

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi saat ini melaju dengan cepat dan disertai dengan berbagai inovasi. Saat ini, hampir tidak ada lagi batasan bagi manusia dalam berkomunikasi, saat ini kita dapat berkomunikasi kapan saja dan di mana saja. Seperti yang dikemukakan oleh Ahmad sebagai berikut:

Perkembangan komunikasi dan informasi telah menjadi denyut nadi berbagai sisi kehidupan masyarakat, mulai dari bidang ideologi, politik, ekonomi hingga sudut-sudut sosial dan budaya. Internet telah menjadi pusat mencari informasi, berbisnis, belanja, mencari hiburan, mengadakan pertemuan tatap muka bahkan persoalan seks. Internet juga telah menjadikan aktivitas manusia tidak dapat lagi dibatasi oleh kendala ruang dan waktu bahkan informasi yang disuguhkan telah melampaui batas kekuasaan negara.<sup>1</sup>

Internet salah satu bentuk kemajuan teknologi hadir sebagai alat untuk memudahkan manusia dalam mengakses informasi di segala penjuru dunia, baik itu pendidikan, bisnis, dan segala aspek kehidupan lainnya. Dengan internet seakan-akan kita dapat menjelajahi seluruh dunia hanya dengan bantuan komputer atau handphone. Dalam hitungan detik berbagai macam informasi dapat diakses dan telah diakses oleh jutaan pengguna internet.

Internet dipahami sebagai jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer dan fasilitas komputer yang terorganisasi di seluruh dunia melalui satelit. Internet merupakan media komunikasi, yang jika dibandingkan dengan media komunikasi lainnya, ia mempunyai dua ciri yang

---

<sup>1</sup>Amar Ahmad, *Perkembangan Media Online dan Fenomena Disinformasi: Analisis pada Sejumlah Situs Islam*, Jurnal Pekommas Volume 16, Nomor 03, Desember 2013, h. 181

begitu menonjol. Ciri yang pertama adalah internasionalisme, yaitu internet tidak hanya menghubungkan banyak orang di lintas negara dan wilayah, namun juga menghilangkan batasan-batasan internasional. Ciri yang kedua adalah populisme, yaitu akses kepadanya tidak dibatasi kecuali alat-alat dan keterampilan teknik penyensoran.<sup>2</sup>

Secara tidak disadari internet telah mengubah pola interaksi dalam masyarakat. Karena internet telah memberikan kontribusi yang sangat besar bagi masyarakat, industri, bisnis, pendidikan maupun pemerintahan.

Sejarah mencatat, media-media baru selalu hadir seiring dengan perkembangan teknologi. Perkembangan media juga dipengaruhi oleh faktor sosial dan ekonomi masyarakat. Penemuan mesin cetak oleh Gutenberg melahirkan media cetak pada abad 18. Pada tahun 1920-an munculnya radio melahirkan jurnalisme radio. Begitu pula kehadiran televisi pada pertengahan abad 20 melahirkan *jurnalisme broadcasting*. Pada setiap zaman jurnalisme menghadapi tantangannya yang khas. Tantangan-tantangan itu muncul terutama karena medium penyampai pesan yang terus berkembang juga memiliki karakternya sendiri yang unik. Kata McLuhan, dan ini yang penting, *the medium is the message*. Yang mempengaruhi publik pertama-tama bukan informasi yang disampaikan, tapi medium penyampai informasi itu sendiri. Ketika McLuhan pertama kali mengenalkan istilah “*global village*” dan “*the medium is the message*” pada 1964 dalam bukunya *Understanding Media*, tak seorangpun yang dapat membayangkan makna frase itu dalam wujudnya sekarang ini.

---

<sup>2</sup> Rusli, *Peran Teknologi Informasi dalam Aktivitas Dakwah: Menelusuri Signifikan Dakwah Online*, Jurnal al-Misbah, Vol.9, No.1, Januari-Juni 2013: 077-088, h.80-81

Understanding Media ditulis 20 tahun sebelum revolusi personal computer dan 30 tahun sebelum kehadiran internet.<sup>3</sup>

Saat ini internet berkembang menjadi ajang komunikasi yang cepat dan efektif. Pada perkembangan selanjutnya, internet dewasa ini telah menjadi sedemikian besar dan berguna sebagai alat informasi dan komunikasi yang di mana hal ini tidak dapat kita abaikan. Internet merupakan media yang dapat memuat apa saja dalam kelompok yang lebih luas, tetapi masih terbatas untuk kalangan tertentu. Namun, tidak menutup kemungkinan seiring majunya perkembangan zaman dan peradaban manusia, internet akan menyajikan media yang akan banyak dicari orang karena informasinya yang lengkap dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu.<sup>4</sup>

Hadirnya internet sebagai bagian dari teknologi informasi dan komunikasi yang semakin berkembang. Maka hal ini menjadi peluang, tidak hanya dalam dunia bisnis, pendidikan, dan hiburan. Namun juga menjadi peluang bagi penyebaran dakwah, dengan memanfaatkan internet sebagai salah satu media untuk menyampaikan dakwah.

Perkembangan zaman memacu tingkat kemajuan ilmu pengetahuan dan perkembangan teknologi, tidak terkecuali perkembangan teknologi komunikasi yang menghubungkan masyarakat satu kepada masyarakat lainnya. Perkembangan teknologi komunikasi ini juga turut mempengaruhi segala aspek kehidupan manusia, salah satunya adalah kegiatan dakwah. Hal ini terbukti banyaknya

---

<sup>3</sup> J. Heru Margianto dan Asep Syaifullah, *Media Online: Antara Pembaca, Laba, dan Etika*, (Jakarta: AJI Indonesia, t.th), h.12-13

<sup>4</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h.109

media-media dakwah yang berbasis online. Melihat dari pengaruhnya yang sangat besar, maka berdakwah melalui internet menjadi sebuah keharusan.

Hadirnya media-media dakwah online dan media sosial, dakwah semakin dimudahkan. Saat ini untuk mendengarkan, menonton atau hanya sekedar membaca kajian-kajian Islami tidak harus berhadapan atau hadir di majelis sang ulama, cukup hanya dengan mengakses salah satu situs dakwah online yang telah tersedia di internet.

Begitu banyak media dakwah yang telah berbasis online saat ini, yang berupa tulisan dan video serta gambar. Bahkan tidak hanya melakukan dakwah, media dakwah online juga menyajikan berita-berita umat Islam diberbagai pelosok Indonesia maupun dunia yang tidak terekspos oleh media konvensional atau media arus utama.

Salah satu media dakwah yang berbasis online adalah Muslim.or.id. Muslim.or.id adalah situs yang dikelola oleh mahasiswa dan alumni di Yogyakarta dan sekitarnya. Muslim.or.id berusaha menyebarkan dakwah Islamiyyah Ahlu Sunah wal Jama'ah di jagad maya. Moto Muslim.or.id adalah "Memurnikan Aqidah, Menebarkan Sunah". Sejak tahun 2005 telah melakukan dakwah melalui situs ini. Dan setiap harinya memberikan artikel-artikel baru. Sudah menerbitkan ± 4000 artikel Islami yang berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah dengan pemahaman Salafus Shalih (per Oktober 2015). Ada 36 kategori artikel, diantaranya: Aqidah, Akhlak, Fiqih & Muamalah, Manhaj,

Sejarah Islam, Al Qur'an, Hadits, Keluarga, Muslimah, Biografi Ulama, Doa & Dzikir, Info Kajian, dan lain-lain.<sup>5</sup>

Muslim.or.id sesuai peringkat di *alexa.com* merupakan salah satu situs dakwah yang banyak dikunjungi oleh pengguna internet. Yaitu sebanyak 82,2 % pengguna internet mengunjungi muslim.or.id, sisanya tersebar di Jepang, Malaysia, Amerika Serikat dan Korea Selatan. Dan dari pengunjung ini, pengunjung terbanyak adalah dari kalangan mahasiswa perguruan tinggi atau universitas.<sup>6</sup>

Tidak hanya itu, tidak hanya berhenti hanya melalui situs web, akan tetapi muslim.or.id juga mengembangkan dakwah mereka dengan membuat akun-akun media sosial, seperti melalui *Facebook, Instagram, Twitter, Telegram*, serta *Youtube*. Dengan adanya akun-akun yang dimiliki ini, akan semakin mempermudah dalam menyebarkan dakwah. Yang mungkin saja subjek dakwah tidak dapat membuka situs web muslim.or.id, namun mereka bisa saja mengikuti kajian dakwah muslim.or.id melalui akun-akun media sosial yang lebih mudah diakses. Terlebih lagi kalangan mahasiswa saat ini banyak menggunakan media sosial sebagai sarana sumber informasi mereka.

Muslim.or.id juga telah memiliki ratusan ribu *follower*. Dengan jumlah yang tidak sedikit ini tentu menjadikan muslim.or.id sebagai salah satu media yang patut diperhitungkan sebagai salah satu situs yang cukup berhasil menarik perhatian banyak *netizen* di dunia maya. Sebuah situs atau media dakwah yang memiliki ribuan *follower* atau pengunjung menjadi salah satu bukti bahwa dakwah di media online menjadi semakin eksis, namun hal ini tidak terlepas pula dari

---

<sup>5</sup> <https://muslim.or.id/tentang-kami>, diakses pada tanggal 7 Desember 2017

<sup>6</sup> <https://www.alexa.com/siteinfo/muslim.or.id>, diakses pada tanggal 4 Juni 2017

tantangan-tantangan. Apabila kita melihat bahwa saat ini pengguna internet sangatlah pandai dalam mengomentari suatu berita atau informasi yang ada internet, baik itu komentar positif maupun komentar negatif.

Maka hal ini juga menjadi tantangan bagi pelaku dakwah di media online. Mereka harus tanggap memberikan jawaban atas pertanyaan dan komentar-komentar dari para pengunjung atau pembacanya, dan jawaban yang diberikan benar-benar merupakan jawaban yang tetap berlandaskan Al-Qur'an dan Sunnah tetapi tetap dikaitkan dengan konteks kekinian. Hal sangatlah sesuai dengan moto muslim.or.id yaitu memurnikan aqidah, menebarkan sunnah.

Materi dakwah memang harus benar-benar sesuai Al-Qur'an dan Sunnah. Materi dakwah harus benar-benar dapat dipercaya agar tidak dapat menjerumuskan pembaca atau mad'unya, terlebih lagi dakwah di media online siapa saja dapat membacanya dan mengadopsi apa yang telah dibacanya.

Saat ini kita banyak mendengar dan membaca berita mengenai berita atau informasi yang sifatnya hoax belaka, maka hal ini menjadi salah satu tantangan tersendiri bagi dakwah di media online. Terlebih lagi kita mengetahui bahwa agama Islam saat ini sangat sensitif di masyarakat dan musuh-musuh Islam.

Bisa jadi dari begitu banyaknya media dakwah online, yang sebenarnya hanya sebagai bentuk untuk menyesatkan umat muslimin, terlebih pembaca hanya merujuk pada media tersebut sebagai sumber bacaannya tanpa mengkaji secara lebih mendalam lagi tentang materi yang dibacanya.

Maka hal ini bisa saja menimbulkan banyak pemahaman yang berbeda-beda di kalangan masyarakat. Perbedaan memang tak dapat dihindari, namun bila

menyangkut hal akidah umat Islam, maka hal ini harus benar-benar sesuai sumber terpercaya serta yang terpenting harus sesuai Al-Qur'an dan Sunnah.

Bukan hanya itu seorang pendakwah di media online atau internet juga merupakan penentu apakah materinya layak atau tidak, maka dari itu seorang dai di media online harus benar-benar memahami nilai-nilai dan ajaran-ajaran yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadits. Dengan begitu seorang da'i dapat menyampaikan ajaran-ajaran dan nilai-nilai tersebut secara nyata dan dapat menghindari kesalahpahaman di antara umat.

Ahmad dalam jurnalnya *Perkembangan Media Online dan Fenomena Disinformasi*, mengatakan bahwa masyarakat muslim perlu berhati-hati dalam menyimak atau mengambil sumber informasi yang ada di media online. Banyak website atau portal yang berlabel Islam, namun tidak memuat konten Islami, tetapi sebaliknya justru bermuatan informasi yang mengaburkan pandangan keislaman, bahkan mengarah kepada sebuah informasi yang dapat menyesatkan pemahaman beragama bahkan dapat menimbulkan konflik antar umat beragama.<sup>7</sup>

Oleh karena itu, perlu digaris bawahi bahwa konten dakwah yang ada di internet atau media online tentunya tidak harus diterima begitu saja akan tetapi perlu dikaji secara mendalam lagi, karena dalam ajaran Islam, apabila kita mendapatkan suatu kabar atau berita maka terlebih dahulu harus diperiksa kebenarannya. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S Al-Hujarat/49:6:

---

<sup>7</sup> Amar Ahmad, *Perkembangan Media Online dan Fenomena Disinformasi: Analisis pada Sejumlah Situs Islam*, Jurnal Pekommas, Volume 16, Nomor 03, Desember 2013, h. 185

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنِ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصْحَبُوا  
عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦١﴾

Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu”.<sup>8</sup>

Ayat ini mengajarkan kita bahwa dalam menerima suatu kabar atau berita sebaiknya kita tela'ah terlebih dahulu kebenarannya, agar nantinya tidak terjadi fitnah yang dapat menghancurkan manusia itu sendiri. Terlebih lagi mengenai ajaran Islam, kita harus benar-benar melihat kebenaran dari satu berita yang kita terima, yang saat ini ditengah maraknya penebar berita atau informasi yang hanya bersifat hoax atau berita bohong yang hanya menimbulkan kebencian antar sesama.

Dan sebagai mahasiswa yang tingkat pemikirannya lebih kritis, tentunya harus lebih memahami hal ini. Mahasiswa harus lebih teliti memilih berita dan media online, terkhusus media dakwah online yang benar-benar dapat dijadikan sebagai sumber acuan yang sesuai Al-Qur'an dan As-Sunnah.

Muslim.or.id hadir sebagai salah satu media dakwah online yang berusaha melaksanakan dakwah melalui media dakwah online sesuai dengan Al-Qur'an dan As-sunnah. Muslim.or.id dapat menjadi salah satu media online dakwah yang dapat dijadikan sebagai salah satu media rujukan bagi para mahasiswa yang ingin mencari materi keagamaan yang ingin diketahuinya, karena bahasa penulisan

<sup>8</sup> Departemen RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: CV Darus Sunnah, 2002) h. 517

yang mudah dipahami. Muslim.or.id juga tidak memuat hal-hal yang mengandung unsur-unsur provokasi atau memihak satu instansi atau organisasi tertentu, dakwahnya murni sesuai moto mereka yaitu memurnikan aqidah dan menebarkan sunnah. Hal inilah yang menjadi alasan bagi peneliti sendiri untuk menjadikannya sebagai objek penelitian.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti ingin melihat bagaimana respon mahasiswa terhadap media online yang dijadikan sebagai media dakwah, maka peneliti tertarik untuk membuat sebuah penelitian yang berjudul “Respon Mahasiswa Iain Kendari terhadap Media Online sebagai Media Dakwah”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan pokok permasalahan yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimanakah peran media online sebagai media dakwah bagi mahasiswa IAIN Kendari?
2. Apakah faktor pendukung dan penghambat bagi mahasiswa IAIN Kendari dalam mengakses situs dakwah online?
3. Bagaimanakah respon mahasiswa IAIN Kendari terhadap muslim.or.id sebagai media dakwah?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **a. Tujuan**

1. Untuk mengetahui peran media online sebagai media dakwah bagi mahasiswa IAIN Kendari.

2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat bagi mahasiswa IAIN Kendari dalam mengakses situs dakwah online.
3. Untuk mengetahui respon mahasiswa IAIN Kendari terhadap muslim.or.id sebagai media dakwah.

**b. Manfaat**

1. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi landasan dalam pengembangan dakwah, khususnya dakwah melalui media online dan media sosial.
2. Untuk memberikan sumbangan pemikiran dalam pengembangan dakwah, terkhusus dakwah melalui media online.
3. Sebagai sumber informasi bagi mahasiswa IAIN Kendari mengenai dakwah melalui media online.
4. Menambah wawasan bagi penulis mengenai respon mahasiswa terhadap media online sebagai media dakwah.

**D. Definisi Operasional**

Untuk menghindari perbedaan penafsiran dalam memaknai maksud dan tujuan penelitian ini, maka penulis perlu menegaskan definisi operasional penelitian sebagai berikut:

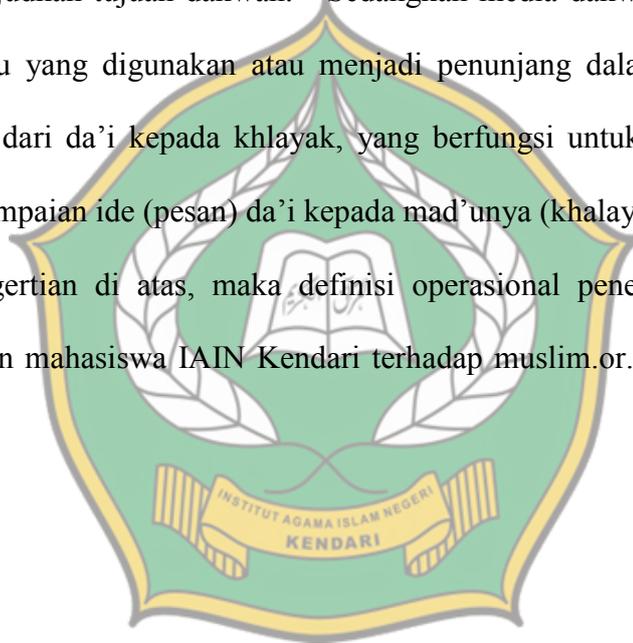
1. Respon menurut Kamus Lengkap Psikologi, respon adalah satu jawaban, khususnya satu jawaban bagi pertanyaan tes atau kuesioner. Respon adalah sebarang tingkah laku, baik yang jelas kelihatan atau lahiriah maupun yang tersembunyi atau tersamar.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup>J.P. Chaplin, *Kamus Lengkap Psikologi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h.432

2. Mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi.<sup>10</sup>
3. Media adalah sarana atau alat yang biasanya untuk mempermudah dalam berkomunikasi.
4. Dakwah adalah ajakan atau seruan kepada yang baik dan yang lebih baik. Dakwah mengandung ide tentang kemajuan sebuah proses terus-menerus menuju kepada hal yang baik ataupun lebih baik untuk mewujudkan tujuan dakwah.<sup>11</sup> Sedangkan media dakwah adalah segala sesuatu yang digunakan atau menjadi penunjang dalam kelangsungan pesan dari da'i kepada khalayak, yang berfungsi untuk mengefektifkan penyampaian ide (pesan) da'i kepada mad'unya (khalayak).<sup>12</sup>

Dari pengertian di atas, maka definisi operasional penelitian ini adalah mengenai respon mahasiswa IAIN Kendari terhadap muslim.or.id sebagai media dakwah.



---

<sup>10</sup><https://kbbi.web.id/respons>, diakses pada tanggal 30 Desember 2017

<sup>11</sup>Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h.17

<sup>12</sup>Aminuddin, *Media Dakwah*, Jurnal Al-Munzir Vol.9, No. 2, hal.346