

Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah

Fadly Usman

fadlypwk@ub.ac.id

Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia

Artikel masuk: 10/01/2016

Artikel diterima: 25/02/2016

Terbit online: 01/03/2016

Abstrak

Penggunaan media online sebagai sarana dakwah dewasa ini mulai menjadi alternative dalam berdakwah. Dalam menyampaikan materi-materi dakwah, seorang pendakwah bisa saja memiliki akun di media social seperti; facebook, twitter, LINE, WhatsApp, Path atau media online lainnya seperti; Youtube, Instagram, Weblog, LinkedIn dan sebagainya. Apakah efektif metode dakwah yang mereka pilih? Dalam penelitian ini dilakukan survei terhadap 200 responden dari beberapa kelompok masyarakat, untuk mengukur tingkat efektifitas dakwah Islam melalui media online. Metode yang dipakai adalah dengan menggunakan analisis statistic, kemudia dilakukan uji korelasi dan konsistensi berdasarkan hasil kuisioner dari responden. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa sejak usia pelajar sampai dengan usia kerja telah memanfaatkan smartphome untuk mendapatkan informasi terkini melalui media online. Dari hasil uji korelasi menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi lama penggunaan smartphome dengan aktifitas mencari informasi tentang dakwah Islam adalah 0.8035, bahkan 46% sangat sering mencari literatur tentang pengetahuan agama melalui media online. Hal ini menunjukkan bahwa materi-materi dakwah Islam yang disampaikan melalui media online sangat efektif, khususnya bagi pengguna telepon pintar atau smartphome.

Kata Kunci: *media online, media sosial, dakwah Islam, korelasi*

1. Pendahuluan

Seiring dari maraknya penggunaan telepon pintar atau *smartphone* sebagai alat komunikasi, penggunaan telepon genggam tidak hanya sebatas sms dan berbicara melalui telepon tetapi juga fasilitas-fasilitas lainnya. *Yahoo messenger* (YM) yang dahulu merupakan satu-satunya sarana chatting di internet, sekarang fasilitas tersebut sudah berpindah ke dalam genggam dan tidak harus berhadapan dengan layar komputer di rumah.

Contoh lain penggunaan media online adalah penggunaan media sosial seperti facebook. Facebook sejauh ini merupakan salah satu media dakwah yang prospektif dan efektif untuk berdakwah melalui tulisan. Tidak hanya tulisan, facebook juga menawarkan fitur-fitur unik, sederhana dan mudah dipahami, seperti fitur friend requests (ajakan pertemanan), notification (pemberitahuan), messages (pesan tertulis langsung kepada pemilik akun), recommended pages (merekomendasikan halaman), notes (catatan), photo album (album foto), status, comment (komentar) dan sebagainya. Semuanya merupakan fitur yang cukup mudah untuk digunakan, khususnya mengaplikasikan sebagai sarana syiar dakwah Islam. (Laila, 2014)

Syekh Ali Mahfudz (2010) mengatakan dalam bukunya bahwa dakwah adalah dorongan atau anjuran kepada manusia pada kebaikan dan petunjuk, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar untuk kebahagiaan dunia dan akhirat.

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan data dari responden melalui kuisioner. Data tersebut kemudian diolah dengan menggunakan Excel untuk melakukan pengolahan data statistik. Tujuan penelitian ini adalah; (1) mengetahui korelasi antara penggunaan media online sebagai media dakwah dan (2) mengetahui tingkat efektivitas penggunaan media online sebagai sarana dakwah.

Adapun hasil yang didapatkan diantaranya adalah diketahui hubungan antara pengguna aktif media online baik menggunakan telepon pintar (smartphone) maupun menggunakan komputer pribadi atau PC (personal computer) dengan intensitas penggunaan perangkat tersebut sebagai media informasi. Diketahui bahwa 90% pengguna smartphone memperoleh informasi terkini secara online melalui media online maupun sosial media. Sedangkan 92% pengguna PC juga memperoleh informasi terkini melalui media online.

Rata-rata penggunaan perangkat telepon genggam untuk online lebih dari 18 jam dalam sehari, tidak hanya untuk telepon dan sms, tetapi juga untuk keperluan koneksi dengan internet. Sedangkan tingkat efektivitas penggunaan media online sebagai sarana dakwah Islam menunjukkan bahwa penggunaan smartphone merupakan hal yang umum dewasa ini, sehingga peluang dakwah melalui media online menjadi sangat terbuka, 47% responden sangat sering menggunakan smartphone mereka untuk mencari informasi tentang masalah agama, bahkan 100% pemilik *smartphone* memiliki aplikasi untuk kegiatan ibadah seperti aplikasi pengingat waktu sholat (Athan, Islamic Finder), aplikasi qur'an dan terjemah, aplikasi penghitung untuk berdzikir, dan aplikasi-aplikasi lain seperti do'a sehari-hari, penunjuk arah kiblat, dan lain sebagainya.

2. Studi Pustaka

Dalam berdakwah dibutuhkan media atau wasilah. Adapun yang dimaksud dengan wasilah dalam dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada mad'u melalui media yang ada, dalam hal ini maka da'i harus memilih media yang paling efektif untuk menyampaikan dakwah dan mencapai tujuan dakwah Islam (Wahyu Ilahi, 2010).

Bagdikian (2004: 56) mengatakan bahwa keberadaan internet dan aplikasi website (situs/portal) telah membuat ketersediaan yang tidak pernah terbayangkan yakni informasi yang bersifat massa di dunia.

Dalam bukunya *Globalization and Discontents*, Joseph Stiglitz (2002:37) menyatakan bahwa globalisasi memberi dampak besar bagi kondisi jutaan manusia yang ada di dunia. Globalisasi meliputi semua aspek seperti terciptanya institusi internasional secara terbuka, sikap responsif terhadap kemiskinan, lingkungan dan berbagai perhatian mengenai problematika sosial dan politik.

Terdapat simpulan data yang cukup mengagumkan telah diperlihatkan oleh sejumlah pengelola situs Islam, misalnya situs MyQuran.com. yang telah tercatat memiliki anggota lebih dari 40 ribu. Situs Islam ini didirikan pada bulan Juli 1999 yang merupakan situs portal informasi Islam.

Begitu besarnya arus informasi melalui media online ditambah dengan arus globalisasi yang tidak mungkin dibendung sehingga perlu dilakukan upaya agar media online bisa menjadi sarana komunikasi dakwah Islam.

Sedangkan tingkat efektivitas adalah ukuran yang menyatakan seberapa jauh target dakwah (kualitas, kuantitas, waktu) telah tercapai, dimana semakin besar prosentase capaian variable target maka semakin besar pula hasil yang diperoleh.

Stewart L Tubbs dan Silvia Moss (2002) memberikan pengertian efektivitas dari sudut komunikasi bahwa komunikasi dianggap efektif apabila dapat menimbulkan lima hal, yaitu; (1) pengertian, (2) kesenangan, (3) mempengaruhi sikap, (4) hubungan sosial yang baik, (5) tindakan.

Dari beberapa definisi di atas maka dapat dikatakan bahwa penggunaan media online sebagai media dakwah Islam merupakan upaya untuk memanfaatkan perkembangan teknologi. Tujuan dakwah sendiri masih dalam koridor untuk menyampaikan ajaran-ajaran Islam, paham-paham ahlus sunah wal jama'ah, dan sebagai alat untuk menyebarkan rahmat bagi seluruh alam (*rahmatan lil alamin*).

Menurut Misbakhul Khoiri (2014), penggunaan media sosial sebagai media dakwah Islam cukup efektif. Hal ini berdasarkan tingginya jumlah respond an antusiasme pengunjung laman media sosial KH. Abdullah Gymnastiar saat memberikan tausiah melalui update status di facebook. Lebih dari 1000 pengunjung akan bergabung dalam setiap status yang disampaikan oleh beliau. Dengan Bahasa yang sederhana, dan mudah dipahami, response komentar yang cepat, serta respon positif dari pengunjung sehingga dapat dikatakan bahwa KH Abdullah Gymnastiar mampu menjadikan laman facebook sebagai media dakwah Islam yang cukup efektif.

Amar Ahmad (2014) menyatakan bahwa penggunaan media online sebagai sarana dakwah sudah semakin menyebar dan hampir tak terhindarkan, seperti layanan e-syariah, e-fatwa, e-dakwah. Karena itu, para aktivis dakwah paling tidak perlu mencermati secara khusus perkembangan e-dakwah untuk melahirkan da'i virtual yang mampu membawa suara Islam dalam konteks multi dimensi dan zaman sesuai konsep *Al Islamu Shalih Likulli Zamaan Wa Makaan* (Islam adalah ajaran yang selalu sesuai dengan kondisi zaman dan tempat).

Sedangkan keunggulan dari penelitian ini bila dibandingkan penelitian sebelumnya adalah, penelitian ini menggunakan data responden yang random dan cukup beragam. Walaupun disengaja diambil responden beragama Islam, tetapi hal ini dilakukan untuk lebih menyempitkan jenis responden terkait dengan tujuan penelitian untuk mengetahui tingkat efektivitas media online sebagai media dakwah. Penggunaan data statistika juga merupakan keutamaan dari penelitian ini, sehingga dapat diketahui dengan pasti prosentase pengguna perangkat untuk membuka media online dan intensitas penggunaannya sebagai sarana mencari informasi terkini.

Sedangkan peneliti lain cenderung bersifat kajian literature (A.Ahmad, 2014), korespondensi dengan pengelola website (Nurrochman, 2014) ataupun pengumpulan data dari pengelola laman media sosial (M. Khoiri, 2014).

3. Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode wawancara dan kuisioner. Menggali data dengan melakukan wawancara dan pengisian kuisioner oleh responden bertujuan agar hasil yang didapatkan dapat dipakai dalam penelitian untuk mencapai target penelitian, berdasarkan kuisioner yang telah dipersiapkan sebelumnya (Moeloeng, 1993).

Wawancara yang digunakan adalah wawancara bebas terpimpin, artinya pewawancara mengadakan komunikasi langsung berupa tanya jawab kepada responden berdasarkan pedoman wawancara yang dibuat sebelumnya, dalam hal ini berupa kuisioner penelitian. Sedangkan variasi penyajian dapat disesuaikan dengan kondisi dan situasi yang ada. Dengan demikian, diharapkan akan dapat diperoleh data secara mendalam namun tetap memegang prinsip reabilitas bagi penelitian (Kontjaraningrat, 1983).

Tabel 1. Demografi responden dalam penelitian

Komponen	Klasifikasi	Jumlah	(%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	105	52.5%
	Perempuan	95	47.5%
Usia	15-25	105	52.5%
	25-30	52	26.0%
	> 30	43	21.5%
Pekerjaan	Pelajar	26	13.0%
	Mahasiswa	75	37.5%
	Karyawan	99	49.5%
Pendidikan	Pelma	101	50.5%
	S1	56	28.0%
	S2-S3	43	21.5%

Dalam penelitian ini dilakukan survei terhadap 200 responden dari beberapa kelompok masyarakat, untuk mengukur tingkat efektifitas dakwah Islam melalui media online. Metode yang dipakai adalah dengan menggunakan analisis statistik, kemudia dilakukan uji korelasi dan konsistensi berdasarkan hasil analisis kuisioner. Tabel 1 di atas adalah sebaran demografi responden dalam penelitian. Dengan keragaman data dari kelompok masyarakat pengguna aktif media online diharapkan didapatkan hasil penelitian yang valid dan realibel. Adapun rumus baku yang digunakan untuk mengetahui keofisien korelasi antara pembanding dan instrument adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{[(n \sum x^2) (\sum x)^2] [(n \sum y^2) (\sum y)^2]}} \quad (1)$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

n = banyaknya responden

\sum = jumlah dari

x = nilai pembanding

y = nilai instrumen yang dicari korelasinya

Sedangkan untuk menguji apakah korelasi ini signifikan atau tidak maka perlu diuji dengan uji t dengan formulasi sebagai berikut (Sugiyono, 2007):

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (2)$$

Keterangan:

t = nilai uji korelasi

r = koefisien korelasi

n = banyaknya responden

Sedangkan untuk mengukur tingkat efektivitas, digunakan nilai target maksimal (100%) sebagai pembandingan tingkat efektivitas penggunaan media online sebagai sarana dakwah. Adapun formula yang digunakan untuk mengukur tingkat efektivitas adalah sebagai berikut:

$$TE_x = \frac{VE_x}{VE_{max}} \times 100\% \quad (3)$$

Keterangan:

TE_x = total nilai efektivitas

V_x = nilai x yang akan dicari tingkat efektivitasnya

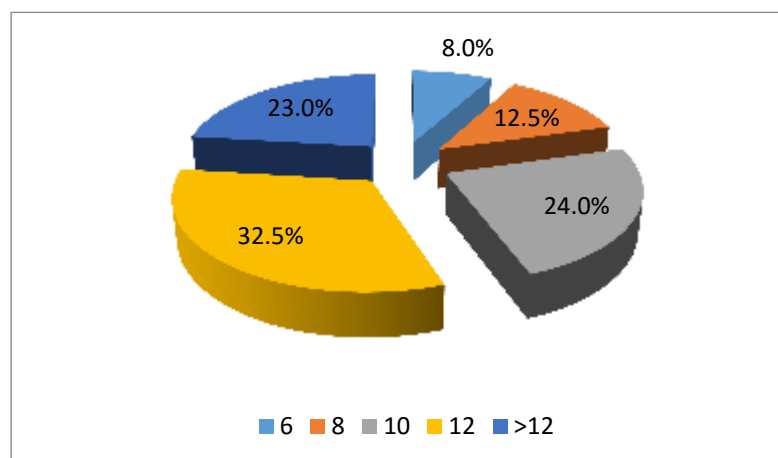
V_{max} = nilai maksimal target capaian

Setelah mengetahui total nilai tingkat efektivitas, maka dapat diketahui bagaimana peran variable x dalam memanfaatkan penggunaan media online sebagai sarana dakwah.

4. Analisis, Hasil dan Diskusi

Tujuan pertama dari penelitian ini adalah; untuk mengetahui hubungan dan korelasi antara penggunaan media online sebagai media dakwah dan untuk mengetahui tingkat efektivitas penggunaan media online sebagai sarana dakwah.

Dari 200 responden, diketahui bahwa 100% responden adalah pengguna telepon pintar (smartphone), sedangkan gambar berikut ini merupakan prosentase lama penggunaan smartphone dalam satu hari.



Gambar 1. Lama penggunaan smartphone

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa penggunaan telepon pintar dalam sehari bisa sampai 12 jam bahkan 23% menggunakan *smartphone* lebih dari 12 jam dalam sehari. Hal ini menunjukkan bahwa, penggunaan telepon tidak hanya sebatas sebagai alat komunikasi seperti sms dan berbicara melalui telepon, tetapi lebih kepada penggunaan-penggunaan fungsi skunder. Akan tetapi, dengan intensitas penggunaan *smartphone* seperti data di atas, bisa saja penggunaan skunder selain sms dan telpon tersebut lebih dominan dan bergeser sebagai fungsi utamanya, yaitu online atau aktif dalam menggunakan media internet melalui *smartphone*.

Tabel berikut ini adalah perbedaan penggunaan *smartphone* dan personal computer (PC) dalam melakukan aktifitas terkait mengakses media online dan media dakwah melalui internet. Tabel 2 di bawah merupakan rekapitulasi hasil kuisioner dalam penelitian. Dalam kuisioner digunakan skala Likert dimana 1 menunjukkan nilai paling rendah dan 5 untuk nilai paling tinggi. Misalnya untuk lama penggunaan *smartphone* setiap hari, dimana 1=6 jam, 2=8 jam, 3=10 jam, 4=12 jam, dan 5= >12 jam.

Tabel 2. Rekapitulasi hasil kuisioner

	1	2	3	4	5
Smartphone					
Lama penggunaan	8.0%	12.5%	24.0%	32.5%	23.0%
Mencari informasi terkini	1.0%	2.5%	11.0%	42.5%	43.0%
Membaca dakwah Islam	0.0%	0.0%	10.0%	44.0%	46.0%
Ikut dalam group dakwah	1.0%	0.0%	9.0%	41.0%	49.0%
Aplikasi Islam	0.0%	0.0%	5.0%	42.5%	52.5%
Personal Computer					
Lama penggunaan	52.0%	29.0%	10.0%	7.5%	1.5%
Mencari informasi terkini	6.5%	2.5%	10.0%	40.0%	41.0%
Membaca dakwah Islam	0.0%	0.0%	8.0%	45.0%	47.0%
Ikut dalam group dakwah	0.0%	0.0%	9.0%	41.5%	49.5%
Aplikasi Islam	48.5%	27.5%	4.0%	7.5%	12.5%

Pada table di atas dapat diketahui bahwa lamanya penggunaan *smartphone* dan penggunaan sebagai media untuk mencari informasi terkini maupun membaca dakwah Islam. Berbanding terbalik dengan penggunaan personal computer (PC) atau komputer pribadi seperti komputer meja (desktop) maupun komputer jinjing (laptop) dimana penggunaannya cukup terbatas, hanya sekitar jam kerja saja (6-8 jam) sedangkan pada saat penggunaan komputer pribadi, ternyata masih tetap dipergunakan sebagai sarana mencari informasi terkini dan membaca dakwah Islam melalui internet.

Tabel 3. Korelasi antar komponen

Komponen	Korelasi
Lama penggunaan	1.0000
Mencari informasi terkini	0.8165
Membaca dakwah Islam	0.8035
Ikut dalam group dakwah	0.7523
Aplikasi Islam	0.7134

Tabel 3 di atas merupakan table korelasi antara lamanya penggunaan telepon pintar (*smartphone*) dengan aktifitas lain dalam penggunaannya. Fungsi skunder dari *smartphone* yang dimaksud seperti mencari informasi terkini melalui internet, membaca situs-situs dakwah Islam

maupun kepemilikan aplikasi dengan konten Islami seperti Qur'an digital, Athan, dzikir, do'a sehari-hari dan sebagainya.

Korelasi antar komponen menunjukkan nilai koefisien yang sangat tinggi, yaitu > 0.71 untuk masing-masing komponen. Sedangkan table 4 di bawah ini merupakan hasil perhitungan uji korelasi (t) pada masing-masing komponen.

Tabel 4. Hasil uji korelasi (t) antar komponen

Komponen	Uji Korelasi
Lama penggunaan	-
Mencari informasi terkini	19.8997
Membaca dakwah Islam	18.9895
Ikut dalam group dakwah	16.0654
Aplikasi Islam	14.3233

Berdasarkan nilai hasil uji korelasi yang tinggi, maka dapat dikatakan bahwa hubungan antara pemilikan telepon pintar dengan intensitas mengakses media online sangat erat sekali. Ditambah lagi dengan intensitas penggunaan smartphone sebagai sarana untuk mendapatkan informasi dan membaca dakwah islam. Dengan merujuk kepada hasil perhitungan korelasi antar komponen dan juga tingginya nilai uji korelasi dalam penelitian ini, maka dapat dikatakan bahwa penggunaan media online sebagai media dakwah Islam sangatlah penting. Tingginya korelasi antara penggunaan smartphone dan intensitas penggunaannya dalam mengakses dakwah islam menunjukkan bahwa menyampaikan materi-materi dakwah melalui media internet sangatlah efektif. Dilihat dari pengguna smartphone itu sendiri yang didominasi oleh anak usia sekolah (pelajar dan mahasiswa), dimana pada usia mereka sangat dibutuhkan untuk memperoleh pemahaman berislam yang benar.

Berdasarkan hasil rekapitulasi kuisisioner pada table maka dan penggunaan formula 3 untuk mengukur tingkat efektivitas media online sebagai sarana dakwah, maka didapatkan hasil perhitungan seperti ditunjukkan oleh tabel 5 di bawah ini. Adapun nilai yang dipakai dalam perhitungan tingkat efektivitas adalah nilai pada kolom sering (4) dan sangat sering (5).

Tabel 5. Nilai tingkat efektivitas

Komponen	Efektivitas
Lama penggunaan	-
Mencari informasi terkini	0.8550
Membaca dakwah Islam	0.9000
Ikut dalam group dakwah	0.9000
Aplikasi Islam	0.9500

Dari hasil perhitungan nilai tingkat efektivitas pada table 4 maka dapat diketahui bahwa 90% responden menggunakan smartphone sebagai sarana untuk mendapatkan informasi terkait dengan dakwah Islam dengan kategori sering dan sangat sering, dan 90% juga mengikuti group dakwah baik melalui milist maupun group media sosial.

Fakta-fakta di atas merupakan peluang besar bagi para pendakwah agama Islam agar bisa membuat laman website, page facebook, akun youtube yang mengandung kajian-kajian Islam yang baik dan benar. Alangkah disayangkan jika konten-konten Islam yang ada di media online ternyata diisi oleh orang-orang dengan latar belakang yang kurang mumpuni di bidang ilmu agama, atau bahkan ajakan-ajakan kepada radikalisme. Karena apabila pengelola situs atau page

facebook ternyata bukan ahli dalam bidang agama, maka ratusan, ribuan bahkan jutaan umat Islam akan menjadikannya sebagai rujukan dalam berislam dan beramal. Sehingga ini sudah menjadi tanggung jawab kita bersama untuk bisa memberikan sedikit waktu agar pemahaman ilmu Islam yang benar dan *rahmatan lil alamin* dapat mendominasi, di dunia dakwah Islam melalui semua media.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi antar komponen dan juga tingginya nilai uji (t) korelasi dalam penelitian ini, maka dapat dikatakan bahwa penggunaan media online sebagai media dakwah Islam merupakan cara yang efektif. Nilai koefisien korelasi antara penggunaan *smartphone* dengan komponen lain adalah > 0.71 . Penggunaan *smartphone* dalam sehari dengan rata-rata penggunaan lebih dari 8 jam adalah 92% bila dikorelasi dengan intensitas penggunaannya dalam mengakses dakwah islam dengan nilai yang sangat tinggi (0.8035) menunjukkan bahwa materi-materi dakwah yang disampaikan melalui media internet sangatlah efektif.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih diberikan kepada Laboratorium Perencanaan Wilayah, Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Brawijaya atas bantuan penggunaan fasilitas laboratorium dan tenaga ahli asisten peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Amar Ahmad (2014)., *Dinamika Komunikasi Islami di Media Online.*, Fakultas Dakwah dan Komunikasi., Universitas Islam Negeri Alauddin, Makasar
- Bagdikian, Ben.H, (2004)., *The New Media Monopoly*, USA: Beacon Press.
- Ilahi, Wahyu (2010)., *Komunikasi Dakwah.*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Kontjaraningrat (1983), *Penelitian Masyarakat*, Jakarta: PT. Gramedia
- Laila Nadiatul Falah (2014), *Peran Facebook sebagai Media Komunikasi Dakwah Group Jama'ah Muslimin (Hizbullah)*, eJournal Ilmu Komunikasi, Vol 2 (02), 388-400.
- Misbakhul Khoiri (2014), *Dakwah Melalui Jejaring Sosial Facebook KH. Abdullah Gymnastiar (Studi Teori Efektivitas Oleh Stewart. L Tubbs dan Silvia Moss)*, Skripsi; Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Moeloeng, Lexy J (1993), *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Rosdakarya
- Nurrochman (2014). *Strategi Dakwah Melalui Pemasaran Media Online pada Situs www.sahabataqsa.com*, Skripsi; Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Stiglitz, Joseph, (2002), *Globalization and Its Discontent*, London: Penguin Book
- Stewart L. Tubbs, Sylvia Moss (2002)., *Human Communication: Principles and Contexts.*, McGraw-Hill Humanities
- Sugiyono (2009) *Metode Penelitian Administasi*. Bandung : Alfabeta
- Syaikh Ali Mahfudz (2010). *Hidayat Al-Mursyidin ila Thuruq al-Wa'dzi al-Khatibah*, Dar al-I'tisham, Beirut