

**DAKWAH SELULER MUHAMMADIYAH
DALAM MENGHADAPI ERA GLOBALISASI**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN MEMPEROLEH GELAR
SARJANA STRATA SATU KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

**OLEH:
ROSIHAN ANWAR
00210339**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

**DOSEN PEMBIMBING :
Dra. Hj. Evi Septiani TH., M. Si**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2008**

Dra. Hj. Evi Septiani TH., M.Si
Dosen Fakultas Dakwah
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta

NOTA DINAS

Hal: Skripsi
Saudara Rosihan Anwar

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Dakwah
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan
seperlunya terhadap skripsi saudara:

Nama : Rosihan Anwar
Nim : 00210339
Judul : Dakwah Seluler Muhammadiyah Dalam Menghadapi Era
Globalisasi

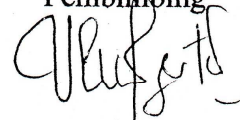
Sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
sarjana strata satu dalam jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas
Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dengan ini mengharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera
dimunafasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

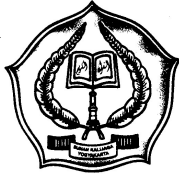
Yogyakarta, 27 Mei 2008

Pembimbing



Dra. Hj. Evi Septiani TH., M.Si

NIP: 150252261



DEPARTEMEN AGAMA RI
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH
Jl. Marsda Adisucipto, Telepon (0274) 515856 Fax (0274) 552230
Yogyakarta 55221

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/DD/PP.00.9/1303/2008

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**DAKWAH SELULER MUHAMMADIYAH
DALAM MENGHADAPI ERA GLOBALISASI**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Rosihan Anwar
NIM : 00210339
Telah dimunaqasyahkan pada : Selasa, 15 Juli 2008
Nilai Munaqasyah : B +

dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga

TIM MUNAQASYAH :

Pembimbing

Dra. Evi Septiani TH., M.Si.

NIP. 150252261

Penguji I

Drs. H. Sukriyanto, M.Hum.

NIP. 150088689

Penguji II

G. Khoiro Ummatin, M.Si.

NIP. 150282647

Yogyakarta, 11 Agustus 2008

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Dakwah

DEKAN

Prof. Dr. H. M. Bahri Ghazali, MA

NIP. 150220788

MOTTO

فإن مع العسر يسرا ○ إن مع العسر يسرا ○

*"Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,
sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan."*

(QS. Insyirah / Alam Nasyrah [94]: 5-6)

*Bukan berapa kali kita Gagal,
Tapi berapa kali kita bangkit*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Halaman Persembahan

Skripsi ini Xupersembahkan Kepada:

Almamaterku Fakultas Dakwah

Orang tuaku tercinta

Ayahanda Syamsir Alam Phaniago & Ibunda Alfiah

Ramanda Zainal Arifin Phaniago beserta keluarga tersayang

Guruku Drs. Abdul Rasyid Sm. Hk beserta keluarga

Juga Syamsul Barry D

Dan Teman-teman serta Orang-orang yang menyayangi.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله هدانا لهذا وما كنا لنهتدى لولا أن هدانا الله، اشهد أن لا اله الا الله وحده لا شريك له واشهد ان محمدا عبده ورسوله. اللهم صل وسلم على هذا النبي الكريم سيدنا محمد وعلى اله واصحابه أجمعين. اما بعد

Segala puji dan syukur bagi Allah, yang telah memberikan rahmat, hidayah dan taufiq-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana sosial Islam, pada Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Shalawat beriring salam senantiasa dihaturkan kepada kehadiran junjungan Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari alam kezhaliman ke alam yang penuh iman dan taqwa, sehingga kita dapat menikmati kehidupan yang penuh dengan rahmat.

Atas pertolongan Allah SWT dan dengan bantuan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penyusun mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga.
2. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Dra. Hj. Evi Septiani TH., M.Si selaku pembimbing yang tak pernah bosan memberikan arahan dan masukan dalam proses penyelesaian skripsi ini.

4. Ibu Dra. Anisah Indriati, M.Si selaku pembimbing akademik yang selalu memotivasi dan memberi bimbingan yang menyejukkan hati.
5. Para Dosen di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang telah berbagi ilmu dengan penulis selama mengikuti studi dan segenap staf TU yang baik hati membantu kelancaran studi di Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Kepada pengelola perpustakaan pusat UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan keleluasaan kepada penulis dalam menggunakan fasilitas perpustakaan.
7. Kepada Ayahanda Syamsir Alam Chaniago dan Ibunda tercinta Alfiah, tiada kata dan upaya kecuali syukurku padamu yang telah tiada lelah-lelahnya mendo'akan dan membesarkan penyusun dengan penuh kasih sayang dan ketulusannya. Semoga Allah SWT membalasnya dengan ganjaran yang sebesar-besarnya. *Amin*.
8. Pamanda Zainal Arifin sekeluarga juga kakak-kakak tercinta serta adik-adik tersayang, terima kasih atas semua yang telah kakak berikan kepada saya, kasih sayang, motivasi, dukungan baik itu materi maupun inmateri sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
9. Buat keluarga besar Drs. Abdul Rasyid Sm.Hk., yang merawat dan membimbingku juga untuk teman baikku Syamsul Barry P atas kebesaran hati dan persahabatannya.
10. Teman-teman KPI – D angkatan 2000 yang penulis banggakan.

11. Warga Kepuh dan Jama'ah Musholla Ar-Rahmat, terima kasih atas kebaikan hati dan kekeluargaan yang berlimpah selama ini.

12. Semua pihak yang turut serta memberikan bantuan kepada penulis sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Tiada kata seindah doa dan harapan, mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menambah ilmu yang berguna bagi penulis, Amin Yaa Robbal 'Aalamiin.

Yogyakarta, 23 Jumadil Awal 1429H
27 Mei 2008 M

Penyusun

Rosihan Anwar
NIM. 00210339

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
Y O G Y A K A R T A

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Kegunaan Penelitian	5
F. Tinjauan Pustaka	5
G. Kerangka Teori.....	22
BAB II GAMBARAN UMUM TENTANG DAKWAH SELULER :	
STUDI KASUS MAJELIS TABLIGH & DAKWAH	
KHUSUS	33
A. Gambaran Umum tentang Dakwah Seluler	33
B. Gambaran Umum tentang Majelis Tabligh dan Dakwah	
Khusus.....	35

C. Sekilas Pandang tentang PT. Tunas Klepu Perkasa (TKP).....	41
BAB III DAKWAH SELULER SEBAGAI MEDIA DAKWAH MUHAMMADIYAH	44
A. Program Dakwah Seluler (DS).....	44
B. Karakteristik Dakwah Seluler	46
C. Studi tentang pengelolaan Dakwah Seluler (DS)	54
D. Kendala Dalam Operasional Dakwah Seluler (DS)	64
E. Penerapan Prinsip Dakwah program Dakwah Seluler (DS) ...	70
F. Cakupan dan Keunggulan dakwah program Dakwah Seluler (DS)	74
BAB IV PENUTUP	77
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran-saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

ABSTRAK

Setiap hari ilmu dan teknologi selalu berkembang demi memberikan kemudahan, kenyamanan dan pelayanan bagi manusia secara menyeluruh. Pada era globalisasi ini, ilmu dan teknologi telah menghasilkan kemudahan yang tak pernah terbayangkan sebelumnya oleh manusia itu sendiri. Ilmu dan teknologi bekerjasama untuk memperpendek jarak, waktu, dan batas-batas fisik maupun non fisik dalam kehidupan manusia.

Salah satu perkembangan ilmu dan teknologi pada era globalisasi ini ialah pemanfaatan telepon seluler yang sangat marak digunakan di berbagai lapisan masyarakat. Telepon seluler memberikan kemudahan pada manusia untuk berkomunikasi dengan sesamanya secara cepat dan tanpa dihalangi oleh batasan ruang dan waktu. Semakin luas dan canggihnya jaringan seluler dan menjamurnya penggunaan telepon seluler menunjukkan betapa “komunikasi bergerak” makin dibutuhkan. Bahkan di kota-kota besar, *mobile technology* sudah menjadi kebutuhan sehari-hari. Dan salah satu teknologi yang sangat sering dimanfaatkan ialah layanan pesan singkat atau *Short Message Services* (SMS) yang menonjolkan sisi hemat, cepat dan juga konfidensial (terjaga kerahasiaannya).

Bahkan saat ini pemanfaatan SMS digunakan meluas dipelbagai aspek kebutuhan manusia, seperti informasi, hiburan, sarana dakwah keagamaan. Untuk yang terakhir, potensi tersebut dimanfaatkan betul oleh Muhammadiyah. Sebagai salah satu organisasi Islam di Indonesia, Muhammadiyah memahami arti pentingnya pemanfaatan ilmu dan teknologi dalam mempermudah kerja dakwah organisasi tersebut. Dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi SMS, Muhammadiyah meluncurkan program layanan “Dakwah Seluler” (DS), yaitu berupa program layanan pengiriman SMS Dakwah yang berisikan ayat-ayat Al-Qur’an, hadits Nabi dan juga kata-kata hikmah.

Layanan yang diluncurkan Muhammadiyah ini dapat menjangkau seluruh Indonesia dan juga dapat dimanfaatkan di luar negeri sekalipun sehingga *mad’u* tetap dapat menerima pesan-pesan dakwahnya dimanapun berada.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk menyamakan persepsi dan menghindari kesalahpahaman terhadap judul yang diajukan, yaitu **“Dakwah Seluler Muhammadiyah Dalam Menghadapi Era Globalisasi”**, maka penulis akan menjelaskan istilah-istilah yang terdapat dalam judul.

1. Dakwah Seluler (DS)

Dakwah Seluler (DS) adalah sebuah program pengiriman SMS dakwah yang berisi terjemahan Al-Qur'an, Hadits, dan kata-kata Hikmah (pesan atau nasehat yang disampaikan tokoh-tokoh Islam) yang diperuntukkan bagi seluruh umat Islam di Indonesia. Program DS ini diterbitkan oleh Majelis Tabligh dan Dakwah Khusus Pimpinan Pusat (PP) Muhammadiyah.¹

Saat ini program Dakwah Seluler (DS) telah ditransformasi dan dikembangkan menjadi program “ngaji bareng” Muhammadiyah.

2. Muhammadiyah

Muhammadiyah adalah salah satu organisasi Islam di Indonesia yang membidani dan mengelola DS sebagai salah satu bentuk alternatif media dakwah di era globalisasi bagi seluruh ummat Islam di Indonesia.

¹ Brosur Dakwah Seluler (DS)

Dalam hal ini secara khusus DS dikelola oleh Majelis Tabligh dan Dakwah Khusus (MTDK) yang merupakan bagian organisasi otonom (yang memiliki kemampuan untuk bergerak secara terbatas) yang ada di Muhammadiyah.

3. Era Globalisasi

Globalisasi ialah proses masuknya segala hal (informasi, teknologi atau produk) ke ruang lingkup dunia dimana tidak lagi dihalang batas-batas fisik suatu negara.² Hal ini berarti pengglobalan seluruh aspek kehidupan, atau perubahan perwujudan perubahan secara menyeluruh di segala aspek kehidupan.³ Dalam hal ini DS memanfaatkan teknologi seluler dan SMS untuk pengaplikasian dakwah di seluruh Nusantara.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat diambil suatu pengertian bahwa yang dimaksud dengan judul “Dakwah Seluler Muhammadiyah Dalam Menghadapi Era Globalisasi” adalah program pengiriman SMS dakwah yang digunakan sebagai sarana oleh komunikator (Muhammadiyah) sebagai strategi untuk menyampaikan pesan/nilai-nilai Islami (Dakwah) kepada komunikan (masyarakat atau umat) di era dimana terjadi perwujudan perubahan secara menyeluruh di segala aspek kehidupan.

² Tim Media, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Jakarta: Media Center, tanpa tahun, hal.. 241

³ Mochtar Mas'ood, *Ekonomi Politik Internasional dan Pembangunan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1994, hal. 77

B. Latar Belakang Masalah

Setiap hari ilmu dan teknologi selalu berkembang demi memberikan kemudahan, kenyamanan dan pelayanan bagi manusia secara menyeluruh. Pada era globalisasi, ilmu dan teknologi telah menghasilkan kemudahan yang tak pernah terbayangkan sebelumnya oleh manusia itu sendiri. Ilmu dan teknologi bekerja sama untuk memperpendek jarak, waktu, dan batas-batas fisik maupun non fisik dalam kehidupan manusia.

Salah satu perkembangan iptek yang mencolok ialah dalam bidang teknologi komunikasi. Setelah dunia komunikasi mengalami perkembangan yang tertatih-tatih diseluruh dunia, maka memasuki penghujung abad 21, *handphone*, benar-benar telah menimbulkan suatu gebrakan yang sangat mengejutkan dalam dunia komunikasi, terutama dalam memberikan manfaat yang positif sesuai dengan target pembuatnya, yakni tepat di saat era komunikasi

Semakin luas dan canggihnya jaringan seluler dan menjamurnya penggunaan telepon seluler –lebih 400 juta ponsel terjual setiap tahun di dunia–⁴ menunjukkan betapa komunikasi bergerak makin dibutuhkan. Bahkan di kota-kota besar, *mobile technology* sudah menjadi kebutuhan sehari-hari, jadi lebih dari sekedar gaya hidup. Di Indonesia data terakhir untuk jumlah pelanggan pra bayar telah meningkat pesat sekitar 12 % dari 94.077.639 menjadi 106.701.141, berikut ini data pelanggan seluler pra bayar tahun 2008 untuk periode triwulan kedua.

⁴ Tim Kajian Darut Tharieq Riyadh, *Handphone Antara Manfaat & Bahayanya*, 2003, Yogyakarta : Pustaka Anisah, hal. 23

Data Pelanggan Seluler Pra bayar 2008⁵

Operator	Triwulan I	Triwulan II
Telkomsel	49. 455. 000	50. 548. 000
Indosat	23. 945.431	25. 750. 628
Excelcomindo	14. 987. 561	22. 423. 262
NTS	35. 935	591. 990
Hutchinson	2. 169. 856	3. 209. 196
Mobile – 8	3. 078. 569	3. 772. 079
Sampoerna TI	405. 287	405. 287
Smart Telecom	200. 949	504. 330
TOTAL	94. 077. 639	106. 701. 141

Pesan pendek atau *Short Message Service* (SMS) menjadi salah satu fitur yang paling banyak dimanfaatkan konsumen seluler di seluruh dunia.

SMS dapat digunakan sebagai secara independen atau menjadi pelengkap layanan media massa lain seperti media cetak dan elektronik. SMS terus berkembang sebagai media komunikasi yang disukai dan sebagai saluran untuk mengirimkan layanan premium bernilai tambah.

⁵ Jawa Pos, Rabu 30 Juli 2008

Namun yang perlu disadari di sini bahwa kemajuan teknologi ibarat pisau bermata dua, di satu sisi ada kemanfaatan yang dapat mempermudah dan memberikan kenyamanan dalam kehidupan, akan tetapi, jika tidak diwaspadai kemajuan teknologi (termasuk didalamnya teknologi seluler) akan menjerumuskan manusia pada kemadharatan. Hal inilah yang tidak diinginkan oleh Islam, sebagai agama yang *rahmatan lil 'alamin*, Islam menggariskan bahwa setiap kemajuan yang dicapai manusia haruslah membawa kemaslahatan dan tetap berlandaskan nilai-nilai Islam dan menjauhkan diri sejauh mungkin dari kemudharatan baik didunia maupun akhirat.

Oleh karena itu Muhammadiyah sebagai salah satu organisasi Islam di Indonesia meluncurkan Dakwah Seluler (DS) mengingat potensi yang sangat besar dari pemanfaatan teknologi seluler untuk aktivitas dakwah *amar ma'ruf nahi munkar*. DS merupakan tindak lanjut dari strategi dan pendekatan dakwah yang dikembangkan Muhammadiyah, yaitu Dakwah Kultural. Dakwah Kultural sebagai suatu pendekatan dan strategi dakwah dalam konsep aktualisasi ajaran Islam di tengah dinamika kebudayaan dan perubahan sosial dalam suatu masyarakat dijalankan secara bertahap sesuai dengan kondisi empirik yang diarahkan untuk menumbuh-kembangkan kehidupan Islami sesuai dengan paham Muhammadiyah. Secara formal dakwah kultural dikembangkan berdasar hasil Sidang Tanwir Muhammadiyah di Denpasar Bali (24 – 27 Januari 2002) dan program DS merupakan tindak lanjut Muhammadiyah menjalankan dakwah kultural melalui multimedia. DS adalah sebuah program pengiriman SMS dakwah yang berisi terjemahan Al-Qur'an,

Hadits, dan Kata-kata Hikmah yang diterbitkan oleh Majelis Tabligh dan Dakwah Khusus PP Muhammadiyah. Peluncuran program DS ini menjawab tantangan dakwah di era globalisasi dimana arus informasi dan teknologi berkembang secara pesat dan menerobos batas-batas fisik dari tiap-tiap bangsa dan negara di dunia. Maka yang menjadi fokus dalam penelitian ini ialah bagaimana "Dakwah Seluler Muhammadiyah dalam menghadapi era globalisasi."

Yang unik dari DS bahwa program ini dibidani oleh Muhammadiyah sebagai organisasi Islam di Indonesia dan Muhammadiyah sebagai sebuah organisasi menjadi pionir atau pelopor dalam pemanfaatan multimedia sebagai media dakwah. Hal tersebut yang menjadikan DS berbeda dengan program dakwah sejenisnya yang dikelola institusi bisnis melalui citra da'i-da'i populer.

C. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang dikemukakan di atas maka untuk menggambarkan dengan jelas permasalahan yang akan diteliti, penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana Dakwah Seluler yang dikelola oleh Muhammadiyah ?

D. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini:

Untuk mendeskripsikan Dakwah Seluler yang dikelola oleh Muhammadiyah dalam menghadapi era globalisasi.

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan gambaran tentang dakwah melalui pemanfaatan media SMS oleh Muhammadiyah.
2. Sebagai masukan bagi Muhammadiyah dalam pengembangan dakwah melalui media seluler khususnya SMS.
3. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial Islam dari fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga.

F. Tinjauan Pustaka

Kajian dan penelitian tentang Muhammadiyah bukanlah hal baru karena telah banyak dilakukan oleh berbagai kalangan yang diantaranya banyak terdapat di buku-buku, hasil karya ilmiah dan sebagainya. Misalnya terdapat dalam buku yang berjudul *“Muhammadiyah: Gerakan Reformasi Islam di Jawa Pada Awal Abad Keduapuluh”* yang ditulis A. Jainuri merupakan salah satu karya yang mengupas latar belakang pendirian, gejala, dan dinamika yang timbul dari organisasi Muhammadiyah.

Contoh lainnya ialah buku terbitan Suara Muhammadiyah yang berjudul, *“Dakwah Kultural Muhammadiyah”*⁶ dalam buku ini dikupas bagaimana pengertian dan konsep tentang dakwah kultural dan bagaimana konteks dakwah kultural Muhammadiyah berhadapan dengan konteks budaya global, dan yang membuat buku ini menarik untuk dijadikan referensi ialah bagaimana langkah dakwah kultural Muhammadiyah melalui multimedia yang sekarang akrab dalam lingkungan kita. Adapun penelitian tentang majelis tabligh dan dakwah khusus penulis mengetengahkan skripsi berjudul *“Manajemen Dakwah Muhammadiyah (Studi Terhadap Majelis Tabligh dan Dakwah Khusus Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Yogyakarta : periode 2000 – 2005)”* karya Aris Risdiana, mahasiswa MD, fakultas Dakwah (01240641) tahun 2005.

Sedangkan kajian dan penelitian tentang teknologi seluler dan penerapannya semakin marak yang termuat dalam buku-buku dan hasil karya ilmiah seiring pesatnya perkembangan teknologi seluler itu sendiri. Salah satu referensi yang dipakai ialah buku dengan judul *“Planet Seluler: Ketika Teknologi Bergerak Mengubah Kita”* yang merupakan buah karya Budi Putra, buku ini penulis anggap relevan dengan penelitian yang dilakukan karena dalam buku ini memuat bagaimana muncul dan berkembangnya teknologi seluler, aplikasi teknologi seluler dalam kehidupan manusia, sampai bisnis dan migrasi teknologi seluler itu sendiri. Penelitian tentang telepon seluler sebagai *media dakwah* juga pernah dilakukan oleh Catur Bowo Susilo, mahasiswa KPI, dengan judul *“Telepon Seluler Sebagai Media Dakwah (Studi tentang*

⁶ PP Muhammadiyah, *Dakwah Kultural Muhammadiyah*, Yogyakarta: Suara Muhammadiyah, 2004

Dakwah dalam Program Al-Qur'an Seluler). Yang tak kalah menarik ialah buku dengan judul “*Kupas Tuntas Telepon Seluler*” karya Edi S. Mulyanta dan “*Sistem Operasi CDMA*” karya Gatot Santoso yang mengupas tentang sistem operasi dan sistem jaringan yang ada dalam teknologi seluler.

Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang telah disebutkan sebelumnya ialah fokus penelitian yang dilakukan. Fokus penelitian ini ialah dakwah yang dilakukan salah satu organisasi Islam (Muhammadiyah) melalui multimedia, yaitu dengan pemanfaatan teknologi seluler.

G. Kerangka Teori

1. Tinjauan tentang Dakwah Seluler.

a. Pengertian Dakwah

Secara etimologi kata dakwah sebagai bentuk masdar dari kata دعا (*fiil madzi*) dan يدع (*fiil mudhari*) yang artinya adalah memanggil (*to call*), mengundang (*to invite*), mengajak (*to summon*), menyeru (*to prompts*), mendorong (*to urge*) dan memohon (*to pray*).⁷

Ayat-ayat Al-Qur'an yang merujuk pada pengertian-pengertian di atas:

- 1) Dakwah yang berarti – seruan – sebagaimana termaktub dalam Q.S. An-Nahl ayat 125⁸

⁷ Dra. Siti Muriah, *Metodologi Dakwah Kontemporer*, Mitra Pustaka: Yogyakarta, 2000, hal. 1

⁸ Al-Qur'an dan Terjemahnya, Departemen Agama, 1971, hal. 421

بِأَتَىٰ وَجَدَلْتَهُمُ^ط الْحَسَنَةَ وَالْمَوْعِظَةَ بِالْحِكْمَةِ رَبِّكَ سَبِيلَ إِلَىٰ أَدْعُ
أَعْلَمُ وَهُوَ سَبِيلُهُ^ط عَنْ ضَلَّ بِمَنْ أَعْلَمُ هُوَ رَبُّكَ إِنَّ أَحْسَنُ هِيَ
بِالْمُهْتَدِينَ ﴿٦٥﴾

Artinya: “**Serulah** (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”

Dan Q.S. Fushshilat ayat 33⁹:

مِنْ إِنِّي وَقَالَ صَاحِبًا وَعَمِلَ اللَّهُ إِلَىٰ دَعَا مِمَّنْ قَوْلًا أَحْسَنُ وَمَنْ
الْمُسْلِمِينَ ﴿٣٣﴾

Artinya: “Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang **menyeru** kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh dan berkata: ‘Sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang berserah diri.’”

Dan juga Q.S. Ali-Imran 104¹⁰:

عَنْ وَيَنْهَوْنَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَأْمُرُونَ بِالْخَيْرِ إِلَىٰ يَدْعُونَ أُمَّةً مِنْكُمْ وَلَتَكُنَّ
الْمُفْلِحُونَ هُمْ وَأُولَتِيكَ الْمُنْكَرِ ﴿١٠٤﴾

⁹ Al-Qur'an, *ibid*, hal. 778

¹⁰ Al-Qur'an, *ibid*, hal. 93

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang **menyeru** kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.”

- 2) Dakwah yang berarti do’a, sebagaimana dalam firman Allah Q.S.

Ali Imran ayat 38¹¹

“Di sanalah Zakariya **mendo’a** kepada Tuhannya seraya berkata: “Ya Tuhanku, berilah aku dari sisi Engkau seorang anak yang baik. Sesungguhnya Engkau Maha Pendengar do’a.”

Secara terminologi banyak pendapat mengenai definisi dakwah ini antara lain definisi dari:

- 1) Jamaludin Kafie berpendapat bahwa dapat dikatakan sebagai suatu strategi penyampaian nilai-nilai Islam kepada umat manusia demi terwujudnya tata kehidupan yang imani dan realitas hidup yang Islami.¹²
- 2) S.M. Nasaruddin Latif, dakwah adalah usaha atau aktivitas dengan lisan atau tulisan dan lainnya yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan mentaati Allah SWT sesuai dengan garis-garis aqidah syari’at serta akhlak Islamiyah.
- 3) Thoha Yahya Umar, mendefinisikan dakwah yakni mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai

¹¹ Al-Qur’an, *ibid*, hal. 81

¹² Jamaludin Kafie, *Psikologi Dakwah*, Surabaya: Indah, 1993, hal.29

dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan manusia di dunia dan akhirat.

- 4) Zaini Muhtarom memberikan definisi, dakwah berarti mengajak dan menyeru umat manusia baik perseorangan maupun kelompok kepada agama Islam, pedoman hidup yang diridhoi Allah dalam bentuk amar ma'ruf nahi munkar dan amal saleh dengan secara lisan maupun perbuatan guna mencapai kebahagiaan hidup di dunia maupun di akhirat.¹³

Dari berbagai definisi tersebut meskipun nampaknya adanya perbedaan dalam perumusan, namun esensinya dapat dipadukan dalam kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Dakwah merupakan proses penyelenggaraan suatu usaha atau aktivitas yang dilakukan secara sadar, sengaja dan berencana guna mempengaruhi pihak lain agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengamalan ajaran agama tanpa adanya unsur paksaan.
- 2) Usaha-usaha yang dilakukan antara lain berupa ;
 - a) Ajakan untuk beriman dan mentaati Allah atau memeluk Islam,
 - b) Amar ma'ruf, perbaikan dan pembangunan masyarakat (ishlah),
 - c) Nahi munkar.

¹³ Zaini Muhtarom, *Dasar-dasar Manajemen Dakwah Islam*, Yogyakarta: Al-Amin Press, 1997, hal. 14

- 3) Dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu kebahagiaan dan kesejahteraan hidup yang diridhai Allah SWT.
- 4) Lapangan dakwah sangat luas yaitu meliputi semua aktivitas manusia secara totalitas baik secara individu, sebagai abdi Tuhan, sebagai anggota masyarakat bahkan sebagai warga alam semesta.

b. Prinsip-prinsip Dakwah

Berdasarkan pada makna harfiah serta kenyataan dakwah di lapangan tentang aspek-aspek normatif dakwah yang terdapat dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah maka dapat ditentukan prinsip-prinsip dakwah antara lain:

- 1) Memperjelas secara gamblang sasaran ideal.

Sebagai langkah awal dalam berdakwah maka terlebih dahulu harus diperjelas sasaran apa yang akan dicapai, kondisi umat Islam yang bagaimana yang akan dihadapi, baik dalam wujudnya sebagai suatu individu maupun sebagai komunitas suatu masyarakat. Ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan sasaran dakwah, hal-hal tersebut ialah¹⁴:

- a) **Strength** (kekuatan) yakni, memperhitungkan kekuatan yang dimiliki yang biasanya menyangkut manusia, dana, dan piranti penting yang dimiliki. Misalnya seberapa besar dan kuat jaringan yang ada dari sebuah organisasi dan bagaimana

¹⁴ Didin Hafiduddin, *Dakwah Aktual*, Jakarta: Gema Insani Press, 1998, hal. 70-74

koordinasi yang terjalin dalam intra lembaga seperti Muhammadiyah.

- b) **Weakness** (kelemahan) yakni, memperhitungkan kelemahan-kelemahan yang dimilikinya menyangkut aspek-aspek sebagaimana dimiliki sebagai kekuatan. Seperti kendala-kendala apa yang timbul saat pengorganisasian, apa saja yang menjadi rintangan saat pelaksanaan rencana atau program yang dicanangkan.
- c) **Opportunity** (peluang) yakni, seberapa besar peluang yang mungkin tersedia di luar, hingga peluang yang sangat kecil sekalipun yang mungkin dapat diterobos. Misalnya seberapa besar potensi mad'u yang dapat dirangkul melalui program Dakwah Seluler.
- d) **Treats** (ancaman) yakni, memperhitungkan kemungkinan-kemungkinan adanya ancaman dari luar. Seperti persaingan bisnis dan provider penyedia jasa layanan program sejenis.

2) Merumuskan masalah pokok umat Islam.

Dakwah bertujuan menyelamatkan umat Islam dari kehancuran dan mewujudkan cita-cita ideal masyarakat. Setelah mengetahui kondisi baik obyek maupun subyek dakwah serta permasalahannya, langkah selanjutnya ialah menginventarisir masalah-masalah pokok yang dihadapi. Karena perbedaan masalah yang dihadapi antar kelompok masyarakat dan setelah kurun waktu

tertentu harus dikaji ulang terhadap masalah yang disesuaikan dengan perubahan masyarakat tersebut.

3) Merumuskan isi dakwah.

Pada umumnya seorang baik individu maupun lembaga menyampaikan isi dakwah dengan menyamaratakan antara satu obyeknya tanpa ada klasifikasi tertentu. Oleh sebab itu sebaiknya diadakan pengklasifikasian antara sasaran dakwah satu dengan lainnya mengingat kondisi masyarakat yang majemuk dan kompleks.

4) Menyusun paket-paket dakwah.

Apabila masalah telah dirumuskan maka langkah selanjutnya adalah penentuan isi dakwah. Isi dakwah sebaiknya disesuaikan dengan masalah yang dihadapi sehingga tujuan dakwah dapat terwujud.

5) Evaluasi kegiatan dakwah.

Tahap terakhir ialah mengadakan evaluasi, yakni suatu usaha untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan dakwah serta mengakomodasikan setiap permasalahan-permasalahan untuk mencari jalan keluar atau penyelesaian dengan tepat.

c. Media dakwah

Menurut Asmuni Syukir media dakwah adalah sesuatu yang dipergunakan sebagai alat seperti berupa barang atau material, orang,

kondisi tertentu untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditetapkan.¹⁵

Sedang macam-macam media atau alat yang digunakan sebagai sarana dakwah Barmawi Umary¹⁶ mengelompokkan dalam empat macam yaitu: (1) Lisan; (2) Tulisan; (3) Lukisan; (4) Perbuatan. Contoh dari media atau alat tersebut diantaranya adalah lembaga-lembaga pendidikan formal, lingkungan keluarga, tempat-tempat ibadah, organisasi, media massa (radio, televisi dan surat kabar) dan seni budaya (film, musik, wayang atau pagelaran seni tradisional lainnya). Dalam hal ini dapat dicontohkan Muhammadiyah memanfaatkan teknologi seluler yang berkembang pesat di era globalisasi sebagai media dakwah dengan meluncurkan “Dakwah Seluler” (DS) yaitu program dakwah melalui layanan SMS.

Pada hakekatnya dakwah merupakan upaya aktif dan progresif yang dilakukan seorang da'i (individu atau komunal; subyek dakwah) dalam menyampaikan ajaran Islam (materi dakwah) kepada umat (obyek dakwah) agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat (tujuan dakwah). Da'i sebagai perantara dan pelaksana dakwah dituntut mempunyai daya kreatifitas tinggi, sehingga mampu menyesuaikan dakwahnya dengan kemajemukan manusia sebagai sasaran dakwah yang dihadapi, serta kondisi tuntutan zaman yang

¹⁵ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi dakwah Islam*, 1983, Surabaya: PT Bina Ilmu, hal.163.

¹⁶ Barmawie Umary, *Azas-Azas Ilmu Da'wah*, 1969, Surabaya: Ramadhaani

semakin maju dan modern terutama dalam era globalisasi yang sangat kompleks dewasa ini. Kreatifitas da'i sebagai pelaku atau pelaksana dan penggerak dakwah bahkan perlu diwujudkan dalam bidang¹⁷:

- 1) Penentuan dan penyampaian materi dakwah;
- 2) Penggunaan metode dakwah;
- 3) Penggunaan media dakwah.

d. Dakwah melalui multimedia

Peranan multimedia sebagai media atau wahana dakwah sangat potensial dan menjanjikan, sebagai akibat pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada khususnya, maupun pengaruh globalisasi pada umumnya. Karena itu media atau wahana dakwah yang direncanakan harus benarbenar dapat memanfaatkan semaksimal mungkin teknologi informasi dan komunikasi baik dalam bentuk sederhana maupun canggih.

Dakwah melalui multimedia juga merupakan jawaban yang tepat terhadap kecenderungan masyarakat dengan mobilitas tinggi dan kegiatan yang padat, yang tidak mungkin terjangkau lagi oleh kegiatan dakwah konvensional.¹⁸

Dakwah melalui multimedia merupakan aktivitas dakwah dengan memanfaatkan berbagai bentuk teknologi informasi dan komunikasi (*Information and Communication Technology*) sebagai

¹⁷ Sri Astutik, *Kreatifitas dan Dakwah Islamiyah*, Jurnal Ilmu Dakwah, 2000, Surabaya : Fakultas dakwah IAIN Sunan Ampel, hal. 40-41

¹⁸ Pimpinan Pusat (PP) Muhammadiyah, *Dakwah Kultural Muhammadiyah*, 2004, Yogyakarta: Suara Muhammadiyah, hal. 67-68

media atau wahana pencapaian tujuan dakwah. Istilah multimedia menggambarkan bahwa sistem informasi dan komunikasi umat manusia saat ini dapat dilaksanakan dalam bentuk lebih dari satu macam medium (visual, audio, video, dan kombinasinya).

Dakwah melalui multimedia di era globalisasi ini merupakan sebuah keniscayaan, dengan alasan sebagai berikut.¹⁹ *Pertama*, melalui multimedia memungkinkan setiap muslim berdasar kemampuan dan kondisi yang ada dapat melaksanakan peran dakwahnya. Hal ini karena faktor kecocokan antara kemampuan sebagai subyek dakwah atau da'i dengan media dakwah yang sangat banyak bentuk dan macamnya.

Kedua, semakin banyak masyarakat baik *umat ijabah* maupun *umat dakwah* yang tidak dapat lagi terjangkau oleh dakwah dalam bentuk konvensional. Demikian juga kesibukan dan mobilitas yang tinggi, serta perubahan dan pergeseran sosial yang ada juga tidak memungkinkan dakwah konvensional mampu menjangkaunya secara efektif. Handphone diharapkan dapat berperan dalam mengajak kepada Allah SWT dan menyebarkan kebaikan, mengajarkan ilmu pengetahuan dan memberikan pendidikan yang bermanfaat.²⁰ Dengan ungkapan lain, media dakwah multimedia menjadikan cakupan obyek atau sasaran dakwah menjadi lebih luas.

¹⁹ PP Muhammadiyah, *ibid*, hal. 68-69

²⁰ Tim Kajian Darut Tharieq Riyadh, *ibid*, hal. 64

Ketiga, dakwah dengan memanfaatkan multimedia juga akan lebih efektif karena proses komunikasi akan dapat terlaksana dengan lebih intensif, lebih menarik dan untuk kondisi tertentu lebih realistis. Perlu dicatat juga bahwa media yang digunakan pada umumnya sudah merupakan perlengkapan hidup sehari-hari masyarakat, baik berupa media cetak elektronik, maupun digital.

Secara sederhana, multimedia sebagai media atau wahana dakwah dapat dikelompokkan ke dalam tiga kategori besar, yaitu:

- 1) Media cetak, yang meliputi: buku, buletin, jurnal, majalah, tabloid, surat kabar, dan sebagainya.
- 2) Media elektronik dan digital yang meliputi: radio, televisi, kaset, cakram padat (CD, baik audio CD, video CD), cakram padat digital (DVD), cakram padat optik (CD-ROM), *electronic diary* atau PDA (*Personal Digital Assistance*), telepon genggam (*handphone*), dan sebagainya.
- 3) Media virtual atau internet, yang meliputi: situs (*website*) dakwah, *e-mail* atau *mailing-group*, perpustakaan virtual (*virtual library*), majalah *on-line*, dan sebagainya.²¹

e. Cakupan dan Keunggulan Dakwah melalui Multimedia

Terdapat beberapa keunggulan komparatif yang dimiliki multimedia sebagai media atau wahana dakwah yang membedakannya dengan dakwah konvensional.²²

²¹ PP Muhammadiyah, *ibid*, hal. 70-71

Pertama, multimedia dapat diakses dimana saja terutama media elektronik, digital dan internet. Keunggulan ini memungkinkan obyek dakwah menerima pesan-pesan dakwah di mana saja, seperti tempat kerja, di rumah, di dalam kendaraan dan dimanapun dia dapat memanfaatkan media dimaksud.

Kedua, multimedia dapat diakses setiap saat terutama media digital dan internet. Keunggulan ini memungkinkan obyek dakwah menerima pesan-pesan dakwah kapan saja dia mempunyai kesempatan.

Ketiga, multimedia dapat bersifat interaktif terutama media elektronik dan internet. Hal ini berarti dapat dilakukan dialog atau Tanya jawab antara obyek dakwah dengan subyek dakwah (pengelola multimedia tertentu) sebagaimana yang terjadi pada forum tanya jawab dakwah konvensional, walaupun tidak secara tatap muka (*face to face*).

Keempat, dengan multimedia dapat dilakukan pengulangan dan penyimpanan (terutama media elektronik serta media digital). Keunggulan ini memungkinkan obyek dakwah untuk memperdalam suatu pesan dakwah tertentu, atau mengingatnya kembali pada saat yang diperlukan dengan lebih efektif.

Kelima, multimedia mampu menjangkau obyek dakwah kalangan atas, yang tidak mungkin mengunjungi forum pengajian atau dakwah konvensional. Bagi mereka pemanfaatan multimedia tertentu

²² *ibid*, hal. 71-73

sudah menjadi semacam kelengkapan hidup sehari-hari, dan oleh karenanya mereka akan lebih mudah menerima pesan dakwah melalui multimedia.

Keunggulan tersebut diatas tidak serta merta dapat diwujudkan, karena pemanfaatan multimedia sebagai media atau wahana dakwah mempunyai sejumlah prasyarat. Prasyarat yang dimaksud adalah:

- 1) Tersedianya sumber daya manusia yang menguasai pengoperasian dan pemanfaatan multimedia tertentu untuk kepentingan dakwah.
- 2) Tersedianya teknologi (baik perangkat keras maupun lunak).
- 3) Dan dikembangkannya wadah dan pengelolaan (institusi dan manajemen) multimedia sebagai wahana dakwah.

2. Telepon Seluler sebagai Alat dan Media Komunikasi.

a. Komunikasi Elektronik Tanpa Kabel.

Telepon seluler (*cellular phone / mobile phone / handphone*) merupakan salah satu teknologi abad ini yang paling banyak dimanfaatkan manusia abad ini. Dari yang semula dianggap sebagai kebutuhan tersier hingga bergeser menjadi kebutuhan sekunder bahkan primer yang tidak dapat disubstitusikan dengan peralatan elektronika lainnya.

Sejarah teknologi seluler itu sendiri bermula dari perkembangan teknologi gelombang radio yang akhirnya menginspirasi penemuan handphone. Semenjak Hans Christian Oersted menemukan gelombang elektromagnetik (1820) kemajuan

dalam teknologi komunikasi mulai tumbuh secara bertahap sampai Marconi melakukan transmisi pesan elektronik tanpa kabel yang sukses (1895) untuk memperbaiki sistem telepon dengan kabel yang diperkenalkan Alexander Graham Bell pada tahun 1876. Pemanfaatan gelombang radio lebih lanjut dipakai oleh Lars Magnus Ericsson (1910) yang menciptakan telepon yang terpasang dimobil. Teknologi ini juga diadopsi Departemen Kepolisian Detroit Michigan yang mengaplikasikan telepon mobil di mobil dinas polisi. Dan teknologi seluler semakin disempurnakan oleh Westerlund yang mendirikan **Nokia** (1967) serta Ericsson sendiri sehingga ponsel menjadi seperti apa yang ada saat ini.²³

Lebih dari 1 miliar orang diseluruh dunia menggunakan telepon seluler dan pada saat ini fungsi telepon seluler semakin berkembang dan terus berkembang. Fungsinya memang sangat tergantung dari model telepon seluler dan kondisi jaringan komunikasi, tetapi sejatinya telepon seluler berfungsi sebagai berikut:

- 1) Menyimpan alamat kontak;
- 2) Mengerjakan sederatan tugas dan agenda tertentu;
- 3) Menjaga alur perencanaan dan janji-janji pertemuan;
- 4) Menggunakannya sebagai kalkulator untuk matematika sederhana;
- 5) Mengirim dan menerima *e-mail*;
- 6) Kios informasi (berita, hiburan, pasar modal) dari internet.
- 7) Sarana permainan (*games*);

²³ Budi Putra, *Planet Seluler*, Jakarta : Logicom, 2004, hal. 4-8

- 8) Dapat dipadukan dengan perangkat lainnya seperti PDA, pemutar MP3, radio dan penerima GPS.²⁴

b. SMS dan pemanfaatannya.

Short Message Service (SMS) pada awalnya berfungsi untuk memberitahu pengguna layanan bergerak bahwa pengguna memiliki pesan suara baru (*voicemail*). Dalam perkembangannya fasilitas ini cepat populer di kalangan pengguna telepon seluler dan dewasa ini menjadi sumber informasi penting dan juga sumber hiburan bagi pemilik ponsel. Oleh karena itu bisa dikatakan bahwa SMS dianggap sebagai sukses besar yang tak diniatkan. Pada April 2002 jumlah layanan pesan singkat atau *short message service* alias SMS yang dikirim secara global telah mencapai angka 1 miliar SMS perhari.²⁵ Ini lebih dari sekedar statistik, karena pada realitasnya pesan singkat telah menjadi bagian penting dari keseharian manusia.

Kecenderungan ini tak diragukan lagi dimanfaatkan banyak kalangan sebagai media komunikasi untuk mencapai sasarannya. Sebuah gereja di Hanover misalnya, merilis pesan rohani via SMS dibawah tajuk “*God and the World in 160 characters*” yang dikirimkan kepada jemaatnya di sela-sela kebaktian. Di Indonesia, ceramah rohani seorang ustadz kondang, KH. Abdullah Gymnastiar atau Aa’ Gym, dapat dinikmati melalui layanan SMS dari sejumlah

²⁴ *Ibid*, hal. 16

²⁵ Budi Putra, *ibid*, hal. 50

operator. Faktor-faktor yang kunci yang mempengaruhi sukses besar SMS adalah:

- 1) SMS adalah standar universal yang diimplementasikan oleh seluruh operator GSM.
- 2) Medium yang disediakan bagi seluruh pengguna telepon seluler, pada saat kapanpun dan dimanapun.
- 3) Layanan interaktif.
- 4) Cara yang simpel, cepat dan konfidensial dalam berkomunikasi.
- 5) Promosi yang gencar.
- 6) Model penarifan yang jelas berdasarkan ongkos per SMS yang terkirim.²⁶

1) Standar dan Format Teknis SMS.

ETSI²⁷ mendefinisikan dua standar SMS yaitu: SMS-PP (*Point to Point*) dan SMS-CB (*Cell Broadcast*). SMS-PP berurusan dengan pengiriman dan penerimaan SMS ke atau dari telepon seluler. SMS-CB berurusan dengan penyampaian (broadcast) pesan SMS ke telepon seluler menurut *pre-define* area geografis (sel-sel jaringan).

Sebuah SMS terdiri dari dua bagian utama:

- a) **Header:** terdiri dari informasi yang terkait dengan protokol transmisi pesan, termasuk alamat pengirim, jenis pengkodean dan validitas pesan.
- b) **Data:** terdiri dari seluruh informasi yang harus ditransmisikan.

Ada dua jenis transmisi SMS yang berbeda²⁸:

²⁶ *Ibid*, hal. 49

²⁷ ETSI : European Telecommunication Standard Institute.

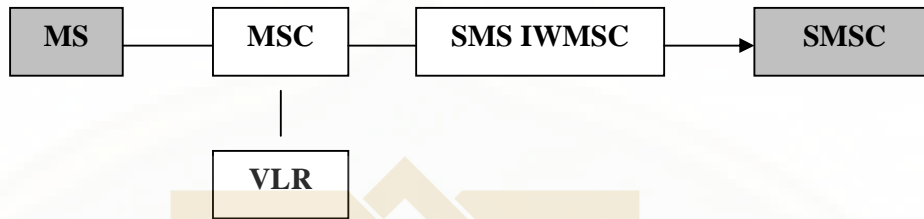
²⁸ *Ibid*, hal. 53-54

- a) *Mobile Originated SMS (MO)*: kemampuan jaringan GSM untuk mentransmisikan SMS yang dikirim **dari** telepon seluler. Pesan dapat dikirim **ke** telepon seluler atau ke aplikasi peranti lunak.
- b) *Mobile Terminated SMS (MT)*: kemampuan jaringan GSM untuk mentransmisikan SMS yang dikirimkan **ke** telepon seluler. Pesan dapat dikirimkan **dari** telepon seluler atau aplikasi peranti lunak.

Mobile Originated SMS (MO), tidak seperti panggilan suara, SMS tidak menggunakan koneksi langsung antara pengirim dan penerima. Tak ada kesamaan dalam hal waktu antara pengiriman dan penerimaan SMS. Penyampaian SMS biasanya berlangsung antara 0,5 – 2 detik, tetapi penundaan ini lebih disebabkan lalu lintas yang padat.

Dalam sistem MO pengirim mengetikkan SMS ke alamat yang dituju dan pesan kemudian didistribusikan melalui jaringan GSM dan langsung menuju SMS Center (SMSC) dari pusat operator seluler. SMSC diidentifikasi oleh nomor telepon seluler spesifik yang juga tercatat dalam kartu SIM pengirim.

Lalu SMS dikirimkan ke alamat yang dituju. Pesan *mobile originated* (MO) menjadi pesan *mobile terminated* (MT) ketika diterima oleh SMSC operator seluler si penerima. Perhatikan grafis dibawah ini.



Gambar I: Proses transmisi SMS MO²⁹

*Mobile Terminated SMS (MT)*³⁰, pada jenis ini saat sampai di SMSC pesan harus menunggu dalam antrian. Kemudian SMSC mencoba mengalokasikan pesan tersebut ke penerima melalui *Home Location Register* menggunakan informasi yang ada di *header SMS*.

SMSC mengirimkan pesan ke telepon seluler jika alamat yang dituju terjangkau, misalnya telepon seluler tujuan sedang aktif dan berada dalam jangkauan jaringan. Jika alamat tak terjangkau saat itu, pesan akan disimpan dulu di SMSC selama tiga hari dan pesan akan langsung dikirim begitu telepon seluler pengguna sudah aktif.

²⁹ *Keterangan:*

MS : *Mobile Station*.

MSC : *Message Service Switching Center*.

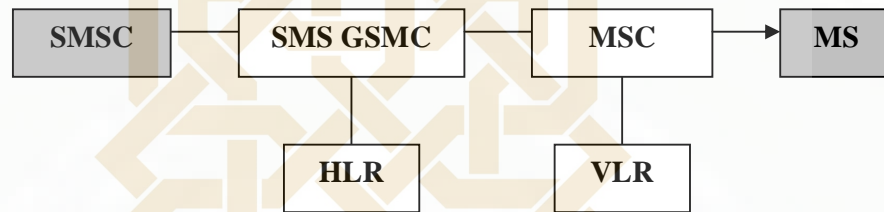
VLR : *Visitor Local Register*, yang mengumpulkan data pengguna.

SMSC : *SMS Center*.

sms yang dikirimkan kemudian terkumpul di SMS Center dan kemudian mulai dikirim dari MSC untuk ditransmisikan kepada nomor yang dituju.

³⁰ Budi Putra, *ibid*, hal. 55

Jika pesan singkat dialamatkan ke sistem informasi yang berada diluar jaringan operator, transmisi dari SMSC ke server akan dilakukan melalui *link* telekomunikasi tetap. Perhatikan grafis berikut.



Gambar II: Proses transmisi SMS MT.³¹

2) Model-model Bisnis SMS

Pada saat ini operator berlomba-lomba meluncurkan layana data baru untuk menarik minat pelanggan baru, sekaligus merupakan kiat mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Operator seluler menjadikan layanan ini sebagai tarif bulanan dan juga menawarkan layanan bernilai tambah seperti nada dering dan *download* logo.

Pelanggan korporat biasanya ditawarkan aplikasi-aplikasi kantor, layanan dan peranti pesan bernilai tambah. Operator juga

³¹ Keterangan:

MS : *Mobile Station*.

HLR : *Home Location Register*, merekam semua informasi untuk mengatur proses komunikasi pelanggan dalam jumlah besar.

MSC : *Mobile Service Switching Center*.

VLR : *Visitor Location Register*, berisi informasi pelanggan.

SMSC : *SMS Center* yang memungkinkan mengatur pengiriman pesan.

meningkatkan pendapatannya dengan mengembangkan sejumlah layanan yang bekerjasama dengan mitra dan perusahaan penyedia aplikasi nirkabel. Salah satu contoh yang populer dimasyarakat seperti SMS Premium. Berikut ini model-model bisnis SMS:

a) Standar SMS (MO)

Bila layanan suara ditagih per menit, SMS mengikuti tagihan per pesan yang dikirimkan. Di Indonesia berkisar antara Rp. 250 – Rp. 350³² tergantung dari jenis layanannya (pra atau pascabayar). Biaya ini mencakup pengiriman SMS melalui jaringan operator si pengirim dan biaya interkoneksi dengan jaringan operator lain.

b) Standar SMS (MT)

SMS MT dapat dikirimkan melalui telepon seluler maupun komputer. Sejumlah perusahaan menggunakan SMS untuk berkomunikasi dengan karyawan dan pelanggannya.

Perusahaan-perusahaan yang mengirimkan pesan massal bisa memperoleh potongan harga, tergantung pada volume pesan dan rute pengiriman pesan.

c) SMS Premium

Layanan SMS premium pertama kali diluncurkan pada tahun 1998 di sejumlah negara skandinavia, kemudian disusul

³² variasi harga semakin bersaing beberapa operator menerapkan harga yang sangat murah. Seperti As dengan biaya SMS Rp. 99,- per SMS (sesama operator)

oleh Inggris, SMS premium mengikuti model bagi hasil yang sama dengan layanan *premium rate voice* (IVR). SMS premium didasarkan atas 3 prinsip utama³³:

- (1) **Biaya Premium:** pengguna telepon seluler membayar tarif premium agar dapat menikmati layanan atau isi bernilai tambah.
- (2) **Tagihan bidireksional:** Tarif premium dapat dikenakan tidak hanya pada permintaan atau pengiriman layanan premium, tetapi juga saat menerimanya. Sistem penagihan ini ditujukan baik pada pesan MO dan MT oleh sejumlah operator.
- (3) **Model bagi hasil:** Penyedia layanan/isi menerima bagian yang dibayarkan pengguna kepada operator. Sistem ini sangat krusial dalam mendorong penyedia isi dalam mengembangkan solusi inovatif yang dapat dinikmati pengguna dan menambah pendapatan.

Layanan SMS premium pada dasarnya terbagi menjadi dua jenis, yaitu *mobile originated* dan *mobile terminated* dan kedua jenis layanan ini kerap kali memiliki konsekuensi langsung dengan jenis layanan premium yang diluncurkan:

- (1) **MO Premium:** Biaya layanan yang ditagihkan pada pengguna telepon seluler yang mengirimkan pesan.

³³ Budi Putra, *op.cit*, hal. 57

(2) **MT Premium:** Biaya layanan yang ditagihkan kepada pengguna telepon seluler yang menerima pesan.³⁴

MO premium sering digunakan dalam menawarkan layanan-layanan interaktif, yang melibatkan pengguna dalam memesan isi atau layanan seperti voting lewat televisi, isi multimedia, *game*, kompetisi dan *chatting*.

MT premium ideal bagi layanan penyampaian isi (*content delivery*) seperti logo atau nada dering, layanan berbasis langganan seperti *alert* berita, horoskop, humor, dan info pasar modal.

H. Metode Penelitian

Metode adalah suatu cara bertindak menurut sistem aturan yang bertujuan agar kegiatan praktis terlaksana secara rasional dan terarah sehingga dapat mencapai hasil yang optimal. Sedangkan penelitian adalah usaha pencarian fakta menurut metode objektif yang jelas untuk menemukan hubungan fakta dan menghasilkan dalil atau hukum.³⁵

Pendekatan penelitian yang dipilih peneliti dalam penelitian ini ialah pendekatan kualitatif. Lexy J. Moleong,³⁶ mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Penelitian

³⁴ jenis ini yang paling banyak digunakan untuk saat ini

³⁵ Moh. Nadzir, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia, 1998, hal. 14

³⁶ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Rosdakarya, 1993, hal. 3

kualitatif memiliki karakteristik sebagai berikut; mempunyai latar natural, bersifat deskriptif, peneliti lebih memperhatikan proses daripada hasil atau produk, peneliti kualitatif cenderung menganalisis datanya secara induktif.

1. Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi subyek penelitian adalah lembaga dakwah khusus yang berada di bawah koordinasi Majelis Tabligh. Lembaga Dakwah Khusus inilah yang mengembangkan dan menjalankan program Dakwah Seluler (DS).

2. Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini yang dijadikan obyek penelitian ialah “Dakwah Seluler” (DS) Muhammadiyah yang merupakan program pengiriman SMS dakwah yang dikembangkan oleh Majelis Tabligh dan Dakwah Khusus Pimpinan Pusat Muhammadiyah pada periode kepemimpinan KH. Dr. Yunahar Ilyas Lc., MA.

3. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Suharsimi Arikunto³⁷ yang dimaksud sumber data dalam penelitian adalah subyek dimana data dapat diperoleh. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua teknik pengumpulan sumber data yaitu:

a. Wawancara (interview)

Interview yang sering juga disebut dengan wawancara atau kuisisioner lisan adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh seorang pewawancara (interviewer) untuk memperoleh informasi dari

³⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002, hal. 107

terwawancara. Menurut Bogdan dan Taylor³⁸, wawancara dalam penelitian kualitatif mempunyai ciri-ciri antara lain, tidak terstruktur, tidak dibakukan, dan bersifat terbuka (*open ended*), wawancara tersebut merupakan wawancara mendalam (*depth interview*) yakni pertemuan langsung secara berulang-ulang antara peneliti dan informan.

Dalam pertemuan secara berulang tersebut diarahkan pada pemahaman informan dalam hal ini informasi atau data yang diharapkan dari peneliti. Informan dalam hal ini ialah intern lembaga dakwah khusus Muhammadiyah yang menjalankan aktivitas program Dakwah Seluler dalam hal ini bapak Ananto Isworo sebagai manajer operasional.

b. Dokumentasi

Metode ini menurut Suharsimi Arikunto yaitu dengan mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, dan sebagainya.³⁹

Dokumentasi dalam penelitian ini berkisar pada pendokumentasian hal-hal yang berkaitan dengan program Dakwah Seluler. Seperti isi pesan dalam Dakwah Seluler dan proses kerja pembuatan program Dakwah Seluler selama periode 2004 - 2006. Dalam hal ini pemanfaatan metode dokumentasi dipakai untuk mempermudah analisis data yang akan dilakukan.

³⁸ Lexy J. Moleong, *ibid*, hal. 73

³⁹ Suharsimi Arikunto, *ibid*, hal. 306

4. Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan tujuan agar data yang diperoleh akan lebih bermakna, dengan demikian analisis merupakan pekerjaan yang sulit dalam sebuah penelitian dan memerlukan kerja keras atau kesungguhan serta keseriusan.

Analisis memerlukan daya kreativitas serta kemampuan yang baik. Analisis merupakan suatu proses menyusun data agar dapat diinterpretasikan dan lebih bermakna.⁴⁰

Menurut Dudung Abdurahman⁴¹ tahap-tahap dalam analisis data yang pertama ialah *menjelaskan data*, bahan-bahan keterangan yang telah diperoleh, kemudian dijelaskan mengenai arti atau makna yang terkandung didalamnya, yang biasanya ditempuh dalam dua tahap, yaitu: *tahap diskusi* dan *tahap interpretasi*. Dalam tahap diskusi, data yang mengandung ciri-ciri khusus atau dianggap menonjol diterangkan sedemikian rupa hingga keadaannya menjadi jelas, adapun dalam tahap interpretasi, peneliti berusaha untuk menjelaskan data yang telah berhasil dihimpunnya itu dengan prinsip-prinsip tertentu.

Tahap analisis yang kedua ialah menarik kesimpulan berdasarkan hasil diskusi dan interpretasi yang telah diperoleh mengenai Dakwah Seluler. Dari kesimpulan penelitian itu harus tertuju kepada hipotesis atau permasalahan yang dirumuskan pada awal penelitian, sedangkan saran-

⁴⁰ Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, Bandung: Tarsito, 1982, hal.132

⁴¹ Dudung Abdurahman, *Pengantar Metode Penelitian*, Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta, 2003, hal. 67

saran kemudian menjadi konsekuensi dari kesimpulan-kesimpulan yang telah dikemukakan.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif yang berupaya menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Analisis ini memandang data sebagai produk dari proses memberikan interpretasi peneliti yang didalamnya sudah tergantung makna yang mempunyai referensi pada nilai. Dengan demikian data yang dihasilkan merupakan konstruksi interaksi antara peneliti dengan informan.

Kegiatan analisis dalam penelitian kualitatif hanya merupakan rekonstruksi dari konstruksi sebelumnya. Dari pandangan tersebut peneliti kualitatif memproses data penelitian dari reduksi data, penyajian data, sampai pada pengambilan kesimpulan atau verifikasi.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini penulis sesuaikan metode penelitian yang digunakan oleh karena itu pembahasan dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga, yaitu:

Bagian pertama, merupakan bagian pendahuluan yang terdiri dari halaman judul, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar dan daftar isi.

Bagian kedua, yaitu bagian isi yang terdiri dari Bab I yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan. Bab ini merupakan penjelasan tentang alasan mengapa penelitian ini dilakukan dan juga sebagai pedoman bagi pembahasan selanjutnya. Bab II, berusaha menggambarkan tentang Muhammadiyah terutama Lembaga Dakwah Khusus sebagai media dakwah Islam. Bab III, dalam hal ini mendeskripsikan Dakwah Seluler sebagai bentuk media dakwah yang dikelola Muhammadiyah. Bab IV, yaitu penutup yang berisi kesimpulan dan uraian-uraian yang telah dibahas dan diterangkan dalam keseluruhan penelitian ini oleh karena itu dalam Bab IV ini dimaksudkan sebagai jawaban terhadap masalah-masalah yang diajukan dalam pendahuluan.

Selanjutnya bagian terakhir yang berisi lampiran-lampiran dan juga *curriculum vitae*.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penulisan skripsi ini diupayakan untuk bersikap obyektif dengan fakta-fakta yang ada melalui teknik-teknik pengumpulan data yang sesuai untuk mendeskripsikan program Dakwah Seluler (DS) sebagai media dakwah Muhammadiyah dalam era globalisasi. Dengan memperhatikan hasil penelitian yang diperoleh maka dapat disimpulkan bahwa Muhammadiyah mampu melakukan terobosan dakwah alternatif untuk memenuhi kepentingan *mad'u* yang lebih beragam.

Berbagai kemajuan teknologi yang dikembangkan manusia di bidang transportasi, informasi dan komunikasi telah menjadikan dunia ini seperti sebuah "desa kecil". Proses globalisasi yang menyatu dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih telah menimbulkan berbagai bentuk peradaban manusia. Dalam hal ini Muhammadiyah cukup jeli untuk melihat pesatnya perkembangan teknologi informasi terutama teknologi seluler. Muhammadiyah dalam hal ini juga merupakan organisasi Islam yang menjadi pionir pertama kalinya dalam mengembangkan dakwah lewat SMS.

Melalui pendekatan dakwah kultural yang memiliki ciri-ciri *dinamis*, *kreatif* dan *inovatif*, Muhammadiyah dalam hal ini Majelis Tabligh dan Dakwah Khusus mengembangkan dakwah baru melalui pemanfaatan multimedia (teknologi seluler dan SMS) sebagai media dakwah alternatif

dalam menghadapi era globalisasi.. DS dikembangkan dengan ciri dakwah kultural Muhammadiyah, yaitu bersifat *dinamis* (mengikuti perkembangan mad'u dengan mencoba memahami potensi dan kecenderungan manusia sebagai makhluk budaya), *kreatif* (DS sebagai media dakwah memanfaatkan teknologi multimedia khususnya telepon seluler untuk menyebarkan dakwah secara lebih luas, mudah dan tanpa terhalangi kendala ruang dan waktu), *inovatif* (Muhammadiyah sebagai organisasi keagamaan pertama yang memelopori penggunaan teknologi seluler sebagai media dakwah di era baru yaitu era globalisasi)

Namun dalam mengembangkan dakwah lewat pemanfaatan teknologi seluler ini Muhammadiyah masih diliputi kendala, terutama bagi Majelis Tabligh dan Dakwah Khusus yang bertanggung jawab penuh terhadap penyusunan redaksi SMS dan juga bertanggung jawab terhadap promosi, distribusi, dan pemasaran program Dakwah Seluler (DS) yang masih belum berkembang pesat semenjak diluncurkan pertama kali di tahun 2004.

Dari kendala yang ada terutama distribusi voucher yang dirasa menghambat berkembangnya program Dakwah Seluler, maka Majelis Tabligh dan Dakwah Khusus dalam periode kepemimpinan yang baru yaitu Drs. Sukriyanto, M.Hum, merubah program ini menjadi “Ngaji Bareng”.

B. Saran-Saran

Untuk mengurangi kendala yang terjadi dalam pengelolaan Dakwah Seluler (DS) maka saran yang dapat diberikan ialah:

1. Untuk mengurangi kendala dalam penyusunan redaksi SMS yang begitu banyak. Maka tim pengelola dapat dipecahkan dengan beberap solusi, yaitu *pertama*, dengan menambah staf dewan redaksi yang ada, *kedua*, dengan memanfaatkan secara maksimal bantuan (input) dari luar (seperti rekan-rekan Majelis Tabligh dan Dakwah Khusus).
2. Untuk mengurangi kendala dalam permasalahan promosi, distribusi dan pemasaran. Muhammadiyah dalam hal ini Majelis Tabligh dan Dakwah Khusus dapat menggandeng mitra strategis untuk distribusi dan pemasaran serta mengkatifkan peran serta susunan kepemimpinan secara vertikal yang ada di organisasi Muhammadiyah dari tingkat pusat hingga tingkat ranting dengan koordinasi yang solid.



DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Arifin, 1992, *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*, Jakarta: Rajawali Press.
- A. Jainuri, 1980, *Muhammadiyah: Gerakan Reformasi Islam di Jawa pada Awal Abad Keduapuluh*, Surabaya: Bina Ilmu.
- Abdul Munir Mulkhan, 1990, *Pemikiran K.H. Ahmad Dahlan dan Muhammadiyah dalam Perspektif Perubahan Sosial*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Asmuni Syukir, 1983, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya: Bina Ilmu.
- Astrid S. Susanto, 1977, *Komunikasi Kontemporer*, Bandung: Bina Cipta.
- A.W. Pratiknya (penyunting), 1991, *Islam dan Dakwah Pergumulan antara Nilai dan Realitas*, Yogyakarta: PP Muhammadiyah (Majelis Tabligh).
- Budi Putra, 2004, *Planet Seluler*, Jakarta: Logicom.
- Depag RI, 1989, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Yayasan Penyelenggara dan Penterjemah Al-Qur'an.
- Didin Hafiduddin, 1998, *Dakwah Aktual*, Jakarta: Gema Insani Press.
- Lexy J. Moleong, 1993, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Rosda
- Margono Puspo Suwarno, 1986, *Gerakan Islam Muhammadiyah*, Yogyakarta: Persatuan.
- Mohammad Nadzir, 1998, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia.
- Musthafa Kamal Pasha, dkk., *Muhammadiyah Sebagai Gerakan Islam*, Yogyakarta: PW Muhammadiyah.
- Onong Uchjana Effendy, 2002, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- _____, 1998, *Kamus Komunikasi*, Bandung: Mandar Maju.
- Siti Muriah, 2000, *Metodologi Dakwah Kontemporer*, Yogyakarta: Mitra Pustaka.
- Suharsimi Arikunto, 1982, *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*, Jakarta: Rineka Cipta.

Sutrisno Hadi, 1991, *Metodologi Research 3*, Yogyakarta: Andi Offset.

Tim Pembina al-Islam & Kemuhammadiyah Universitas Muhammadiyah Malang, 1990, *Muhammadiyah: Sejarah, Pemikiran dan Amal Usaha*, Yogyakarta: Pustaka Wacana.

Tim Kajian Darut Tharieq Riyadh, 2003, *Handphone : Antara Manfaat & Bahayanya*”, Yogyakarta : Pustaka Anisah.

Winarno Surakhmad, 1982, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, Bandung: Tarsito.

Sumber lain:

Ensiklopedi Indonesia, 1978, Jakarta: Yayasan Van Hoeve.

Kedaulatan Rakyat, Kamis, 10 Juni 2004.

Jawa Pos, Rabu, 30 Juli 2008.

Website PP Muhammadiyah, Susunan Pengurus dan Personalia Majelis Tabligh dan Dakwah Khusus.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA