, Masjid Ath-Thalibin Cibiru, Masjid DTA Al Karomah Salendro Timur, Masjid Al Hidayah Mandalajati, Masjid Al Barokah Bandung Kulon, Masjid Salman ITB Coblom, dan Masjid Daarut Tauhid Sukasari dengan totaljamaah tercatat 6005 orang jamaah.

Dalam penelitian ini terdapat 3 (Tiga) Pertanyaan besar yang menjadi fokus penelitian. Ke (1) Bagaimana sebaran strategi dakwah Implementor Ecomasjid?; (2) Bagaimana tingkat kesadaran masyarakat menghadapi perubahan iklim?; dan ke (3) Apakah terdapat pengaruh strategi dakwah Implementor Ecomasjid terhadap kesadaran masyarakat menghadapi perubahan iklim?

Untuk memberikan gambaran yang sistematis, akurat, dan faktual maka penelitian menggunakan paradigma positivistik melalui pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linear sederhana untuk menjelaskan pengaruh dari gejala terhadap populasi. Pengambilan sampel sebanyak 98 responden dari ukuran populasi 6005 dengan toleransi slovin 10%, menggunakan teknik recruited sample.

LANDASAN TEORITIS

Pada penelitian ini meliputi grand theory menggunakan Behaviorisme Theory, middle theory menggunakan Stimulus-Organisme-Respon, serta applied theory menggunakan Strategi Dakwah Bayanuni dan Cognitive Dissonance Festinger. Instrumen penelitian memiliki dua variabel, (1) strategi dakwah dengan indikator al-Athif, al-Aqli, dan al-Hissi; (2) variabel kesadaran masyarakat dengan indikator Motivation dan Disrepancy Reduction.

Pendekatan behaviorisme dikenalan oleh John B. Watson antara tahun 1920-an sampai 1960-an yang menarik perhatian keilmuan psikologi, pendekatan ini memiliki pendirian bahwa organisme terlahir tanpa sifat-sifat sosial atau psikologis. Behavior berasal dari pengalaman yang dimotivasi melalui kebutuhan, sehingga faktor yang paling memengaruhi behavior adalah pengalaman. Asumsi tersebut bermakna betapa plastisnya manusia, mudah dibentuk, menjadi apapun dengan menyesuaikan pengalaman yang relevan (Syam, 2011).

Behaviorisme sebagai grand theory menjelaskan bahwa hampir seluruh fenomena komunikasi dipengaruhi oleh faktor psikologis, kemudian diturunkan

ke dalam middle theory berupa Stimulus-Organisme-Respon yang diangkat dari beberapa penelitian oleh ilmuwan psikologi seperti Watson, Thorndike, dan skinner (Syam, 2011)

Penelitian menggunakan model komunikasi Stimulus-Organism-Respon atau yang sering disebut model SOR, objek material dari model SOR adalah manusia yang dalam jiwanya terdapat komponen sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi (McQuail, 2010). Model ini beranggapan bahwa organism menghasilkan respon yang disebabkan adanya stimulus tertentu, sehingga komunikator mampu berekspektasi terhadap respon dari komunikan (McQuail, 2010). Model ini mengasumsikan segala pesan yang disampaikan melalui verbal atau non verbal, akan memancing komunikan untuk menciptakan respon.

Prinsip dalam model komunikasi SOR sederhana, dimana proses komunikasi dibangun melalui adanya aksi-reaksi, aksi yang dilakukan komunikator berupa stimulus dan komunikan memberikan reaksi berupa respon dalam suatu organism tertentu. Sehingga model SOR memiliki keyakinan bahwa perubahan sikap tergantung kualitas stimulus yang berkomunikasi dalam organism (McQuail, 2010).

Landasan fundamental dari model SOR menyatakan bahwa perubahan kesadaran, tergantung kualitas stimulus yang diterima dalam organisme. Sehingga pengaruh paling menentukan keberhasilan seseorang dalam menerima stimulus didapatkan dari kualitas sumber komunikasi baik berupa kredibilitas, retorika, ataupun keteladanan komunikator (McQuail, 2010). Sehingga dapat disederhanakan bahwa model SOR menjadi proses komunikan yang dapat menimbulkan reaksi tertentu yang dapat diprediksi, sehingga komunikator dapat menyesuaikan respon saat menyampaikan stimulus dalam suatu organisme.

Teori Cognitive Dissonance dikenalkan pertama kali oleh Festinger pada tahun 1957, teori yang menjadi penanda sejarah baru dalam psikologi sosial. Sebabsekitar 1950, teori reinforcement masih mendominasi dalam riset psikologi sosial (Metin & Camgoz, 2011). Teori reinforcement yang digagas oleh Asch (1951) dengan orientasi reward-reinforcement, memiliki asumsi bahwa kenyamanan berasal dari kesepakatan yang sama dengan pandangan orang lain merupakan reward yang dibutuhkan manusia (Dickerson, Thibodeau, Aronson, & Miller, 1992).

Teori ini memiliki ruang lingkup konsep inti dan prediksi, konsep tersebut terdapat tiga kategori meliputi, (i) skenario yang mungkin jadi penyebab disonansi, seperti adanya counterattitudinal behaviour, free choice, atau behavioural commitment; (ii) aspek yang memimpin rangsangan disonansi serta proses pengurangan, seperti adanya leading alternatives, responsibility for

choice, atausimilar alternatives; (iii) aspek pendekatan dalam mengurangi perbedaan yang dapat diimplementasikan, seperti adanya attitude change toward the behaviour, escalation of commitment, trivialization of the importance of the original behaviour, atau selective purpose.

Kognisi didefinisikan sebagai representasi mental, dalam lingkup sikap, keyakinan,, serta pengetahuan mengenai perilaku individu. Sedangkan disonansi didefinisikan dalam persamaan matematis, $M=D/(D+C)$ dengan M sebagai besar disonansi, D sebagai jumlah kognisi disonan atau berbeda dengan kognisi referensi, kemudian C sebagai jumlah kognisi yang sama dengan kognisi referensi (Hinojosa A. S., Gardner, Walker, Coglisier, & Gulifor, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program ecoMasjid menjadi upaya pengelolaan masjid berkelanjutan dalam memelihara lingkungan hidup dalam menghadapi perubahan iklim, sehingga program ini memiliki visi yaitu meningkatkan efektivitas dakwah lisan dan aksi nyata secara terukur sebagai perwujudan Islam yang membawa rahmat bagi seluruh alam semesta.

Adapun EcoMasjid yang terdata di kota Bandung yaitu Masjid Al Barokah Bandung Kulon didirikan pada tahun 1988, Masjid Al Hidayah Mandalajati didirikan pada tahun 1970, Masjid Ath-Thalibin Cibiru yang didirikan pada tahun 1991 dibawah naungan MA Negeri 2 Kota Bandung, Masjid Daarut Tauhiid Sukasari didirikan pada tahun 1993, Masjid DTA Al-Karomah Salendro Timur didirikan pada tahun 1976, Masjid Salman ITB Coblong didirikan pada tahun 1972, dan Masjid Thoriqul Huda Panyileukan didirikan pada tahun 2000.

Rata-rata nilai TCR indikator al-Manhaj al-Athifi pada hasil Analisis Deskriptif Variabel Strategi Dakwah (X) menyatakan bahwa sebesar 72,3%, mengindikasikan kriteria tingkat pencapaian responden termasuk kedalam kategori cukup baik. Skor tanggapan responden sebesar 1771 dengan rata-rata 3,62. Item pertanyaan dengan skor tertinggi sebesar 366 dengan rata-rata 3,7, terdapat pada pertanyaan nomor tiga yaitu da'i menyampaikan kisah-kisah yang dapat meningkatkan kesadaran terhadap perubahan iklim. Sedangkan item pertanyaan dengan skor terendah sebesar 339 dengan rata-rata 3,5, terdapat pada pertanyaan nomor lima yaitu perkataan yang da'i berikan mudah dimengerti untuk dilakukan.

Rata-rata nilai TCR indikator al-Manhaj al-Aqli pada hasil Analisis Deskriptif Variabel Strategi Dakwah (X) menyatakan bahwa sebesar 72.3%, mengindikasikan kriteria tingkat pencapaian responden termasuk kedalam kategori cukup baik. Skor tanggapan responden sebesar 2118 dengan rata-rata

3,6. Item pertanyaan dengan skor tertinggi sebesar 364 dengan rata-rata 3,7, terdapat pada pertanyaan nomor dua yaitu da'i menyampaikan dalil dari al-Qur'an yang berhubungan dengan perubahan iklim. Sedangkan item pertanyaan dengan skor terendah, sebesar 329 dengan rata-rata 3,4 terdapat pada pertanyaan nomor satu yaitu da'i memberikan rujukan secara ilmiah, kemudian dihubungkan dengan wawasan keislaman.

Rata-rata nilai TCR indikator al-Manhaj al-Hissi pada hasil Analisis Deskriptif Variabel Strategi Dakwah (X) menyatakan bahwa sebesar 70%, mengindikasikan kriteria tingkat pencapaian responden termasuk kedalam kategori cukup baik. Skor tanggapan responden sebesar 2404 dengan rata-rata 3,5. Item pertanyaan dengan skor tertinggi sebesar 362 dengan rata-rata 3,7 terdapat pada pertanyaan nomor tujuh yaitu da'i menjadi teladan dalam penerapan gaya hidup ramah lingkungan. Sedangkan item pertanyaan dengan skor terendah, sebesar 313 dengan rata-rata 3,2 terdapat pada pertanyaan nomor dua yaitu da'i mengetahui upaya yang harus dilakukan untuk menangani perubahan iklim.

Rata-rata nilai TCR indikator Motivation pada hasil Analisis Deskriptif Variabel esadaran Masyarakat (Y) menyatakan bahwa sebesar 71%, mengindikasikan kriteria tingkat pencapaian responden termasuk kedalam kategori cukup baik. Skor tanggapan responden sebesar 3484 dengan rata-rata 3,5. Item pertanyaan dengan skor tertinggi sebesar 369 dengan rata-rata 3,8 terdapat pada pertanyaan nomor sembilan yaitu saya meyakini al-Qur'an dapat dijadikan pedoman dalam memelihara lingkungan. Sedangkan item pertanyaan dengan skor terendah, sebesar 298 dengan rata-rata 3 terdapat pada pertanyaan nomor dua yaitu saya melakukan pencarian lebih dalam untuk mampu menghadapi perubahan iklim.

Rata-rata nilai TCR indikator Disrepancy Reduction hasil Analisis Deskriptif Variabel esadaran Masyarakat (Y) sebesar 71%, mengindikasikan kriteria tingkat pencapaian responden termasuk kedalam kategori cukup baik. Skor tanggapan responden sebesar 2789 dengan rata-rata 3,5. Item pertanyaan dengan skor tertinggi sebesar 364 dengan rata-rata 3,7 terdapat pada pertanyaan nomor 18 yaitu saya berusaha beradaptasi dengan energi terbarukan. Sedangkan item pertanyaan dengan skor terendah, sebesar 334 dengan rata-rata 3,4 terdapat pada pertanyaan nomor 16 yaitu saya memastikan keadilan antara hak yang baik untuk lingkungan dan kehidupan bagi sekitar dan penghuni bumi keseluruhan.

Sebaran Strategi Dakwah Implementor EcoMasjid

Kuesioner didukung dengan pertanyaan untuk mengetahui sebaran strategi dakwah yang dilakukan implementor ecoMasjid, didapatkan hasil 57 responden dengan persentase sebesar 58,2% mengungkapkan bahwa da'i menggunakan strategi dakwah al – Manhaj al – Athifi, sedangkan 27 responden dengan persentase 27,6% menganggap da'i lebih sering menggunakan al-Manhaj al-Aqli dan 14 responden lain dengan persentase 14.3% menganggap da'i menggunakan al-Manhaj al-Hissi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa da'i sering menggunakan strategi dakwah al-Manhaj al-Athifi dalam menjalankan aktivitas dakwah.

Penggunaan strategi dakwah al-Manhaj al-Athifi yang telah disusun di Lampiran 1 juga terbukti valid, reliabel dan memenuhi tingkat capaian responden, terdapat beberapa strategi yang digunakan. Strategi tersebut diantaranya da'i dapat menyisipkan pesan peduli terhadap lingkungan setiap menjalankan aktivitas dakwah, memberikan kiasan terhadap istilah ilmiah mengenai perubahan iklim, menyampaikan kisah-kisah yang meningkatkan kesadaran terhadap perubahan iklim, memberikan peringatan dampak perubahan iklim jika tidak segera ditangani, hingga menyampaikan perkataan yang mudah dimengerti atau dilakukan.

Selain itu disusun penggunaan strategi dakwah al-Manhaj al-Aqli, terdapat beberapa strategi yang dapat digunakan, diantaranya da'i memberikan rujukan ilmiah dihubungkan dengan wawasan keislaman, menyampaikan dalil al-Qur'an mengenai perubahan iklim, meluangkan waktu berbincang dengan ahli lingkungan, membuka dialog khusus mengenai perubahan iklim dengan masyarakat, mengagendakan kajian rutin mengenai perubahan iklim yang lebih mendalam, hingga dapat menghubungkan dengan nilai atau norma yang dimiliki masyarakat.

Selanjutnya disusun pula penggunaan strategi dakwah al-Manhaj al-Hissi, terdapat strategi yang dapat digunakan, diantaranya da'i memiliki solusi konkret mengenai perubahan iklim dalam perspektif Islam, mengetahui upaya penanganan perubahan iklim, memanfaatkan perkembangan zaman untuk menjangkau jama'ah lebih luas, memberikan pelayanan sesuai kondisi masyarakat, memiliki inisiasi gerakan menangani perubahan iklim, melibatkan masyarakat dalam penyelesaian masalah lingkungan, hingga akhirnya menjadi teladan dalam penerapan gaya hidup ramah lingkungan.

Tingkat Kesadaran Masyarakat Menghadapi Perubahan Iklim

Kuesioner didukung dengan pertanyaan untuk mengetahui tingkat kesadaran masyarakat menghadapi perubahan iklim, didapatkan hasil 80 responden dengan persentase 76,5% beranggapan penting segera menangani perubahan iklim, 17,3% beranggapan tidak penting, dan 6,1% beranggapan tidak tahu. Sehingga disimpulkan, mayoritas responden menganggap penanganan perubahan iklim penting untuk dilakukan, namun tidak berhenti untuk meningkatkan strategi dakwah agar meningkat pula kesadaran masyarakat.

Semakin meningkatkan strategi dakwah maka akan semakin meningkat pula motivation responden dalam berbagai aspek, seperti yang telah disusun di Lampiran 1 yang terbukti valid, reliabel dan memenuhi tingkat capaian responden. Responden akan termotivasi untuk timbul kesadaran dari pesan yang da'i sampaikan, melakukan pencarian lebih mendalam, mudah memahami pesan, meyakini perubahan iklim akibat tindakan manusia, muncul inisiatif memulai gerakan ramah iklim di lingkungan keluarga, berkeinginan untuk berbicara dengan ahli, meyakini al-Qur'an dapat dijadikan pedoman memelihara lingkungan, hingga meyakini bencana yang terjadi dipengaruhi oleh perubahan iklim.

Selain meningkatnya motivation, meningkat pula discrepancy reduction yang ditandai dengan timbulnya tindakan pengolahan sampah sampai pemilihan sampah secara rutin, mengikuti aktivitas peduli lingkungan, mencatat jejak karbon harian, mengubah lingkungan sekitar yang lebih ramah lingkungan, mengubah hidup yang tidak berlebihan hanya sesuai kebutuhan, memastikan keadilan hak yang seimbang bagi lingkungan, melakukan kegiatan berkebun, hingga berusaha untuk beradaptasi menggunakan energi terbarukan.

Pengaruh Strategi Dakwah Implementor EcoMasjid Terhadap Kesadaran Masyarakat Menghadapi Perubahan Iklim

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menentukan item pertanyaan kuesioner baik digunakan atau tidak, maka sebelum dilakukan penyebaran kuesioner harus dilakukan uji validitas terlebih dahulu. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan antara rhitung dengan rtabel, nilai rtabel dapat diketahui dengan menggunakan pedoman Distribusi Nilai rtabel berikut

Tabel 1. Distribusi Nilai rtabel Signifikansi 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286

22	0.432	0.537	85	0.21 3	0.278
23	0.413	0.526	90	0.20 7	0.267
24	0.404	0.515	95	0.20 2	0.263
25	0.396	0.505	100	0.19 5	0.256
26	0.388	0.496	125	0.17 6	0.230
27	0.381	0.487	150	0.15 9	0.210
28	0.374	0.478	175	0.14 8	0.194
29	0.367	0.470	200	0.13 8	0.181
30	0.361	0.463	300	0.11 3	0.148
31	0.355	0.456	400	0.09 8	0.128
32	0.349	0.449	500	0.08 8	0.115
33	0.344	0.442	600	0.08 0	0.105
34	0.339	0.436	700	0.07 4	0.097
35	0.334	0.430	800	0.07 0	0.091
36	0.329	0.424	900	0.06 5	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.06 2	0.081

Pengujian validitas terhadap 30 sampel dengan nilai probabilitas sebesar 5%, maka didapatkan nilai rtabel sebesar 0,361. Ketentuan pengambilan keputusan, apabila rhitung lebih besar dari rtabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka item pernyataan dianggap valid, berlaku sebaliknya. Peneliti melakukan pengujian validitas menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26 yang menghasilkan data sebagai berikut

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Strategi Dakwah (X)

No	Rhitung	Rtabel (30)	Sig.	Hasil
X1	0,476	0,361	0,008	Valid
X2	0,269	0,361	0,150	Tidak Valid
X3	0,711	0,361	0,000	Valid
X4	0,684	0,361	0,000	Valid
X5	0,632	0,361	0,000	Valid
X6	0,356	0,361	0,053	Tidak Valid
X7	0,637	0,361	0,000	Valid
X8	0,391	0,361	0,032	Valid
X9	0,676	0,361	0,000	Valid
X10	0,545	0,361	0,002	Valid
X11	0,541	0,361	0,002	Valid
X12	0,403	0,361	0,027	Valid
X13	0,792	0,361	0,000	Valid
X14	0,781	0,361	0,000	Valid
X15	0,415	0,361	0,022	Valid
X16	0,455	0,361	0,011	Valid
No	Rhitung	Rtabel (30)	Sig.	Hasil
X17	0,806	0,361	0,000	Valid
X18	0,774	0,361	0,000	Valid
X19	0,775	0,361	0,000	Valid
X20	0,592	0,361	0,001	Valid

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kesadaran Masyarakat (Y)

No	Rhitung	Rtabel (30)	Sig	Hasil
Y1	0,555	0,361	0,001	Valid
Y2	0,787	0,361	0,000	Valid
Y3	0,490	0,361	0,006	Valid
Y4	0,502	0,361	0,005	Valid
Y5	0,716	0,361	0,000	Valid
Y6	0,535	0,361	0,002	Valid
Y7	0,475	0,361	0,008	Valid
Y8	0,760	0,361	0,000	Valid
Y9	0,616	0,361	0,000	Valid
Y10	0,466	0,361	0,009	Valid
Y11	0,279	0,361	0,136	Tidak Valid
Y12	0,759	0,361	0,000	Valid
Y13	0,520	0,361	0,003	Valid
Y14	0,595	0,361	0,001	Valid
Y15	0,765	0,361	0,000	Valid

No	Rhitung	Rtabel (30)	Sig.	Hasil
Y16	0,289	0,361	0,121	Tidak Valid
Y17	0,557	0,361	0,001	Valid
Y18	0,413	0,361	0,023	Valid
Y19	0,530	0,361	0,003	Valid
Y20	0,460	0,361	0,011	Valid

Tabel uji validitas variabel strategi dakwah (X) dan variabel kesadaran masyarakat (Y), menunjukkan terdapat item pernyataan X2, X6, Y11, dan Y16 yang r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,005, maka item pernyataan tersebut dianggap tidak valid. Sedangkan hasil yang r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,005, item pernyataan tersebut valid sehingga dapat dijadikan instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kepercayaan serta mengukur tingkat konsistensi kuesioner dari setiap variabel, pengujian reliabilitas dilakukan pada item pertanyaan yang valid dalam uji validitas. Pengukuran menggunakan *Cronbach Alpha* dengan batas minimal nilai *alpha* 0,60, sehingga kuesioner dianggap reliabel apabila nilai *Alpha* lebih dari 0,60.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Strategi Dakwah (X)

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,910	18

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kesadaran Masyarakat (Y)

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,889	18

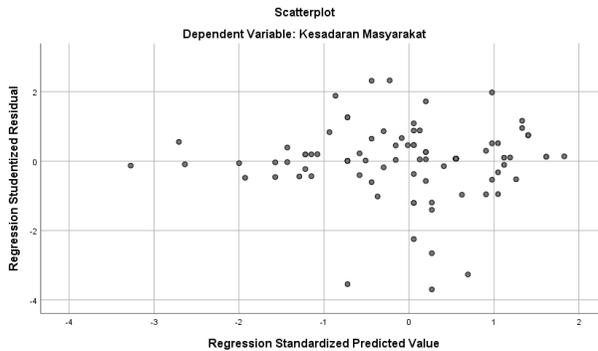
Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,910 untuk variabel X dan 0,889 untuk variabel Y, keduanya memiliki nilai yang lebih besar dari 0,60. Maka kuesioner dalam variabel X dan Y reliabel sehingga dapat diterima sebagai alat ukur instrumen penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian dilakukan untuk mengetahui regresi yang digunakan tidak bias, konsisten, tepat dalam estimasi sehingga peneliti menggunakan metode regresi yang terbaik. Regresi linear sederhana menggunakan tiga pengujian asumsi klasik yaitu uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas untuk mengetahui terjadinya ketidaksamaan varians antar residual pengamatan, apabila varian tetap maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau disebut homokedastisitas dan model regresi dapat dianggap baik. Penelitian menggunakan uji grafik scatterplot dan uji statistic park untuk mengetahui terdapat heteroskedastisitas atau tidak, berikut hasil yang diperoleh dari kedua uji tersebut.



Gambar 1. Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Penyebaran titik-titik pada gambar 4, menunjukkan titik-titik tersebar secara acak dan melebar diatas dan di bawah angka nol (0) pada sumbu Y serta tidak terbentuk pola seperti melengkung. Maka dapat disimpulkan, bahwa scatterplot yang terbentuk mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi untuk mengetahui kesalahan pengganggu antara periode t dengan periode t-1, apabila terdapat autokorelasi dianggap terdapat masalah autokorelasi. Uji autokorelasi menggunakan SPSS versi 26 menunjukkan hasil uji sebagai berikut

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi Durbin-Watson
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.945 ^a	.893	.892	4.824	2.352

Tabel 6 menunjukkan hasil uji autokorelasi DW sebesar 2,356, dengan jumlah sampel (N) sebanyak 98 dan jumlah variabel independent 1 ($k=1$), sehingga dapat ditentukan distribusi nilai batas atas dan bawah dari Tabel Durbin Watson. Nilai batas atas (dl) sebesar 1,654 dan nilai batas bawah (du) sebesar 1,694, kemudian nilai 4-dl sebesar 2,346 dan nilai 4-du sebesar 2,306. Sehingga dapat diketahui nilai DW lebih besar dari 4-dl, karena 2,356 lebih besar dari 2,346, maka dapat disimpulkan terdapat autokorelasi positif.

Analisis Koefisien Korelasi (R)

Analisis korelasi untuk mengetahui hubungan antar variabel, sehingga dari hasilnya nanti dapat diketahui seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel independen berupa kesadaran masyarakat dengan variabel dependen strategi dakwah. Pengujian dibantu menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26 didapatkan hasil sebagai berikut

Tabel 7. Hasil Analisis Koefisien Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.945 ^a	.893	.892	4.824	2.352

Nilai koefisien korelasi (R) yang tertera pada tabel 7, menunjukkan angka R sebesar 0,945. Hasil mengindikasikan antara variabel strategi dakwah dengan variabel kesadaran masyarakat, terdapat hubungan yang sangat kuat dibuktikan dari Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi yang terdapat pada tabel 7.

Analisis Koefisien Regresi

Analisis koefisien regresi bertujuan agar dapat mengetahui besaran pengaruh antar variabel independen dengan dependen, pengolahan analisis koefisien regresi dibantu dengan perangkat lunak SPSS versi 26 yang didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Analisis Koefisien Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.895	2.281		.392	.696
	Strategi Dakwah	.983	.035	.945	28.318	.000

Analisis koefisien regresi pada tabel 8 memuat beberapa hasil, dapat diketahui nilai constant (a) sebesar 0,895 kemudian nilai Strategi Dakwah (b) sebesar 0,983. Sehingga dapat membentuk persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 0,895 + 0,983X$$

Nilai konstanta bertanda positif 0,895 memiliki makna jika variabel strategi dakwah tidak mengalami perubahan, maka nilai kesadaran masyarakat sebesar 0,895. Kemudian variabel strategi dakwah memiliki koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,983 bermakna setiap pertambahan 1% nilai strategi dakwah akan berbanding lurus dengan pertambahan nilai kesadaran masyarakat, sehingga arah pengaruh antar variabel juga berpengaruh positif.

Tabel 8 juga memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000, sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai signifikasnsi lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05, maka variabel independen strategi dakwah (X) berpengaruh terhadap variabel dependen kesadaran masyarakat (Y).

Nilai t yang terdapat pada tabel 8 sebesar 28,318, dapat digunakan juga untuk mengambil keputusan analisis koefisien regresi dengan mencari nilai ttabel terlebih dahulu, nilai ttabel didapatkan dari Distribusi Tabel Nilai t berikut

d.f	$t_{0,10}$	$t_{0,05}$	$t_{0,025}$	$t_{0,01}$	$t_{0,005}$	d.f
79	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640	79
80	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	80
81	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638	81
82	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637	82

83	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	83
84	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	84
85	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635	85
86	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	86
87	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	87
88	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633	88
89	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632	89
90	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632	90
91	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631	91
92	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630	92
93	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630	93

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f
94	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629	94
95	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629	95
96	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628	96
97	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627	97
98	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627	98
99	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626	99
Inf.	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626	Inf.

Nilai ttabel didapatkan dari rumus $(\alpha/2 ; n-k-1)$ dengan α adalah 0,05, n jumlah sampel 98, dan k banyaknya variabel X sebanyak 1, sehingga ditemukan 0,025; 96 dan didapatkan nilai tabel sebesar 1,985. Oleh karena itu diketahui thitung 28,318 lebih besar dari ttabel 1,985. Oleh karena itu dinyatakan bahwa variabel strategi dakwah berpengaruh terhadap variabel kesadaran masyarakat.

Segala strategi dakwah yang dilakukan menjadikan aktivitas dakwah implementor Ecomasjid bersifat transformatif, terdapat aktivitas konkrit dalam mencari solusi dalam permasalahan (Mahfudh, 1996). Aktivitas dakwah yang transformatif, menjadikan da'i tidak hanya menyampaikan dakwah secara lisan, namun menjadika da'i sebagai pelaku kerja sosial, menampilkan makna islam yang rahmatan lil alamin menyelesaikan masalah-masalah yang terjadi yang dialami masyarakat dan masjid menjadi tempat sosialisasi beragam penyelesaian masalah.

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara strategi dakwah Implementor EcoMasjid dengan kesadaran masyarakat menghadapi perubahan iklim, hasil tersebut mengindikasikan

semakin baik strategi dakwah implementor EcoMasjid akan terjadi peningkatan kesadaran masyarakat dalam menghadapi perubahan iklim, maka dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima.

PENUTUP

Kesimpulan mengenai pengaruh strategi dakwah Implementor EcoMasjid terhadap kesadaran masyarakat menghadapi perubahan iklim berdasarkan data yang telah diolah dan dianalisis, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Strategi dakwah yang sering digunakan implementor ecoMasjid dengan persentase 58,2% strategi dakwah al – Manhaj al – Athifi, kemudian 27,6% strategi dakwah al-Manhaj al-Aqli dan 14.3% lainnya strategi dakwah al-Manhaj al-Hissi. Tingkat kesadaran masyarakat menghadapi perubahan iklim sebesar 76,5% menganggap penting untuk segera menangani perubahan iklim, sedangkan 17,3% menganggap tidak penting, dan 6,1% menganggap tidak tahu.

Strategi dakwah berpengaruh positif secara signifikan terhadap kesadaran masyarakat dengan besaran pengaruh sebesar 89,3%, nilai thitung 28,318 lebih besar dari ttabel 1,985, konsistensi variabel Strategi Dakwah sebesar 0,895, kemudian koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,983 bermakna bahwa setiap penambahan 1% nilai strategi dakwah akan berbanding lurus dengan penambahan nilai kesadaran masyarakat, sehingga arah pengaruh antar variabel juga berpengaruh positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Brown, K. (2021). *5 Global Issues to Watch in 2022*. Retrieved from United Nations Foundation: [Online] diakses 11 Mei 2022, dari United Nations Foundation: https://unfoundation.org/blog/post/5global-issues-to-watch-in2022/?gclid=CjwKCAiA8bqOBhANEiwA-sIIN1JOEkBzowobYZpb2hpGnzp6DKtBPOd2U4fpf0wb_n6eXiuLHiH_BoCGVQQAvD_BwE
- Carabine, E., & Dupar, M. (2014). *The IPCC's Fifth Assessment Report: What's in it for Small Island Developing States?* Netherlands: Climate & Development Knowledge Network.

- CNA-MAB, C. M. (2014). *National Security Accelerating Risks of Climate Change*. Retrieved from The Center for Naval Analyses: [Online] diakses 11 Mei 2022, dari The Center of Naval Analyses: https://www.cna.org/cna_files/pdf/MAB_5-8-14.pdf
- Dickerson, C. A., Thibodeau, R., Aronson, E., & Miller, D. (1992). Using Cognitive Dissonance to Encourage Water Conservation. *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 22 (11), 841-854, DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1992.tb00928.x>.
- Hancock, R. (2019). Environmental Conversions and Muslim Activists: Constructing Knowledge at the Intersection of Religion and Politics. *Social Movement Studies*, Vol. 26 (3), 287 - 302, DOI: <https://doi.org/10.1080/14742837.2019.1665505>.
- Hilabi, A. (2020). Dakwah Majelis Ulama Indonesia dan Perubahan Iklim. *Thawalib | Jurnal Kependidikan Islam*, Vol. 1 (1), 45-52, DOI: <https://doi.org/10.54150/thawalib.v1i1.8>.
- Hinojosa, A., & Gardner, W. L. (2017). A Review of Cognitive Dissonance Theory in Management Research: Opportunities for Further Development. *Journal of Management*, Vol. 43 (1), 170-199, DOI: <https://doi.org/10.1177/0149206316668236>.
- Hitzhusen, G. E., & Tucker, M. E. (2013). The Potential of Religion for Earth Stewardship. *Frontiers in Ecology and the Environment*, Vol. 15 (3), 368-376, DOI: <https://doi.org/10.1890/120322>.
- Ives, C. D., Freeth, R., & Fischer, J. (2020). Inside-out Sustainability: The Neglect of Inner Worlds. *Ambio*, Vol. 49 (1), 208-217. DOI: <https://doi.org/10.1007/s13280-019-01187-w>.

Jenkins, W., Berry, E., & Kreider, L. B. (2018). Religion and Climate Change.

Annual Review of Environment and Resources, Vol. 43, 85 - 108, DOI:
<https://doi.org/10.1146/annurev-environ-102017-025855>.

McQuail, D. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.

Metin, I., & Camgoz, S. M. (2011). The Advances in the History of Cognitive

Dissonance Theory. *International Journal of Humanities and Social Science*, Vol.1(6),131-136,

DOI:<http://www.ijhssnet.com/journal/index/172>.

Prabowo, H. (2017). *EcoMasjid: Dari Masjid Makmurkan Bumi*. Jakarta: Lembaga Pemuliaan Lingkungan Hidup dan Sumber Daya Alam Majelis Ulama Indonesia.

Syam, Nina. (2011). *Psikologi Sebagai Akar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Tapia, H., & Conceica, P. (2022). *2022 SPECIAL REPORT: New Threats to Human Security in The Anthropocene Demanding Greater Solidarity*. New York: United Nations Development Programme.

