

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan peradaban dan teknologi informasi di era globalisasi saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, dan tanpa terasa telah membawa dampak yang luar biasa bagi kehidupan sosial masyarakat. Penemuan *microchip* mengakibatkan perkembangan teknologi komputer mikro telah menimbulkan kekuatan yang memungkinkan diperolehnya informasi hanya dengan sentuhan sebuah tombol. Terdapat konsesus yang luas bahwa teknologi informasi yang secara tak terelakan akan memberi bentuk baru masa depan umat manusia.

Revolusi informasi kini sedang dijajakan sebagai suatu rahmat besar bagi umat manusia, dan menggetarkan sendi-sendi masyarakat di seluruh dunia. Gemanya pun semakin terasa di semua negara yang sedang berkembang, termasuk negara Islam. Hal tersebut terlihat pada kenyataan semakin menyebarnya hasil-hasil teknologi komunikasi di semua negara. Dalam hiruk-pikuk semua bangsa menyongsong tibanya “Gelombang Ketiga” memang semakin dirasakan, tiupan badai revolusi informasi dan komunikasi dan semakin kebergantungan berbagai segi kehidupan umat manusia kepada peranan informasi (A. Muis, 2001 : 13). Namun, apakah semua perkembangan teknologi informasi ini sungguh-sungguh bisa melahirkan sebuah masyarakat yang lebih baik? Asumsi dasar mengenai problematika ini adalah bagaimana

cara menghadapi perkembangan teknologi informasi tersebut. Informasi kini dengan cepat menjadi suatu komoditi primer dan sumber kekuasaan. Dalam beberapa dekade mendatang, teknologi-teknologi informasi akan menjadi alat terpenting untuk memanipulasi dan mengendalikan atau menguasai informasi akan menjadi faktor yang sangat menentukan antara mereka yang akan menerapkan kekuasaan riil dan mereka semata-mata di manipulasikan dan dijadikan obyek.

Perkembangan teknologi informasi yang *ajaib* terutama dalam bidang internet secara langsung mampu menggeser bahkan merubah sistem dan pola hidup manusia, perkembangan tersebut memicu munculnya aspek-aspek sosial yang dapat dikatakan baru, atau aspek-aspek sosial lama yang muncul dengan cara baru. Salah satu dari aspek tersebut antara lain, setelah berkembangnya internet, sumber informasi menjadi lebih beragam dan luas, jarak dan waktu bukan lagi kendala yang utama, munculnya sistem pembelian dan pembayaran *on-line*, mengadakan rapat secara bersamaan dan langsung dari berbagai tempat, perubahan dalam bidang hukum dan perundangan, pertukaran dan asimilasi nilai-nilai budaya yang cepat .

Perubahan nilai yang muncul dari aspek sosial internet menuntut pergerakan dengan cepat menyiapkan infrastruktur dan faktor-faktor yang bersangkutan dengan bidang tersebut, atau akan tertinggal, karena internet merupakan salah satu jembatan penting untuk masuk dalam kancah dunia.

Dunia dakwah saat ini tidak dapat terlepas dari perkembangan teknologi informasi. Perkembangan tersebut tentunya membawa konsekuensi kebebasan

informasi yang tidak bisa dibendung lagi. Kita tidak dapat melarang obyek dakwah untuk tidak mengakses situs-situs tertentu atau menutup-nutupi informasi tertentu. Obyek dakwah kemudian juga semakin bebas mengakses informasi apa saja yang dibutuhkannya. Lantas, yang perlu dipertanyakan masih adakah ruang dakwah dalam situasi dan kondisi seperti ini?

Sudah sunatullah bahwa dakwah juga harus mengikuti perkembangan zaman. Ketika pada zaman Nabi Musa ilmu sihir berkuasa, maka ketika itulah Musa diberi kekuatan sihir oleh Allah SWT. Ketika sastra dan para penyihir menjadi orang-orang terhormat pada masa Rasulullah SAW, Allah SWT menurunkan Al Qur'an. Sehingga ketika perkembangan teknologi informasi sedemikian pesat seperti saat ini, tentu saja kita dituntut untuk mampu mengatasi tantangan ini (<http://www.umy.ac.id/berita.php?id=321>).

Berkembangnya teknologi informasi dewasa ini, sebenarnya merupakan peluang yang dapat dimanfaatkan. Sedemikian banyak kajian, penelitian tentang opini publik, persuasi, membuat kampanye, hingga ke efek media memperkaya pengetahuan kita tentang strategi dakwah apa yang tepat untuk menghadapi situasi ini. Salah satu media yang tepat dan banyak digunakan dan dimanfaatkan adalah media internet. Pemilihan media ini lebih banyak didasarkan pada kelebihan-kelebihan yang dimiliki terutama dari segi *accessibilities* yang tak terbatas oleh jarak dan waktu dan *update* data yang cepat sehingga media ini diharapkan interaksi dua arah dapat terialin dengan

Muhammadiyah memahami arti penting pemanfaatan internet sebagai media pendukung dalam menyampaikan informasi ataupun sebagai strategi berdakwah, untuk itulah dibuat sebuah situs alamat (*website*) sebagai media untuk menyampaikan informasi dan mensyiarkan ajaran Islam. Situs *web* khusus Muhammadiyah tersebut adalah [www.muhammadiyah.or.id](http://www.muhammadiyah.or.id), dalam situs ini Muhammadiyah menyediakan akses informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan dakwah Muhammadiyah. Dengan adanya situs ini diharapkan dalam mensyiarkan ajaran Islam dapat lebih tepat dan efektif.

Website [muhammadiyah.or.id](http://muhammadiyah.or.id) yang di *re-launching* pada tanggal 12 Januari 2007 lalu, dengan harapan dapat menjadi salah satu media generasi terbaru ataupun strategi dakwah Muhammadiyah, ternyata dalam operasionalisasinya masih belum dapat maksimal, dikarenakan pada permasalahan manajemen yang belum ideal dan lain sebagainya.

Peningkatan manajemen mutlak diperlukan, jika menginginkan dakwah dapat berjalan secara efektif dan efisien. Hal ini mengingat kegiatan pelaksanaan dakwah kini dan esok, khususnya dalam pemanfaatan media, akan dihadapkan pada perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat, serta bertambah kompleksnya permasalahan yang dihadapi masyarakat. Adalah sebuah keharusan yang tidak dapat ditawar, bahwa website [muhammadiyah.or.id](http://muhammadiyah.or.id) harus memberi jawaban akan kebutuhan masyarakat. Hal inilah yang menjadi pertimbangan penulis untuk melakukan penelitian mengenai "Pemanfaatan media website [muhammadiyah.or.id](http://muhammadiyah.or.id) sebagai strategi

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah diatas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

Bagaimanakah pemanfaatan media website *muhammadiyah.or.id* sebagai strategi dakwah Muhammadiyah?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui pemanfaatan dan fasilitas-fasilitas yang ada di media website *muhammadiyah.or.id* sebagai strategi dakwah Muhammadiyah.
2. Mengetahui strategi dakwah Muhammadiyah melalui pemanfaatan website *muhammadiyah.or.id*.
3. Mengetahui faktor-faktor kelebihan dan kendala dalam pelaksanaan pemanfaatan media website *muhammadiyah.or.id* sebagai strategi dakwah Muhammadiyah.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi baru bagi perkembangan ilmu komunikasi dalam segi perencanaan media maupun segi pemanfaatan perkembangan teknologi informasi.
2. Manfaat praktis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan para pengguna media website sebagai strategi dakwah dalam individu, organisasi maupun institusi.

## E. Kerangka Teori

### 1. Strategi Dakwah

Dalam perubahan masyarakat dewasa ini kemajuan teknologi merupakan sesuatu yang amat diagung-agungkan. Untuk hidup sejahtera dan makmur lahir batin masyarakat kita seakan-akan menempatkan fenomena tersebut sebagai pilihan satu-satunya. Problematika masyarakat yang semakin pelik, menyebabkan dakwah Islamiyah semakin hilang orientasinya (A. Muis, 2001 : 133). Agar dakwah dapat mencapai sasaran dan tujuan dengan baik, maka diperlukan konsep dan strategi dakwah yang baik.

Strategi dakwah sendiri berasal dari dua kata yang memiliki definisi masing-masing. Strategi dapat diartikan sebuah rencana jangka panjang dengan diikuti tindakan-tindakan yang ditujukan untuk mencapai tujuan tertentu, yang umumnya adalah "keberhasilan". Kata "strategi" adalah turunan dari kata dalam bahasa Yunani, *strategos*. Adapun strategi sendiri pada waktu itu diterjemahkan sebagai *komandan militer* pada zaman demokrasi Athena (<http://www.wikipedia.org>).

Dalam pengertiannya secara terminologi, dakwah menunjukan sebagai suatu tujuan kearah perubahan yang lebih baik, juga mengharmoniskan kehidupan sosial keagamaan melalui seruan-seruan berupa transformasi tatanan ideal masyarakat yang *humanis* yang keseluruhan kehidupan geraknya berlandaskan pada nilai-nilai *teologis*. Sedangkan secara etimologi dakwah berasal dari kata *daa'a vad'u dawatun* yang

berarti memanggil, mengajak, menyeru, menginformasikan, menyampaikan kepada manusia demi tercapainya peradaban manusia yang baik. Jika ditelaah, dakwah merupakan sebuah misi ke-Tuhan-an yang menyebarkan rahmat-Nya bagi seluruh manusia.

Dari dua definisi diatas antara strategi dan dakwah merupakan suatu proses yang harus berjalan seiring demi mencapai suatu tujuan yang dicita-citakan. Dapat disimpulkan bahwa strategi dakwah adalah suatu perencanaan yang diikuti dengan tindakan-tindakan dakwah yang ditujukan untuk mencapai tujuan dakwah yang diinginkan, efektif dan mengena kepada obyek dakwah.

Konsep dan strategi dakwah pada dasarnya mengacu pada firman Allah.

"Serulah (manusia) kejalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan (bila kamu berdiskusi) bantahlah mereka dengan cara yang lebih baik..." (QS. An-Nahl : 125).

Dalam ayat ini memuat tiga strategi dakwah yang perlu diperhatikan. Pertama, *bil hikmah*. Ini berarti, dalam menyampaikan dakwah harus lebih dulu mengetahui tujuan dan kita perlu kenali masyarakat yang menjadi sasaran dakwah Islam, Kedua, *bilmau'izatil hasanah*. Yakni menyampaikan pesan-pesan Islam, nasihat, pengajaran, ketauladanan dan sebagainya dengan cara yang baik. Ketiga, *mujadalah biilati hiya ahsan*, berarti dakwah yang dijalankan dengan cara bertukar pikiran sesuai dengan kondisi masyarakat setempat tanpa menyakiti hati

## 2. Teknologi Informasi

Manusia adalah makhluk sosial, disamping sandang, pangan, dan papan sebagai kebutuhan utamanya, maka sebagai makhluk sosial manusia membutuhkan untuk berkomunikasi diantara sesamanya sebagai kebutuhan utamanya untuk dapat saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Maka mulailah manusia mencari dan menciptakan sistem dan alat untuk saling berhubungan tersebut, mulai dari melukis bentuk (menggambar) di dinding gua, isyarat tangan, isyarat asap, isyarat bunyi, huruf, kata, kalimat, tulisan, surat, sampai dengan telepon dan internet. Alat dan sistem komunikasi yang diciptakan manusia tersebut kemudian dikenal dengan nama Teknologi Informasi atau yang lebih dikenal dengan istilah "IT" (dibaca ai-ti), singkatan dari *Information Technology*.

Suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu, yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan. Teknologi ini menggunakan seperangkat komputer untuk mengolah data, sistem jaringan untuk menghubungkan satu komputer dengan komputer yang lainnya sesuai dengan kebutuhan, dan teknologi telekomunikasi digunakan agar data dapat disebar dan diakses secara global.

Peran yang dapat diberikan oleh aplikasi teknologi informasi ini adalah mendapatkan informasi untuk kehidupan pribadi seperti informasi tentang kesehatan, hobi, rekreasi, dan rohani. Kemudian untuk profesi seperti sains, teknologi, perdagangan, berita, bisnis, dan asosiasi profesi. Sarana kerjasama antara pribadi atau kelompok yang satu dengan pribadi atau kelompok yang lainnya tanpa mengenal batas jarak dan waktu, negara, ras, kelas ekonomi, ideologi atau faktor lainnya yang dapat menghambat bertukar pikiran.

### 3. Internet

Internet bukanlah obyek kasat mata yang dapat di pegang dan rasakan. Internet merupakan entitas organik komperatif, bentuk digital manusia, yang mampu menampung dan melayani berbagai bentuk informasi dan kepentingan.

**Interconnected Network** atau yang lebih dikenal dengan sebutan *internet* adalah sebuah sistem komunikasi global yang menghubungkan komputer-komputer dan jaringan-jaringan komputer diseluruh dunia. Secara harfiah, internet (kependekan daripada perkataan 'inter-network') ialah rangkaian komputer yang berhubung secara global dan menggunakan TCP/IP sebagai protokol pertukaran paket (*packet switching communication protocol*). Rangkaian intranet yang terbesar dinamakan *Internet*. Cara menghubungkan rangkaian dengan kaedah ini dinamakan *internetworking* (Melwin Syafrizal, 2005 : 195).

Perkembangan internet diawali pada tahun 1969 yang dikenal dengan ARPAnet, yang dibangun dengan ARPA (United States Department of Defense Advance Research Project Agency). Jaringan ini sebenarnya eksperimental yang didesain untuk mendukung riset militer AS. Dalam perkembangannya internet menjadi jaringan komunikasi dan informasi yang melibatkan jutaan komputer pribadi (*Personal Computer*) yang tersebar diseluruh dunia yang saling berhubungan dan berkomunikasi dengan menggunakan *Transmission Control Protocol/Internet Protocol (TCP/IP)* ([http://www.ajangkita.com/pengenalan\\_internet.htm](http://www.ajangkita.com/pengenalan_internet.htm)).

Salah satu faktor yang berkontribusi dalam menjamurnya pemakaian internet diseluruh belahan dunia adalah perkembangan *World Wide Web* yang dirancang oleh Tim Berners-Lee dan staff ahli di Laboratorium CERN (*Conseil European Pour la Recherche Nucleaire*) di Jenewa, Swiss tahun 1991 (Fandy Tjiptono dan Totok Budi Santoso, 2002 : 2).

Internet yang dewasa ini sering-sering disebut *ruang maya (Cyberspace)* merupakan tempat penampungan berbagai macam sarana yang dapat digunakan untuk berkomunikasi atau untuk menyimpan informasi, diantaranya adalah sebagai sarana untuk tukar menukar informasi, mentransfer hasil produksi *software* atau hasil tulisan, diskusi interaktif ataupun pencarian data.

Internet selain sebagai media interaktif juga dapat dimasukkan dalam kategori sebagai media komunikasi massa karena ia berperan

sebagai media pembagi untuk memperbanyak pesan dengan jalan melihat langsung ataupun lewat proses *download*, selain itu juga internet juga dapat melampaui jarak untuk mempengaruhi khalayak dalam jumlah yang banyak. Pendapat ini juga sejalan dengan pendapat Wright dan Tankard yang mendefinisikan komunikasi massa sebagai (Alo. Liliweri, 1991 : 13):

“Bentuk komunikasi yang merupakan penggunaan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal jauh, sangat heterogen dan menimbulkan efek-efek tertentu.”

Komunikasi massa merupakan kegiatan komunikasi menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media. Dari definisi-definisi diatas dapat disimpulkan beberapa karakteristik yang dimiliki media massa, seperti pesan bersifat umum, komunikan bersifat heterogen, dan interaksi yang tercipta bersifat non-personal.

Dari sifat-sifat yang harus dipenuhi oleh sebuah media agar dapat dimasukkan dalam kategori media massa, internet juga telah memenuhi kriteria media massa yaitu (Alo. Liliweri, 1991 : 22) :

a. Memberikan Informasi

Internet mengumpulkan, menyimpan, mengolah dan kemudian menyebarkan atau memberikan informasi, data ataupun produk dari seseorang atau perusahaan atau institusi yang memanfaatkan kepada siapa saja yang berada dalam satu jalur alamat.

b. Menyusun Agenda

Dengan informasi yang kita dapat dari media massa dalam hal ini internet kita dapat merencanakan persiapan kegiatan-kegiatan kita sekarang dan yang akan datang, sebagai contoh dari internet kita mendapatkan informasi mengenai kompetisi sepak bola di benua Eropa, dan sampai pada prediksi-prediksi suatu pertandingan sepak bola.

c. Membantu berhubungan dengan berbagai kelompok masyarakat diluar kelompok kita

Dari internet kita dapat mengetahui kebudayaan, keindahan, bahkan bencana peperangan yang melanda kelompok masyarakat luar dengan mengakses beritanya. Bahkan dari internet kita dapat mengetahui kelompok orang atau masyarakat yang memiliki nilai-nilai kebudayaan yang sangat berbeda, bahkan kita dapat melihat peradaban suku terasing atau suku-suku pedalaman diseluruh dunia.

d. Membantu Mensosialisasikan Pribadi Manusia

Hal ini berhubungan dengan nilai-nilai dan ilmu pengetahuan yang akan kita gunakan untuk kehidupan pribadi maupun bermasyarakat.

e. Membujuk Khalayak

Sebagai media persuasif internet memiliki nilai lebih karena dapat menggabungkan teks, gambar, suara bahkan dalam bentuk

animasi, sehingga dapat memaksimalkan nilai pesan yang disampaikan.

f. Memberikan Hiburan

Media internet telah melengkapi dirinya dengan multimedia untuk musik, film dan lain sebagainya.

Adapun sarana dan fasilitas dari internet yang dapat kita manfaatkan adalah sebagai berikut :

a. E-mail

Penggunaan yang sangat awal dari internet adalah e-mail, oleh para pengguna internet di Indonesia sering disebut dengan *surat elektronik*. E-mail merupakan fasilitas yang memungkinkan dua orang atau lebih untuk melakukan komunikasi, memiliki sifat asinkron dari komunikasi elektronik (tidak dapat menerima data pada saat bersamaan). Akan tetapi karakteristik tersebut menjadikan e-mail menjadi pilihan sebagai sarana komunikasi yang ekonomis dan efisien ([http://www.ajangkita.com/pengenalan\\_internet.htm](http://www.ajangkita.com/pengenalan_internet.htm)).

b. Mailling List

Merupakan perluasan dari penggunaan e-mail, dengan fasilitas ini pengguna telah memiliki alamat e-mail dapat bergabung dalam suatu kelompok diskusi, dan melalui milis ini dapat melakukan diskusi untuk memecahkan suatu permasalahan secara bersama-sama, dengan saling memberikan saran pemecahan (*brainstorming*) masalah. Komunikasi melalui milis memiliki sifat yang sama dengan e-mail

yaitu bersifat asinkron (tidak dapat menerima data pada saat bersamaan) ([http://www.ajangkita.com/pengenalan\\_internet.htm](http://www.ajangkita.com/pengenalan_internet.htm)).

c. File Transfer Protocol (FTP)

Adalah fasilitas Internet yang memberikan kemudahan kepada pengguna untuk mencari dan mengambil arsip file (*download*) di suatu server yang terhubung ke Internet pada alamat tertentu yang menyediakan berbagai arsip (file), yang memang diizinkan untuk diambil oleh pengguna lain yang membutuhkan. File ini dapat berupa hasil penelitian, artikel-artikel jurnal dan lain-lain. Disamping itu FTP juga dipergunakan untuk meng-*upload* file materi situs (*homepage*) sehingga dapat diakses oleh pengguna lain dari seluruh pelosok dunia (Laurel Brunner dan Zoran Jetic, 2000 : 80).

d. Archie

Sebagian orang menganggap nama Archie berasal dari nama *Archive*. Archie adalah fasilitas yang membantu untuk mengumpulkan, mengindeks dan menyediakan semua informasi di Internet. Archie menyediakan akses untuk semua arsip file pada FTP anonim. Versi perkembangannya menyediakan berbagai informasi. Pada dasarnya ini adalah fasilitas *search engine* (mesin pelacak) untuk situs FTP yang akan melacak indeks deskriptif untuk menemukan subyek tertentu dan yang berhubungan (Kho Yao Tung, 1997 : 57).

e. WAIS

Wide Area Information Server adalah sistem berbasis data yang mengandung sebagian besar dokumen yang berisi teks, gambar, video dan suara. WAIS dapat digunakan untuk mengindeks teks yang besar pada server basis datanya (Kho Yao Tung, 1997 : 57).

f. TelNet

TelNet adalah protokol aplikasi standar untuk digunakan dalam layanan koneksi remote terminal atau terminal login, yang dapat disebut dengan *Terminal Emulation*, digunakan untuk mengakses beberapa pelayanan seperti Gopher, WWW, WAIS dan Archie (Kho Yao Tung, 1997 : 53).

g. Newsgroup

Newsgroup merupakan *mailing list* dalam versi yang lebih canggih. Newsgroup adalah kelompok dengan minat tertentu, semacam forum diskusi dan isu masyarakat UseNet yang menggunakan *Network News Transfer Protocol*. Kelompok ini menyebarkan pesan kepada semua anggotanya dan dibuat oleh individu-individu yang memiliki isu-isu untuk diangkat atau kepentingan tertentu yang perlu dibagi, mirip *mailing list* yang meneruskan e-mail ke kelompok tertentu.

Bentuk newsgroup ini lazim disebut sebagai konferensi, dan fasilitas yang digunakan multimedia (audio-visual) dengan *video*

*conferencing*, teks saja dan audio dengan menggunakan fasilitas *chat* (Laurel Brunner dan Zoran Jeftic, 2000 : 108).

h. Gopher

Merupakan fasilitas internet yang digunakan untuk memudahkan mencari, menarik dan mengambil informasi (*navigasi*). Gopher menggunakan sistem hierarki pencarian dokumen berbasis menu. Gopher lebih mudah digunakan dibanding dengan FTP, karena menggunakan struktur file dan mekanisme pencariannya lebih mudah digunakan dan penggunaan Gopher lebih sering berhasil dibanding FTP (Laurel Brunner dan Zoran Jeftic, 2000 : 90).

i. WWW (World Wide Web)

Terminologi website adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada didalam World Wide Web (WWW) di internet.

Website secara teknis adalah sebuah sarana yang dipakai untuk menjelajah beberapa bagian internet, dan cakupannya meliputi bagian yang luas dari sebuah internet. Perkembangan website diawali dari proposal yang diberikan oleh **Tim Berners-Lee**, seorang ahli fisika dari CERN (sebuah pusat penelitian fisika energi tinggi di Swiss) kepada atasannya, proposal tersebut membahas mengenai kehilangan informasi yang dikarenakan sistem penyusunan yang rumit, dan ia memberikan solusi dengan manajemen informasi berdasarkan sistem *hypertext global*. Pada bulan Oktober 1990, Tim menamakan

program rancangan *editor* dan *broser hypertext*-nya "*World Wide Web*" yang kemudian namanya diganti menjadi *Nexus*. Pada tanggal 6, 16, dan 19 Agustus 1991, file hasil kerja Tim dipublikasikan di internet dengan menggunakan FTP (*alt-hypertext*) setelah melalui beberapa kali demo, distribusi, perbaikan, pengembangan dan uji coba, pada akhirnya tanggal 30 April 1993 direktur CERN menyatakan teknologi *WWW* bebas digunakan oleh siapapun, tanpa harus membayar royalti kepada CERN. Sejak saat itu perkembangan website menjadi semakin pesat, hal ini dapat dilihat dari jumlah peserta yang mengikuti Konferensi Internasional I mengenai website yang diikuti oleh 400 peserta dari 800 yang mendaftar menjadi 1300 peserta yang mengikuti Konferensi Internasional II *WWW* pada bulan Oktober 1994, akhirnya pada bulan Juni 1995 terbentuklah *Web Society*, yang diprakarsai oleh CERN, INRIA, University of Graz dan University of Minnesota ([http://www.ajangkita.com/pengenalan\\_internet.htm](http://www.ajangkita.com/pengenalan_internet.htm)).

Penggunaan *hypertext* pada website memungkinkan pengguna untuk mengakses internet tanpa harus mengetahui perintah-perintah dan alamat-alamat aslinya, sebagai pengganti perintah dan alamat yang di *browser* website (program yang digunakan untuk menjelajah internet) adalah kata-kata yang diterangi (*highlight*) atau kata-kata yang diberi warna lain atau digaris bawah. Cukup pilih kata tersebut dengan *mouse*, maka *browser* website yang akan berbicara dalam bahasa internet, merundingkan transaksi dengan komputer lawan

bicaranya, dan akan memindahkan gambar, tulisan, program atau aktivitas lain yang kita inginkan.

Dengan pemanfaatan website setidaknya ada empat kemudahan yang didapatkan :

- a. Website memudahkan penggunaan perintah dan alamat di internet yang sebelumnya berbelit-belit dan susah dipahami.
- b. Website menggabungkan aspek-aspek internet yang berbeda menjadi sebuah *interface* yang mudah dipakai.
- c. Selain untuk membaca, website memungkinkan anda mengamati gambar dan bahkan mendengarkan suara atau menonton film.
- d. Dengan *hypertext*-nya memungkinkan website untuk memberikan *link* (rantai penghubung) dari satu dokumen ke suatu dokumen lain atau file lain ataupun ke *site* lain di internet.

Kemajuan lain dalam website adalah pengembangan *browser web* dalam bentuk grafik yang dapat dijalankan pada sebuah PC, dengan ini memungkinkan pemakai untuk menggunakan teknik *point and click* (klik dan tekan). Kemudahan lain adalah dimungkinkannya memasukkan gambar, grafik dan teks berformat kelayar *browser* tanpa harus mengetahui cara merubah kode (*decode*) suatu file seperti yang harus dilakukan sebelum adanya website.

Dari keterangan-keterangan diatas dapat dilihat kelebihan-kelebihan internet sebagai media mutakhir seperti pada akses yang tidak terbatas oleh letak geografis, jarak, waktu, budaya, pendidikan,

nilai, jenis, perangkat keras yang dipakai. Dari segi isi, kualitas dan kuantitas data yang diinginkan juga tidak terbatas, kita dapat mengakses semua yang kita inginkan selama kita mengetahui alamat data atau informasi tersebut. Dari segi tampilan dengan adanya kemampuan untuk menyatukan gambar, teks, dan animasi didukung dengan desain yang bagus, penyampaian pesan akan lebih komunikatif dan menarik.

Internet mempunyai pertumbuhan yang sangat baik dan sangat pesat saat ini. Dari data statistik yang didapat, adalah sebagai berikut (<http://bdg.centrin.net.id/~fmunjani/ti.htm>) :

- a. 3 juta host sudah tercapai diakhir tahun 1994
- b. Populasi 30 juta pengguna (1995)
- c. Pertumbuhan 10 % tiap bulan
- d. 100 juta pengguna pada tahun 1998, dianggarkan tahun 2010 semua orang akan terhubung ke internet
- e. Email mendominasi 75% dalam hubungan bisnis

Sebagai media baru internet juga memiliki kekurangan-kekurangan diantaranya adalah, besar budget yang dikeluarkan untuk biaya akses karena harus memiliki sebuah *account* dari perusahaan *outline service* atau dari sebuah *Internet Service Provide (ISP)*, sedangkan untuk mendapatkan *account* dari *online service* dibebani dengan penawaran-penawaran dari *Internet Service Provide* diharuskan membayar biaya langganan, walaupun sekarang ada biaya

langganan bulanan yang besarnya sama, selain keharusan memiliki hardware (perangkat keras) seperti komputer, modem, dan telepon yang harganya masih relatif mahal. Untuk mengakses data juga harus mengetahui dan memasukkan alamat yang benar walaupun sekarang sudah ada *World Wide Web* yang memudahkan pencarian situs dan adanya *search engine* yang memungkinkan kita untuk mendapatkan data atau informasi dengan hanya memasukkan satu atau lebih *keyword* (kata kunci) dan akan dimunculkan semua alamat yang ada kaitannya dengan kata-kata kunci tersebut.

#### 4. Kriteria Website

Kriteria sebuah website yang baik adalah sebagai berikut (<http://www.toekangweb.or.id/01-essays-kriteria.html#top>):

##### a. Usability

Menurut Jakob Nielsen, adalah bagaimana seorang pengguna menemukan cara untuk menggunakan website tersebut dengan efektif.

*Usability* mempunyai lima karakteristik yaitu :

- Kemudahan untuk dipelajari
- Efisiensi penggunaan
- Kemudahan untuk diingat
- Tingkat frekuensi kesalahan
- Tingkat kepuasan subyektif pemakai

b. Sistem Navigasi

Kemudahan bernavigasi dalam website tersebut, melibatkan sistem navigasi website secara keseluruhan, dan desain *Interface* website tersebut. Sistem navigasi penting untuk menciptakan kepercayaan pengguna kepada situs website yang dikelola, membimbing dan memberikan mereka kendali setiap saat.

c. Interaktifitas

Keindahan website adalah bahwa di website dimungkinkan pengunjung situs anda berinteraksi dengan situs anda, atau dengan pengguna situs website yang lain (inilah dasar komunitas sebuah situs website), dan dengan komputernya.

d. Graphic Design

Kepuasan visual pengguna (lewat mata) secara subyektif, melibatkan bagaimana desainer visual website tersebut membawa mata pengguna menikmati dan menjelajahi website tersebut melalui pemilihan layout, warna, bentuk dan typografi yang dibuat menarik.

e. Contents

Sebagus apapun halaman website secara design grafis, tanpa contents yang berguna dan bermanfaat akan bernilai nol. *Contents* yang baik akan menarik, relevan, dan dapat disesuaikan dengan target

f. Masalah Kompatibilitas

Seberapa luas sebuah website mendukung kompatibilitas dengan perangkat-perangkat tampilannya (*browser*), atau seberapa luas sebuah website memberikan alternatif untuk browser yang tidak dapat melihat sitenya.

g. Waktu Panggil (*Loading Time*)

Seberapa cepat sebuah website muncul atau menampilkan sesuatu di layar browser penggunanya. Menurut Jeffrey Veen (<http://www.webmonkey.com>) : "Anda hanya memiliki 3 detik untuk meyakinkan pengguna untuk tidak menutup *window* atau pergi ke website lain."

h. Functionality

Seberapa baik sebuah site bekerja dari aspek teknologikal-nya. Ini melibatkan programmer dengan SCRIPT-nya, misal HTML (DHTML), 404 Error pages , PHP3, ASP, ColdFusion , CGI , SSI dan lain sebagainya.

i. Accesibility

Yaitu memaksimalkan penggunaan *content* ketika satu atau lebih indera dimatikan atau dikurangi kerjanya (lebih mengacu kepada pengguna dengan kekurangan indera penglihatan secara fisik).

## 5. Fungsi Media Untuk Organisasi Masyarakat

Memanfaatkan media dalam menunjang stabilitas suatu organisasi merupakan pilihan yang tepat, diantara fungsinya adalah sebagai berikut (Dennis Wilcox, Phillip H. Ault dan Warren K. 1992 : 468) :

a. Mensosialisasikan program organisasi.

Fungsi media pada dasarnya sebagai alat saluran informasi antara komunikator dan komunikan dalam proses komunikasi. Media yang dapat digunakan pun sangat beragam, mulai dari media massa, media elektronik dan media cetak. Dalam hal ini pemanfaatannya adalah untuk merangsang masyarakat terhadap organisasi itu sendiri, baik mengenai sosialisasi program, pemberitaan, ataupun hanya sekedar memenuhi kebutuhan masyarakat akan informasi.

b. Merekrut dan melatih para anggota.

Dalam keberlangsungan suatu organisasi, perekrutan anggota merupakan salah satu hal yang perlu diperhatikan. Pola yang dapat digunakan pun sangat beragam, dengan cara persuasif ataupun melalui pemanfaatan media sebagai sarana publikasi organisasi.

Memberikan penawaran atau pilihan terhadap tugas yang pantas, akan memberikan dampak positif terhadap profesionalitas organisasi dan sumber daya anggota yang potensial dan berkualitas.

c. Memperoleh dana operasional organisasi.

Dana operasional organisasi juga merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan, tidak dapat dipungkiri dalam

merealisasikan program akan selalu bersinggungan dengan hal pendanaan. Untuk itu para anggota juga diharapkan dapat membantu dalam hal penggalangan dana atau mereka dapat melayani sebagai konsultan khusus pengembangan dari organisasinya. Cara yang dapat dilakukan diantaranya dengan :

- 1) Mencari donasi perusahaan, yayasan atau persorangan.
- 2) Kampanye struktur modal.
- 3) Sponsorship.
- 4) Sosialisasi program dalam bentuk kegiatan.
- 5) Berwirausaha

## **6. Website Sebagai Media Dakwah**

Secara implisit teori yang menyatakan hubungan website sebagai media dakwah terkait dalam Teori Difusi dan Informasi dari Everett M. Rogers. Definisi *difusi* adalah suatu proses dimana suatu informasi dikomunikasikan melalui siaran tertentu dan dalam jangka waktu tertentu diantara para anggota suatu sistem sosial dengan penyebaran pesan sebagai ide baru. Sedangkan komunikasi didefinisikan sebagai proses dimana para pelakunya saling menciptakan informasi dan saling bertukar informasi untuk mencapai pengertian bersama (Drs. Elvinaro Ardianto, M.Si dan Dra. Lukiati Komala Erdinaya, M.Si, 2005 : 62).

Website sebagai media komunikasi kepada khalayak, dengan kelebihan dapat menggabungkan teks, gambar, suara, grafik dan

memaksimalkan penyampaian pesan, seperti pendapat Munter (Yuyun W. Sasmita, 2002 : 354) :

“Bahwa alat bantu media menambah minat, variasi, dan dapat diingat lebih lama dibanding dengan kata-kata. Hal ini dapat dimungkinkan bahwa informasi  $\pm 85$  % data yang dikumpulkan dan disimpan berasal dari penglihatan dan pendengaran.”

Arti penting dari penglihatan maupun pendengar tersebut yang menyebabkan antara komunikator (*Da'i*) dengan media saat ini sudah tidak dapat dipisahkan. Hubungan yang berkaitan antara internet dengan *Da'i* adalah kemampuan kompetensi internet dengan website-nya dalam menggabungkan media telah ada menjadi satu sistem digital, yaitu sebagai :

- a. Media Berita (News Media)
- b. Media Siaran (Broadcast Media)
- c. Media Komunikasi

Karena *website* tidak dibatasi oleh batas-batas geografis dan waktu, maka suatu perusahaan, organisasi atau institusi dapat membentangkan sayapnya selebar mungkin untuk menjangkau konsumen diseluruh dunia, terlebih mengingat fungsi website juga sebagai penyelenggara komunikasi timbal balik (*two way communication*) maupun dalam menciptakan *global image* bagi perusahaan, instansi maupun organisasi dalam pencapaian dan membentuk opini publik. Adapun empat peran yang harus dijalankan *Da'i* sebagai komunikator dalam proses dakwah melalui pemanfaatan media

- a. Keahlian di bidang komunikasi (pengusaan terhadap teknologi informasi).
- b. Kewenangan untuk menangani masalah dengan membuat solusi.
- c. Sebagai pendengar yang sensitif dan penyampai informasi.
- d. Kemampuan untuk mampu bekerja sama dalam menyelesaikan suatu permasalahan.

Dan salah satu yang harus diperhatikan adalah adanya arena baru dalam proses menginformasikan dan berkomunikasi. Arena baru tersebut berupa dunia maya (*virtual world*) yang pada akhirnya menciptakan *virtual media*, dengan maksud bahwa orientasi informasi dan komunikasi saat ini bukan hanya dengan sarana yang sudah ada saja, tetapi adanya unsur teknologi komunikasi dan informasi sebagai medianya. Tidak harus bertatap muka dalam melakukan dakwah Islamiyah, tetapi dapat melakukan dengan memanfaatkan media yang jangkauannya luas dan mengena terhadap khalayak yang ingin dituju dan dicapai, tidak menghabiskan waktu dan tenaga dalam berdakwah, cukup dengan memanfaatkan media website yang dapat didesain untuk melakukan hal tersebut.

## **F. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian pada hakikatnya merupakan wahana untuk menentukan kebenaran atau untuk lebih membenarkan kebenaran. maka dari itu untuk

menjawab pertanyaan penelitian, penyusun menggunakan metode penelitian deskriptif, untuk dapat mendeskripsikan, mencatat, dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang terjadi didalam permasalahan yang diteliti.

Penelitian Deskriptif adalah studi untuk menemukan fakta dengan implementasi yang tepat, melukiskan atau menggambarkan informasi apa adanya sesuai dengan variabel-variabel yang diteliti sesuai dengan keadaan saat ini. Penelitian Deskriptif bermaksud membuat kesadaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi tertentu (Dr. Husaini Usman, M.Pd & Purnomo Setiady Akbar M.Pd, 2000 : 4).

## **2. Subyek Penelitian**

Subyek yang diambil dalam penelitian ini adalah Lembaga Pustaka dan Informasi (LPI) PP Muhammadiyah, dan Pusat Kontrol Manajemen Website Muhammadiyah.

## **3. Obyek Penelitian**

Obyek yang diambil dalam penelitian ini adalah media website [muhammadiyah.or.id](http://muhammadiyah.or.id).

## **4. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi.

a. Observasi :

Pengamatan langsung terhadap permasalahan yang menjadi obyek penelitian, yaitu : Bagaimana pemanfaatan media website sebagai strategi dakwah Muhammadiyah.

b. Wawancara :

Merupakan bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu. Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara tak berstruktur. Wawancara ini bersifat luwes, susunan pertanyaan dan susunan kata-kata dalam setiap pertanyaan dapat diubah pada saat wawancara, disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi saat wawancara. Tujuan dari metode ini adalah untuk memperoleh bentuk-bentuk tertentu informasi dari semua responden, tetapi susunan kata dan urutannya disesuaikan dengan ciri-ciri setiap responden (Dedy Mulyana, 2001 : 195).

c. Studi Pustaka :

Studi pustaka diarahkan dengan maksud untuk memperoleh teori dan informasi yang berhubungan dengan permasalahan sebagai dasar penelitian. Teori dan informasi dapat diperoleh dari berbagai sumber literatur, majalah, artikel, dan surat kabar.

d. Dokumentasi :

Laporan tertulis dari suatu peristiwa yang isinya terdiri dari penjelasan dan pemikiran terhadap peristiwa itu dan tertulis dengan sengaja untuk menyimpan dan meneruskan keterangan mengenai peristiwa tersebut. Dengan rumusan itu kita dapat memasukan notula rapat, keputusan hakim, laporan panitia kerja, artikel majalah, surat-surat, iklan dan sebagainya kedalam pengertian dokumen (Surachmad, 1985 : 131).

**5. Teknik Analisis Data**

Data yang telah diperoleh kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan analisis kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor, penelitian kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Sedangkan definisi penelitian kualitatif menurut Kirk dan Miller adalah tradisi tertentu dalam ilmu prenetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kasusnya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya (Dr. Lexy J. Moleong, 1994 : 2-3).

Analisis kualitatif dengan langkah-langkah mulai dari pengumpulan data, reduksi data, panyajian data dan yang terakhir kesimpulan (Miles, Matthew B dan Huberman, 1992 : 20 ).

**Bab IV** : Pada bab ini penulis menyajikan penutup berupa kesimpulan dan saran.

## 6. Validitas Data

Untuk menentukan validitas data diperlukan teknik pemeriksaan. Teknik pemeriksaan tersebut didasarkan atas kriteria tertentu, diantaranya : derajat kepercayaan (kredibilitas), kebergantungan dan kepastian. Kriteria tersebut menggunakan teknik pemeriksaan masing-masing. Kriteria derajat kepercayaan pemeriksaan datanya dilakukan dengan teknik perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi, pengecekan atau diskusi sejawat, kecukupan referensial, kajian kasus negatif, dan pengecekan anggota. Kriteria ketergantungan dan kriteria kepastian pemeriksaan dilakukan dengan teknik auditing (Dr. Lexy J. Moleong, 1994 : 188).

## G. Sistematika Penulisan

- Bab I** : Pada bab ini penulis menyajikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.
- Bab II** : Pada bab ini penulis menuliskan gambaran umum lokasi penelitian yaitu website Muhammadiyah.
- Bab III** : Pada bab ini penulis membahas hasil penelitian tentang pemanfaatan media website sebagai strategi dakwah Muhammadiyah.