

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ditengah perkembangan teknologi yang kian canggih membuat manusia zaman kini tak bisa melepaskan diri dari dunia informasi global interaktif bernama internet. Manusia seolah telah menggantungkan kebutuhannya akan pengetahuan, ilmu, berita terkini dll pada sebuah jagat raya maya. Manusia pun tak lagi segan mengungkapkan berbagai ekspresinya di dunia maya atau *cyberspace*.

Armahedi Mahzar (1999: 9) berpendapat bahwa secara fisik, internet tak lain merupakan sekumpulan komputer, tersebar diseluruh dunia, yang dihubungkan satu sama lain melalui jaringan telekomunikasi satelit global dan kabel telepon lokal. Kelebihan internet tak hanya mampu menyebarkan informasi pada dunia tanpa batas, tapi juga dapat diandalkan guna menyimpan data dan dapat diakses kapan saja.

Dengan berbagai kelebihan itulah, internet menjelma menjadi alat yang menjanjikan guna menembus batas-batas geografis dan mempercepat proses penyebaran informasi. Terlebih sejak internet dibuka untuk umum tahun 1993 dimana ribuan perusahaan dan organisasi, pemerintah dan swasta, memasang situs *web* masing-masing di internet. Begitupun dengan organisasi agama. (Armahedi Mahzar, 1999: 11)

Ekspresi keberagaman di internet menunjukkan perkembangan yang signifikan seiring waktu, termasuk Islam didalamnya. John L. Esposito dalam bukunya *The Future of Islam*

sebagaimana dikutip oleh Asep S. Muhtadi pada pengantar buku *Islam Digital* karangan M. Fakhruroji mengungkapkan bahwa gerakan umat Islam melalui berbagai media telah mengubah wajah Islam diseluruh dunia. Melalui media yang semakin beragam, salah satunya internet, membuat umat Islam semakin memiliki banyak alternatif dalam mengakses informasi tanpa hambatan.

Dakwah sebagai kewajiban setiap muslim, dewasa ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, termasuk pemanfaatan media internet. Kehadiran sebuah buku raksasa bernama WWW (World Wide Web), atau yang lebih dikenal juga dengan sebutan *web*, membuat banyak da'i, baik individu maupun kelompok dapat membuat jutaan halaman bermuatan pesan-pesan dakwah. Tak terkecuali sekelompok pemuda yang tergabung dalam Komunitas Ghuraba Militant Tauhid. Dengan memanfaatkan media internet, komunitas tersebut membuat sebuah *website* www.undergroundtauhid.com sebagai sarana dakwah, informasi dan komunikasi.

Ghuraba Militant Tauhid merupakan sebuah organisasi yang bergerak dibidang dakwah, khususnya komunitas underground. Visi dari komunitas tersebut adalah menciptakan komunitas underground yang berisi pemuda- pemuda muslim yang menjunjung tinggi nilai-nilai tauhid dalam kehidupan sehari- hari secara istiqomah. Adapun misinya adalah menyebarkan nilai-nilai Islam kedalam seluruh lini aktivitas para pemuda muslim di Indonesia dan berperan aktif membendung serangan pemikiran liberalisme dari Barat yang ditunjukkan kepada para pemuda muslim melalui musik dan gaya hidup.

Para pemuda dalam Komunitas Ghuraba Militant Tauhid meyakini bahwa Islam adalah agama yang komprehensif yakni mencakup seluruh sendi kehidupan seperti sosial, politik, ekonomi, pendidikan, seni dll. Banyak metode dakwah yang dikembangkan oleh komunitas

tersebut mulai dari menciptakan lagu sampai membuat merchandise yang bertuliskan pesan-pesan dakwah. Namun yang menjadi garda terdepan dakwah komunitas tersebut kini adalah dengan pemanfaatan media internet karena dianggap tepat dan efektif guna menyampaikan pesan-pesan dakwah. Melalui *www.undergroundtauhid.com* lah, komunitas tersebut melakukan amar ma'ruf nahi mungkar melalui tulisan-tulisan, berita-berita hingga merchandise bertuliskan atau bergambarkan simbol-simbol ke-Islaman.

Komunitas yang sempat di ketuai oleh Thufail Al-Ghifari ini berpusat di Surabaya dan telah tersebar diberbagai kota seperti Bekasi dan Depok. Namun, banyak organisasi-organisasi sejenis yang sedikit banyak memiliki kesamaan dengan Komunitas Ghuraba Militant Tauhid, salah satunya Komunitas Heaven Holic yang ada di Bandung.

Komunitas Heaven Holic Bandung memiliki metode dakwah yang sama dengan Komunitas Ghuraba Militant Tauhid yakni diantaranya melalui musik dan merchandise bertuliskan pesan-pesan dakwah. Meski belum memiliki website pribadi sebagai media dakwah, namun pemuda-pemuda yang tergabung dalam Komunitas Heaven Holic ini termasuk pengguna internet yang intensif mengunjungi *www.undergroundtauhid.com* dan membaca tulisan-tulisan bermuatan dakwah dan berita-berita terkait dunia Islam didalamnya.

Seperti kita tahu, di era globalisasi ini semakin sedikit saja yang berminat untuk mencari dan mendapatkan pesan-pesan dakwah terlebih kaum muda. Namun berbeda dengan Komunitas Heaven Holic, meskipun mayoritas anggota Komunitas Heaven Holic terdiri dari remaja dan pemuda yang berpenampilan modern dan memiliki visi kekinian. Hal tersebut tidak mengurangi sedikitpun antusiasme komunitas tersebut pada dunia ke-Islaman. Salah satu buktinya yakni

dengan mengadakan banyak sharing tentang dunia Islam dan juga intensif mengunjungi website *www.undergroundtauhid.com*.

Hal tersebut membuat peneliti bermaksud untuk meneliti lebih jauh terkait perhatian, pengertian serta pemahaman remaja dalam hal ini Komunitas Heaven Holic terhadap pesan dakwah dalam website *www.undergroundtauhid.com*. Selain itu peneliti juga bermaksud meneliti lebih jauh bagaimana metode dakwah dari website *www.undergroundtauhid.com* sehingga dapat menarik kalangan muda untuk membaca dan materi apa yang paling disenangi komunitas tersebut.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian masalah diatas, dapat dikemukakan rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana perhatian Komunitas Heaven Holic Bandung Terhadap Pesan Dakwah dalam Website *www.undergroundtauhid.com* ?
2. Bagaimana pengertian Komunitas Heaven Holic Bandung Terhadap Pesan Dakwah dalam Website *www.undergroundtauhid.com* ?
3. Bagaimana pemahaman Komunitas Heaven Holic Bandung Terhadap Pesan Dakwah dalam Website *www.undergroundtauhid.com* ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a) Mengetahui perhatian Komunitas Heaven Holic Bandung Terhadap Pesan Dakwah dalam Website www.undergroundtauhid.com
- b) Mengetahui pengertian Komunitas Heaven Holic Bandung Terhadap Pesan Dakwah dalam Website www.undergroundtauhid.com
- c) Mengetahui pemahaman Komunitas Heaven Holic Bandung Terhadap Pesan Dakwah dalam Website www.undergroundtauhid.com

2. Kegunaan Penelitian

Secara teoritis kegunaan penelitian ini adalah sebagai pengetahuan baru dan sebagai referensi keilmuan ilmiah terkait respon mad'u terhadap metode dakwah melalui media internet. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai pembandingan maupun rujukan bagi penelitian sejenis. Adapun secara praktis diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi serta manfaat bagi para da'i dan lembaga terkait yang bergerak dalam ranah dakwah.



D. Kerangka Pemikiran

1. Kerangka Teoritis

Dakwah merupakan kewajiban setiap muslim tanpa terkecuali. Ditengah arus globalisasi ini, tantangan untuk menyebarkan nilai-nilai ke-Islaman kian berat. Kemajuan teknologi dan informasi yang kian pesat ditengah masyarakat membuat para mubaligh harus berfikir keras untuk merumuskan metode-metode dakwah yang bisa lebih diterima oleh mad'u secara efektif.

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ ۝۳۳

33. “Dan siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah dan mengerjakan kebajikan dan berkata, “Sungguh, aku termasuk orang-orang Muslim (yang berserah diri)?” (Q.S Fushshilat: 33) (R.H.A Soenarjo dkk, 2010: 480)

Hakikat dakwah mengacu pada ayat diatas adalah mengajak ke jalan Allah dengan cara *ahsanu qaula* dan *ahsanu amalah* dengan terlebih dahulu membuktikan dirinya (dai) sebagai pelaksana pesan dakwah. Dengan demikian term dakwah secara sederhana dapat dirumuskan sebagai suatu proses internalisasi, transmisi, difusi, institusionalisasi, dan transformasi Islam yang melibatkan unsur *dai, pesan, media, metode, mad'u, tujuan, respon* serta *dimensi ruang* dan *waktu* untuk mewujudkan kehidupan yang *hasanah, salam* dan *nur* didunia dan akhirat. (Asep Muhyiddin, Agus Ahmad Safe'i, 2002: 31)

Media sebagai salah satu unsur dakwah merupakan alat objektif yang menjadi saluran yang dapat menghubungkan ide dengan umat. Media juga merupakan suatu elemen yang vital

dan merupakan urat nadi dalam totalitas dakwah yang keberadaannya sangat urgent dalam menentukan perjalanan dakwah. (Enjang AS, Aliyudin, 2009: 93)

Ahmad Ghalwusy (1987: 10- 11; Al-Mursyid, 1989 :21) sebagai mana dikutip oleh Asep Muhyiddin dalam bukunya Metode Pengembangan Dakwah (2002 :32) berpendapat bahwa dari segi media, metode dan pesan dakwah dapat didefinisikan sebagai:

“Menyampaikan pesan Islam kepada manusia disetiap waktu dan tempat dengan metode-metode dan media-media yang sesuai dengan situasi dan kondisi para penerima pesan dakwah (khalayak dakwah).”

Berdasarkan pendapat diatas dapat peneliti simpulkan bahwa metode serta media yang digunakan dalam dakwah haruslah sesuai dengan situasi dan kondisi mad'u. Kini, zaman semakin berkembang, tantangan dakwah pun kian kentara terutama dengan hadirnya berbagai teknologi canggih diantara kehidupan. Hal tersebut merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh da'i masa kini.

Di era informasi ini, banyak manusia punya intensitas yang tinggi terhadap teknologi, khususnya internet. Tidak sedikit pula dari mereka yang menggunakan internet untuk memenuhi kebutuhan mereka akan pengetahuan tentang agama. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya penelitian. Misalnya, pada tahun 2004, *Pew Internet & American Life Project* yang bekerjasama dengan Stewart M. Hoover dan Lynn Schofield Clark dari *Center for Research on Media, Religion and Culture*, Universitas Colorado, melaporkan sebuah fenomena yang mereka sebut dengan istilah “*faith online*”. Salah satu temuan penelitian ini antara lain mengungkap fakta bahwa 64 persen dari responden menggunakan internet dengan tujuan agama. (Moch. Fakhruroji, 2011: 83)

Gambaran ini tentu harus dijadikan peluang bagi da'i untuk menjadikan internet sebagai salah satu media untuk berdakwah. Meski tak kemudian menjadikannya andalan utama karena kehidupan di sebuah jagat raya maya tidaklah mudah untuk diprediksi. Apapun bisa terjadi dan berubah dengan cepat setiap saatnya.

Salah satu fenomena agama di internet yang dikemukakan oleh Dawson dan Cowan sebagaimana dikutip oleh Moch. Fakhruroji (2011:22) adalah *Religion Online*. Fenomena ini menggambarkan bagaimana kemudian internet dijadikan sebagai alat untuk menyuguhkan berbagai informasi keagamaan. Banyaknya pengguna internet dengan tujuan mencari pengetahuan agama tentu dapat menjadi alasan dakwah melalui internet tak bisa dipandang sebelah mata. Internet sebagai media dakwah juga harus mendapat perhatian khusus karena besar kemungkinannya untuk menjadi salah satu media bagi da'i guna menyampaikan pesan-pesan dakwah pada mad'u lebih efektif.

Menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss (1974:9-13) tanda komunikasi yang efektif paling tidak menimbulkan lima hal yaitu pengertian, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makin baik dan tindakan. (Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, 2009: 13)

Adapun Mar'at dalam bukunya "Sikap Manusia, Perubahan serta Pengukurannya" mengutip pendapat Hovlan, Janis dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting, yaitu:

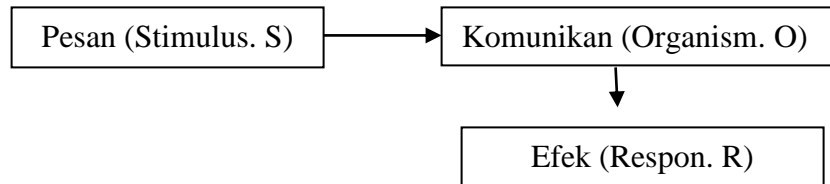
- a. Perhatian
- b. Pengertian
- c. Penerimaan (Onong Uchjana Effendy, 2003: 255)

Pada komunikasi, terdapat pesan yang disampaikan komunikator pada komunikan. Pesan tersebut bisa saja diterima atau ditolak. Jika pesan tersebut diterima maka akan ada perhatian. Proses selanjutnya kemudian komunikan mengerti dengan pesan yang disampaikan dan menerimanya sehingga terjadilah kesediaan untuk merubah sikap.

Ketiga variabel tersebut terdapat dalam teori S-O-R yakni Stimulus- Organism- Respon yang lahir pada tahun 1930-an. Asumsi dasar dari teori ini adalah media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Teori ini mengasumsikan bahwa kata- kata verbal, isyarat non verbal, simbol- simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu.

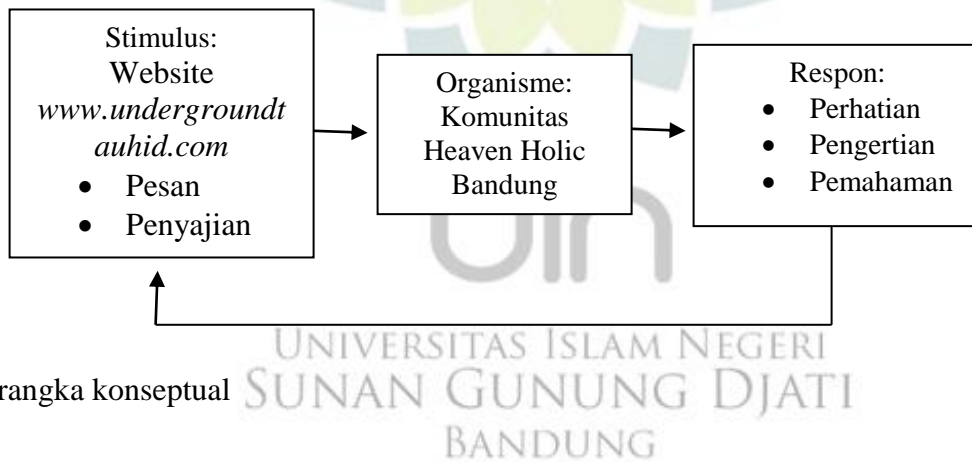


Gambar 1. Skema Teori S-O-R



Berdasarkan model komunikasi S-O-R, seorang komunikator dalam hal ini mubaligh dapat merubah perilaku komunikasi (mad'u) dengan pesan yang disampaikan. Pesan yang disampaikan mubaligh dapat dikatakan efektif jika secara psikologis dapat menghimbau mad'u untuk melaksanakan gagasan, nasehat atau ajakan mubaligh tersebut.

Gambar 2. Skema Kerangka Berfikir Sesuai Teori S-O-R



2. Kerangka konseptual

Berdasarkan teori yang telah dikemukakan diatas, maka kerangka konseptual pada penelitian ini adalah:

- Variable X : Respon remaja
- Variable Y : Pesan dakwah dalam website *www.undergroundtauhid.com*

3. Operasional Variabel

Variable	Dimensi	Indikator
Variable (X) Respon remaja	▪ Perhatian	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mengetahui ▪ Intensitas Mengakses ▪ Membaca isi website ▪ Antusias
	▪ Pemahaman	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Materi dalam website jelas dan dapat dipahami ▪ Bertambahnya pengetahuan ke-Islam-an ▪ Berdiskusi atau sharing
	▪ Penerimaan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pengamalan pesan- pesan dakwah ▪ Perubahan sikap
Variable (Y) Website <i>www.undergroundtauhid.com</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pesan dakwah 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informasi ke-Islam-an ▪ Berita aktual dunia Islam ▪ Artikel dan Jurnal Islam

E. Langkah-langkah Penelitian

Untuk melakukan penelitian ini, peneliti melakukan langkah-langkah penelitian diantaranya:

1. Penentuan Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Mesjid Pusat Dakwah Islam (Pusdai) Jln. Diponegoro No. 63 Bandung yang juga menjadi tempat Komunitas Heaven Holic berkumpul.

Pertimbangan lokasi:

- Alasan akademis

Lokasi ini dipilih karena berkaitan dengan masalah yang diteliti. Populasi didalamnya menarik untuk diteliti mengingat intensitas Komunitas Heaven Holic yang tinggi dalam mengunjungi situs www.undergroundtauhid.com dan membaca tulisan- tulisan didalamnya.

- Alasan praktis

Lokasi ini selain strategis juga mudah dijangkau, sehingga memudahkan penulis dalam pengambilan data.

2. Objek Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah Komunitas Heaven Holic Bandung. Adapun alasan yang melatarbelakangi pemilihan objek tersebut adalah karena komunitas tersebut memiliki intensitas yang tinggi dalam mengunjungi situs www.undergroundtauhid.com dan membaca tulisan- tulisan didalamnya.

Selain itu Komunitas Heaven Holic yang juga mengusung sebuah metode dakwah yang unik dan tidak *mainstream*. Hal ini ditandai dengan objek dakwah komunitas tersebut yang berfokus pada remaja, pemuda- pemuda yang memiliki hobi musik “garis keras” dll.

Metode dakwah pada komunitas ini memanfaatkan sarana musik dan merchandise bertuliskan pesan-pesan dakwah sebagai jalan syiar. Perbendaharaan tersebut tentulah sangat bermanfaat untuk perkembangan dakwah kedepan juga dapat menjadi masukan bagi para da'i guna merangkul kaum-kaum yang “terpinggirkan” agar tertarik pada pesan-pesan dakwah yang disampaikan.

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif yang bertujuan untuk mengamati dan menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Metode deskriptif dalam praktiknya, peneliti terjun langsung ke lapangan, gejala- gejala diamati, dikategori, dicatat dan sedapat mungkin menghindari pengaruh kehadiran peneliti untuk menjaga keaslian gejala yang diamati. (Jalaluddin Rahmat, 2007: 34). Adapun gejala yang diamati dalam penelitian ini diantaranya perhatian, pengertian dan pemahaman Komunitas Heaven Holic terhadap pesan dakwah dalam website *www.undergroundtauhid.com*.

4. Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data Primer, data hasil pengisian angket oleh objek penelitian yakni Komunitas Heaven Holic serta pengamatan langsung dilapangan (lokasi penelitian).

- b. Data Sekunder, data yang diperoleh dari buku-buku yang berhubungan dengan data penelitian juga hasil wawancara dengan pihak pengelola website *www.undergroundtauhid.com*.

5. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2012: 61), “populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh Komunitas Heaven Holic yang berjumlah ± 20 orang.

Adapun sampel menurut Sugiyono (2012:62) merupakan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sampling jenuh. Menurut Sugiyono (2012: 68), “teknik sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan apabila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.” Dengan demikian sampel dalam penelitian ini adalah keseluruhan dari jumlah populasi yakni ± 20 orang.

6. Jenis Data

Jenis data dari sumber data diatas akan dihimpun, diolah serta dianalisis. Data kualitatif akan diurai dengan metode deskriptif. Sedang data kuantitatif diolah dengan statistika. Data kuantitatif diambil secara deduktif yakni dari hal umum ke hal yang khusus terkait diantaranya perhatian, pengertian dan pemahaman

7. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini terdiri dari:

a. Observasi

Menurut Jalaluddin Rahmat (2007:84) observasi berguna untuk menjelaskan dan memerinci gejala yang terjadi. Adapun prosedur yang akan dilalui dalam penelitian ini adalah survey lokasi objek, pengamatan situasi alamiah dan kondisi objek, serta menyebarkan angket. Pada penelitian ini, tahap observasi peneliti lakukan dengan survey lokasi dan mengamati situasi alamiah serta kondisi objektif Komunitas Heaven Holic Bandung.

b. Angket (Kuesioner)

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet. (Sugiyono, 2012: 142)

Angket yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah angket yang bersifat tertutup (terstruktur), teliti, tidak mengarahkan, teruji validitas dan reabilitasnya serta disesuaikan dengan kemampuan berbahasa responden. Dalam penelitian ini angket akan disebarkan kepada sampel yakni Komunitas Heaven Holic yang berjumlah \pm 20 orang.

c. Wawancara

Setelah penyebaran angket, penelitian akan dilanjutkan dengan wawancara terhadap responden dan pengelola website *www.undergroundtauhid.com* sebagai pelengkap terhadap

data dan untuk mengetahui hal-hal lebih dalam terkait responden. Adapun wawancara yang dilakukan pada penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur. Menurut Sugiyono (2012: 140), “wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan data. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis- garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.”



8. Analisis Data

Menurut Sugiyono (2012: 243), dalam penelitian kuantitatif analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Dalam analisis data ada beberapa kegiatan yang harus dilakukan yakni mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Data yang diperoleh dilapangan kemudian disusun dalam bentuk uraian dengan teknik analisis data menggunakan metode statistika.

Salah satu teknik analisis data menggunakan statistika yaitu dengan menggunakan distribusi frekuensi. Variasi penting dari distribusi frekuensi dasar adalah dengan menggunakan nilai frekuensi relatifnya, yang disusun dengan membagi frekuensi jawaban setiap kelas dengan total dari jumlah semua responden.

$$P = \frac{f}{n} \times 100 \%$$

Keterangan :

P = Besarnya persentase

F = Frekwensi jawaban

N = Jumlah seluruh responden

% = Bilangan tetap (Sugiono, 2012: 39)

Untuk menginterpretasikan kesimpulan dalam pengolahan data maka standar presentase ditetapkan sebagai berikut:

0 % - 20 % Sangat rendah

21 % - 40 % Rendah

41 % - 60 % Sedang/ Cukup

61 % - 80 % Tinggi

81 % - 100 % Sangat Tinggi (Sugiono, 2012: 231)



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG