

**KORELASI ANTARA PENGGUNAAN MEDIA INTERNET  
DENGAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI DAKWAH  
(Penelitian terhadap pengunjung situs Myquran.com di Internet  
UPT Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar  
Strata Satu Sarjana Sosial Islam  
Dalam Ilmu Komunikasi Dan Penyiaran Islam

**Oleh:**

**Syarifah Arbaini Apriana Alk**  
**01210636**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2006**

Dra. Endang Sulistyasari, MS  
Dosen Fakultas Dakwah  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

**NOTA DINAS**

Hal : Skripsi Saudari

Syarifah Arbaini Apriana Alk

Kepada Yang Terhormat

Dekan Fakultas Dakwah

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Setelah meneliti, mengoreksi dan mengadakan pembetulan seperlunya terhadap skripsi saudara di bawah ini :

Nama : Syarifah Arbaini Apriana Alk  
Nim : 01210636  
Fakultas/Jurusan : Dakwah / Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : Korelasi Antara Penggunaan Media Internet Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Dakwah (Penelitian Terhadap Pengunjung Situs Myquran.com Di Internet UPT Perpustakaan UIN SuKa)

Kami selaku pembimbing menganggap bahwa skripsi tersebut sudah dapat diujikan dalam sidang ujian Munaqosyah.

Demikian, untuk dimaklumi, terima kasih

*Wassalamualaikum. Wr. Wb.*

Yogyakarta, 24 Maret 2006

Pembimbing,



Dra. Endang Sulistyasari, MS  
NIP. 150 045 634



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

## PENGESAHAN

Nomor : UIN.02/DD/PP.00.9/786/2006

Skripsi dengan judul :

**KORELASI ANTARA PENGGUNAAN MEDIA INTERNET DENGAN PEMENUHAN KEBUTUHAN  
INFORMASI DAKWAH (PENELITIAN TERHADAP PENGUNJUNG SITUS MYQURAN.COM  
DI UPT PERPUSTAKAAN UIN SUNAN KALIJAGA)  
Yang dipersiapkan dan disusun oleh :**

**SYARIFAH ARBAINI APRIANA. ALK**

NIM : 01210636

Telah dimunaqosyahkan pada :

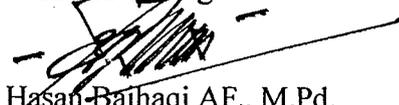
Hari : Kamis

Tanggal : 20 April 2006

Dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga

### **SIDANG DEWAN MUNAQOSYAH**

Ketua Sidang

  
Drs. H. Hasan Baihaqi AF., M.Pd.

NIP. 150204261

Sekretaris Sidang

  
Khadiq, S.Ag., M.Hum.

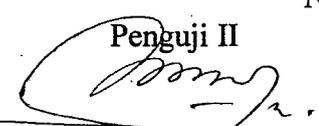
NIP. 150291024

Pembimbing/Penguji I

  
Dra. Endang Sulistyasari, MS

NIP. 050045634

Penguji II

  
Drs. Hamdan Daulay, M.Si.

NIP. 150269255

Penguji III

  
Drs. Abdul Rozak, M.Pd

NIP. 150267657

Yogyakarta .....25.April.2006.....



## PERSEMBAHAN

*Kepada Abah-Ummi,  
yang tidak kenal lelah melantunkan doa  
untuk anak-anaknya*

*Kepada saudara-saudaraku,  
B' e-one, mba' d-wee, k' wati dan ade'  
Yang mencintai tanpa pamrih*

*Kepada "bintang" yang tak bisa ku raih  
Karena perbedaan*

## MOTTO

"Sampaikan dariku, meskipun hanya satu ayat"  
(H.R. Bukhari)

Lebih baik menjadi orang besar dengan ide yang sederhana/kecil, Dari pada menjadi orang kecil dengan ide yang besar. (Walt Disney)

## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji Syukur hanya kepada Allah SWT yang tiada pernah berhenti sejenak pun untuk melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “KORELASI ANTARA PENGGUNAAN MEDIA INTERNET DENGAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI DAKWAH (Penelitian terhadap pengunjung situs Myquran.com di internet UPT Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)”. Skripsi ini merupakan syarat dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh mahasiswa dalam rangka mengakhiri kuliah Strata Satu guna meraih gelar sarjana.

Juga tak lupa atas selesainya penulisan skripsi, penulis merasa perlu untuk menyampaikan rasa terima kasih yang tiada terhingga kepada semua pihak yang telah membantu penulis baik secara moril maupun materiil. Untuk itu dengan tulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Endang Sulistyasari, MS sebagai pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu di tengah-tengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan dan arahan yang sangat bermanfaat kearah kebaikan skripsi ini.
2. Drs. Hamdan Daulay, M. Si selaku Penasehat Akademik bagi penulis.
3. Bapak dan Ibu dosen UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah membekali berbagai ilmu kepada penulis yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini khususnya dan untuk masa depan penulis.
4. Bapak dan Ibu pegawai TU yang telah membantu dalam pengurusan administrasi penulis dalam menyelesaikan studi di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Bapak dan Ibu TU UPT Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga atas informasi yang telah diberikan kepada penulis.

6. Bapak dan ibu-ku serta saudara-saudariku yang telah memberikan semangat perjuangan yang besar dalam perjalanan hidup ini sehingga termotivasi untuk menyelesaikan studi. Dan mas “moejeeb” thanks atas semua rasa yang telah diberikan pada penulis.
7. Buat “ning-nung” yang tak pernah lelah membantu penulis menyelesaikan skripsi baik moril maupun materiil. Untuk Gayug makasih atas waktu dan komputernya
8. Kepada semua teman KPI-C '01, muna, d-wei', rini, dhani, eno', dan buat “zidni” semoga cepat sembuh. Serta buat teman-teman penulis yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu, tetaplah berjuang untuk kesuksesan dan jangan pernah menyerah
9. Kepada alumni Assalaam khususnya angkatan '01 makasih dukungannya, juga buat “siti” makaih bantuannya.

Semoga skripsi yang merupakan karya sederhana ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan meridhoi perjuangan kita dalam mengembangkan wacana keilmuan khususnya Komunikasi dan Penyiaran Islam. Amin.

*Billahi Fi Sabililhaq, Fastabiqul Khairat.*

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Yogyakarta, 25 April 2006

Penulis

**Syarifah Arbaini Apriana A**

NIM. 01210636

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN NOTA DINAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	4
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	10
E. Kerangka Teoritik .....	10
F. Tinjauan Pustaka.....	14
G. Hipotesis .....	15
H. Metode Penelitian .....	16
BAB II DESKRIPSI PENGGUNAAN MEDIA INTERNET DAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI DAKWAH	
A. Tinjauan umum tentang media Internet	
1. Sejarah dan perkembangan internet .....	26
2. Pengertian Internet .....	27
3. Fasilitas-fasilitas internet .....	29
4. Manfaat Internet .....	32
5. Pengguna Internet .....	33

6. Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan media internet .....	33
B. Tinjauan Umum tentang Informasi Dakwah	
1. Pengertian Informasi Dakwah .....	33
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi dakwah .....	35
3. Islam alam dunia Internet .....	37
<b>BAB III GAMBARAN UMUM</b>	
A. Sejarah singkat dan penggunaan internet di UPT Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga	
1. Sejarah berdirinya internet UPT Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga .....	39
2. Keadaan Pengguna Internet ( <i>Internet User</i> ) di UPT Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga .....	40
B. Sejarah dan Perkembangan Situs myquran.com	
1. Sejarah berdirinya situs myquran.com .....	43
2. Visi, Misi dan tujuannya .....	44
3. Team Operasional .....	45
4. Fasilitas Program .....	46
5. Sistem Dana .....	48
6. Strategi pengembangan, target dan sasaran .....	48
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Responden .....	52
B. Analisis Statistik .....	55
1. Hasil uji coba instrument .....	58
2. Analisis Korelasi secara Parsial .....	59
3. Pengujian Hipotesis .....	60
4. Interpretasi Hasil Analisis .....	61

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan .....	68
B. Saran-saran .....	69
C. Kata Penutup .....	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

CURICULUM VITAE

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pengembangan Instrumen .....	21
Tabel 1.2	Skala Likert Instrumen .....	22
Tabel 3.1	Data pengguna internet UPT Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga .....	42
Tabel 4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Usia .....	53
Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Fakultas .....	54
Tabel 4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Semester .....	55
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Media Internet .....	56
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Informasi Dakwah .....	57
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas .....	58
Tabel 4.8	Pedoman Penggolongan Kriteria Koefisien Korelasi .....	59
Tabel 4.9	CorrelationsTabel .....	60



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Untuk lebih memudahkan pembaca dalam memahami judul skripsi ini serta untuk menghindari dari salah pengertian dan pemaknaan atasnya, maka penulis perlu mendiskripsikan dan memberi batasan beberapa istilah pada judul “Korelasi antara Penggunaan Media Internet dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Dakwah (Penelitian terhadap Pengunjung Situs Myquran.com di Internet UPT Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga)”, sebagai berikut:

#### 1. Korelasi

Korelasi adalah keterkaitan; Penghubungan dua masalah yang tidak saling menyebabkan.<sup>1</sup> Sedangkan dalam kamus Bahasa Indonesia Kontemporer kata “ korelasi” diartikan sebagai: a. keadaan berhubungan, b. sesuatu yang menghubungkan dua tempat, c. kaitan; sangkut paut, d. ikatan; pertalian keluarga persahabatan dan sebagainya, e. jaringan yang terwujud karena interaksi antara satuan-satuan yang aktif.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Achmad Maulana, dkk, *Kamus Ilmiah Populer Lengkap*, (Yogyakarta: Absolut, 2004), hlm.247

<sup>2</sup> Peter Salim & Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, (Modern English Press; Jakarta, 1991), hlm 537.

Dan dalam Ilmu statistik, "korelasi" diberi pengertian sebagai hubungan antara dua variabel atau lebih.<sup>3</sup> Yang dimaksud "Korelasi" dalam penelitian ini adalah hubungan antara dua variabel yaitu antara "pengguna media internet" dengan "pemenuhan kebutuhan informasi dakwah melalui media internet".

## 2. Media Internet

Kata media berasal dari bahasa Latin dan merupakan bentuk jamak dari *medium* yang secara harfiah berarti perantara atau pengantar. Banyak batasan yang diberikan orang tentang media. Asosiasi Pendidikan Nasional (National Education Association /NEA) mengatakan bahwa media adalah bentuk-bentuk komunikasi baik tercetak maupun audio visual serta peralatannya. Media hendaknya di manipulasi, dapat dilihat didengar dan dibaca. Jadi media adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang fikiran, perasaan, perhatian dan minat perhatian penerima pesan sedemikian rupa sehingga proses belajar terjadi.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan* (Jakarta: Rajawali Press, 1992), hlm. 167.

<sup>4</sup> Arif S Sadiman, *Media Pendidikan (Pengertian, Pembangunan, dan Pemanfaatan)*, (Jakarta: Rajawali, 1986), hlm.6.

Internet merupakan singkatan dari *internet work*.<sup>5</sup> Dan Internet adalah jaringan komputer besar yang menghubungkan berbagai macam jaringan komputer di seluruh dunia.<sup>6</sup> Jadi media internet adalah salah satu alat perantara penyampai pesan melalui jaringan komputer besar yang menghubungkan berbagai macam jaringan komputer di seluruh dunia.

### 3. Informasi Dakwah

Kata informasi dan kata dakwah adalah serapan dari bahasa asing yaitu berasal dari bahasa Inggris dan bahasa Arab.<sup>7</sup> Informasi adalah kabar, pemberitahuan, keterangan, pengertian dan penerangan.<sup>8</sup> Sedangkan kata dakwah yang berarti ajaran agama yang disampaikan, disebarkan, diajarkan kepada umat.<sup>9</sup> Jadi informasi dakwah adalah pemberitahuan mengenai ajaran agama kepada umat.

### 4. Myquran.com

Myquran.com adalah salah satu situs Islam Indonesia yang *online* sejak tahun 1999, yang dikelola oleh Ir. Atmonadi. Situs ini memiliki visi dan misi untuk melakukan dakwah Islamiyah melalui dunia maya. Myquran.com menyediakan informasi dakwah juga fitur-fitur menarik yang bermanfaat sebagai sarana mempertebal keimanan

---

<sup>5</sup> Widodo, Dian, *Kamus Internet* (Yogyakarta: Andi Offset, 1996), hlm.136.

<sup>6</sup> Andi, *Kamus Lengkap Dunia Komputer*, ( Semarang: Wahana Komputer, 2002 ) hlm. 165

<sup>7</sup> J.S Badudu, *Kamus Kata-kata Serapan Asing dalam Bahasa Indonesia*, (PT. Gramedia: Jakarta, 2003), hlm. 153.

<sup>8</sup> *Ibid.*, hlm 167.

<sup>9</sup> *Ibid.*, hlm. 48

kaum muslimin kepada Allah SWT. Situs ini dapat dibuka di [www.myquran.com](http://www.myquran.com).<sup>10</sup>

#### 5. Internet UPT Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Internet UPT Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga merupakan lokasi diadakannya penelitian ini. Fokus pada penelitian ini yaitu pada pengunjung Internet UPT Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga khususnya yang pernah membuka situs Myquran.com.

Dari uraian di atas, yang dimaksud dengan judul “Korelasi Antara Penggunaan Media Internet dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Dakwah (Penelitian Terhadap Pengunjung Situs Myquran.com di Internet UPT perpustakaan UIN Sunan Kalijaga) adalah hubungan antara dua variabel, yaitu variabel penggunaan media internet dengan variabel pemenuhan informasi dakwah yang mengambil obyek pada situs Myquran.com dan sampelnya pada pengguna situs tersebut di Internet UPT perpustakaan UIN Sunan Kalijaga.

### **B. Latar Belakang Masalah**

Peradaban masa kini lazim disebut “peradaban masyarakat informasi”, dimana informasi menjadi salah satu komoditas primer, dan bahkan dapat menjadi sumber kekuasaan karena dengan informasi pendapat umum (*publik opinion*) dapat dibentuk untuk mempengaruhi serta mengendalikan pikiran, sikap dan perilaku orang lain. Dalam

---

<sup>10</sup> Tono Hendroyono, *Dunia Islam si Internet*, ( KATTA: Solo, 2004 ), hlm 76.

peradaban masyarakat informasi ini, media internet merupakan salah satu sarana komunikasi massa yang sedang digemari masyarakat terutama kalangan menengah ke atas dan intelektual. Media internet telah mengubah pola pikir pengetahuan, sikap, perilaku dan gaya hidup penggunanya karena kemasan informasinya. Media ini sangat efektif dalam menyampaikan pesan. Perubahan-perubahan yang terjadi di masyarakat dapat dilihat pada berubahnya sistem berkorespondensi dari berkirim surat melalui pos menjadi *e-mail*, sistem berbisnis komersional menjadi *e-business* atau *e-commerce* derivasinya seperti *e-cash* atau *e-money*. Dalam bidang agama, dakwah dapat dilakukan melalui media internet yang disebut sebagai *e-dakwah*.<sup>11</sup>

Jaringan internet berkembang begitu pesat, dan telah memberikan fasilitas memadai untuk dakwah secara efektif dan efisien karena jarak, waktu dan ruang dapat diatasi tanpa mengurangi pencapaian tujuan dakwah yang signifikan. Terbukti media internet memfasilitasi berbagai website porno yang berdampak negatif bagi moralitas masyarakat, terutama generasi muda. Oleh karena itu, jelas bahwa peranan media internet sangat signifikan bagi perubahan baik yang bersifat destruktif maupun konstruktif. Perubahan masyarakat yang berorientasi pada peningkatan kualitas keberagaman merupakan penambahan konstruktif yang dapat dicapai dengan pemanfaatan website Islami. Dakwah melalui media internet dengan beragam website Islami ini telah memberikan

---

<sup>11</sup> Fathul Wahid, *e-Dakwah (dakwah melalui internet)*, (Yogyakarta, Gava Media, 2004), hlm. 19

gratifikasi kebutuhan informasi keagamaan bagi penggunanya (*user*). Internet user yang mengunjungi websites Islami diberi keleluasaan untuk memilih format-format yang dikehendakinya. Berbagai format yang disediakan websites antara lain dialog agama, artikel, cerita pendek Islami dan lain-lain.

Beberapa websites Islam yang mudah diakses antara lain: Ajang Kita, Padhang Mbulan, Indo Halal, Bening Hati dan My Quran.

#### 1. Ajang Kita

Ajang Kita merupakan situs yang mengutamakan ajang diskusi santai dan akrab. Forum diskusi tersebut terbagi menjadi berbagai kategori antara lain kategori keseharian yang berisi topik curhat dan pergaulan, forum konsumen, kesehatan dan dunia kerja. Situs ini bisa dibuka pada alamat [www.ajangkita.com/forum/](http://www.ajangkita.com/forum/). Kategori lain dalam forum diskusi ini adalah wacana, teknologi informasi, minat khusus, khas Islam, ta'aruf dan pergaulan Islami, muslimah masalah keislaman, dunia ghaib, nasyid, dan lain-lain. Sedangkan dalam kategori dialog antar agama terbuka bagi peserta diluar agama Islam untuk berdiskusi tentang agama Islam. selain materi-materi serius yang ditawarkan ada juga rubrik "ragam" yang cukup santai. Disini peserta bisa mengirimkan koleksi humor, cerita-cerita lucu, artikel 'out of topic' dan diskusi santai.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> <http://ajangkita.com/home/jatidiri>. akses 3 desember 2005

## 2. Padhang Mbulan

Padhang Mbulan adalah situs yang bermula dari pengajian yang diasuh oleh Emha Ainun Najib yang sangat populer di tanah air. Kaum muslimin yang ingin mengikuti pengajian ini tetapi tidak punya banyak waktu dan kesempatan, bisa mengunjungi situsnya di [www.padhangmbulan.com](http://www.padhangmbulan.com). Komunitas yang mengusung selogan 'Menata Hati Menjenihkan Pikiran' ini sarat dengan ajaran-ajaran nilai Islam, di dalam halaman web-nya pun banyak dijumpai tulisan-tulisan penjernih pikiran maupun informasi kegiatan yang bisa diikuti oleh kaum muslimin. Menu utama situs padhang mbulan diantaranya adalah liputan *online*, gardu (obrolan khas Cak Nun menyikapi topik yang beredar dimasyarakat saat ini), perpustakaan digital Emha, Kyai Kanjeng, lembar maiyah, geese studio, warung maiyah dan galeri. Situs ini banyak memuat artikel-artikel bermutu, yang sebagiannya ditulis oleh Cak Nun.<sup>13</sup>

## 3. IndoHalal

Indo Halal adalah situs yang mengajak kaum muslimin untuk menghindari mengkonsumsi produk-produk yang diharamkan dalam agama Islam, dengan motto 'bersama membangun gaya hidup halal'. Indo Halal menyajikan daftar produk-produk halal yang beredar di Indonesia. Situs ini bisa diintip di [www.indohalal.com](http://www.indohalal.com). Selain menyajikan produk halal, situs IndoHalal juga menyediakan info dan

---

<sup>13</sup> Tono, *Op Cit.*, hlm. 70

artikel halal, daftar produk meragukan, konsultasi halal, dan dapur halal. Dalam fitur ‘produk halal’, pengunjung dapat melihat produk-produk bebas konsumsi yang terbagi dalam beberapa kategori. Kategori dibedakan atas jenis produknya, misalnya kelompok daging dan rumah potong, kelompok ikan dan produk olahan, kelompok susu, keju dan es krim, kelompok mie instant dan sebagainya. Sedangkan dalam fitur ‘konsultasi halal’ pengunjung dapat menanyakan apa saja yang berkaitan dengan halal atau haramnya suatu produk.

#### 4. Bening Hati

Komunitas Bening Hati terkenal dengan manajemen qolbunya. Kajian yang dilakukan oleh Komunitas ini sangat mengena hati umat Islam karena dikemas sangat menarik dengan bidang kajian yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Dalam berbagai kesempatan kajian tidak hanya membahas tentang keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT saja, tetapi juga menyangkut kehidupan masyarakat modern seperti kepemimpinan, dunia wirausaha, hubungan antar sesama, manajemen keluarga dan sebagainya. Kajian komunitas ini sekarang bisa diikuti lewat internet, dengan alamat situs [www.manajemen\\_qolbu.com](http://www.manajemen_qolbu.com). bahkan dengan mengintip halaman situs ini, pengunjung mendapat keuntungan yang lebih daripada mengikuti kajian secara konvensional. Kelebihan situs manajemen qalbu diantaranya adalah fitur-fiturnya yang tersedia lengkap, mulai dari

berita terkini, agenda pekan ini, kajian yang selalu di *up date*, sms iklan, artikel-artikel Islami dan masih banyak lagi.<sup>14</sup>

#### 5. My Quran

Diantara berbagai websites Islam tersebut, Myquran.com merupakan salah satu situs yang ramai dikunjungi internet user, karena situs ini terkenal dengan layanan e-mailnya yang *powerfull*. Dalam situs ini ditawarkan fitur-fitur yang menarik antara lain berita-berita terbaru dan artikel kiriman dari member Myquran.com, tangkas cerita yang berisi game-game yang bisa langsung dimainkan di halaman situs ini, forum Myquran yang sebagian besar berisi perkenalan dan perjodohan, dan sebagainya. Fitur menarik lainnya yaitu 'kisah indah' yang berisi cerita-cerita keislaman yang patut diteladani oleh kaum muslimin.

Dalam setiap situs mempunyai karakteristik tersendiri dengan jenis pesan-pesan terkini, penyampaian pesan dan tingkat efektifitas yang berbeda satu sama lain. Karenanya perlu dikaji lebih mendalam mengenai hubungan antara penggunaan media (dalam hal ini situs Myquran.com) dengan pemenuhan kebutuhan informasi keagamaan bagi *Internet user*.

---

<sup>14</sup> Dikutip dari <http://manajemen.qalbu.com>, (akses tgl 5 Des 05).

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan deskripsi latar belakang masalah di muka, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: Adakah korelasi antara penggunaan media internet pada situs Myquran.com dengan pemenuhan kebutuhan informasi dakwah?

### **D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Tujuan Penelitian:

Untuk mengetahui apakah ada korelasi antara penggunaan media internet pada situs Myquran.com dengan pemenuhan kebutuhan informasi dakwah melalui internet.

Kegunaan Penelitian:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi para pelaku dakwah, terutama melalui media internet.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk kemajuan ilmu komunikasi khususnya komunikasi penyiaran Islam.

### **E. Kerangka Dasar Teoritik**

Untuk mengetahui hubungan antara penggunaan media internet dengan pemenuhan kebutuhan informasi dakwah melalui media internet penulis lebih dahulu mengemukakan teori "*Uses and Gratification*". Teori ini diajukan oleh Jay G. Blumer, Elihu Katz, dan Michael Gurevitch

mengatakan bahwa “penggunaan media massa akan menimbulkan kepuasan (pemenuhan) kebutuhan bermedia”.<sup>15</sup>

Kebutuhan secara psikologis dan sosial dapat menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang lain (keterlibatan pada kegiatan yang lain), dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, barangkali termasuk juga yang tidak kita inginkan. Ada lima asumsi dasar dari teori ini yaitu:

1. Khalayak dianggap aktif; artinya sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
2. Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak.
3. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhan.
4. Banyak tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak maksudnya orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada asumsi-asumsi tertentu.
5. Penelitian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

---

<sup>15</sup> Endang Sulistyasari, *Penelitian Survei* (Yogyakarta: Andi Offset 2002), hlm. 67.

Persoalan paling utama yang dihadapi oleh *webmaster* adalah *internet user*. Persoalan ini tentu sangat erat kaitannya dengan programmer yang dilakukan oleh situs itu sendiri. Pada perusahaan media massa, sektor kualitas informasi dan fasilitas termasuk kunci utama mendapatkan dan mempertahankan *internet user*. Karena *user* yang baik tentu akan menilai dan membuat persepsi sendiri terhadap kualitas dan fasilitas yang diterima.

Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau pengguna atau pelanggan. Penggunalah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga merekalah seharusnya menentukan kualitas jasa.<sup>16</sup>

Persepsi pengguna internet terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh terhadap kualitas jasa yang diterima dan dinikmati. Hasil persepsi yang diterima pengguna situs inilah yang kemudian mengindikasikan terhadap pengguna, apakah mereka merasa puas atau tidak terhadap fasilitas yang disediakan oleh situs. Uraian tersebut menunjukkan betapa kepuasan (pemuhan) informasi Islam merupakan aspek vital dalam rangka pertahanan dakwah dan memenangkan persaingan terhadap globalisasi.

---

<sup>16</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), hlm.61.

Selain itu untuk melihat pertemuan khalayak dengan media DeFleur dan Ball-Rokeach merumuskan tiga kerangka teoritis yaitu.<sup>17</sup>

1. *Individual Differences Theory* ( Teori Perbedaan Individual )

Perspektif perbedaan individual memandang bahwa sikap dan organisasi personal psikologis individu akan menentukan bagaimana individu memilih stimuli dari lingkungan dan bagaimana ia memberi makna pada stimuli tersebut. Setiap orang mempunyai potensi biologis. Pengalaman belajar dan lingkungan yang berbeda. Perbedaan ini menyebabkan pengaruh media massa yang berbeda pula.

2. *Social Differences Theory* ( Teori Kategori Sosial )

Perspektif kategori sosial berasumsi bahwa dalam masyarakat terdapat kelompok-kelompok sosial, yang reaksinya pada stimuli tertentu cenderung sama. Golongan sosial berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan, pendidikan, tempat tinggal dan keyakinan beragama menampilkan kategori respon. Anggota-anggota kategori tertentu akan cenderung memilih isi komunikasi yang sama dan akan memberi respon kepadanya dengan cara yang hampir sama pula.

3. *Social Relationship Theory* ( Teori Hubungan Sosial )

Perspektif hubungan sosial menentukan pentingnya peranan hubungan sosial yang informal dalam mempengaruhi reaksi orang terhadap media massa. Perspektif ini tampak pada model “*two step flow of communication*”. Dalam model ini, informasi bergerak melalui dua

---

<sup>17</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: PT. Rosdakarya 2005), hlm.203.

tahap. Pertama; informasi bergerak pada sekelompok individu yang relatif lebih tahu dan sering memperhatikan media massa. Kedua; informasi dari orang-orang itu disebut “pemuka pendapat” dan kemudian melalui saluran-saluran interpersonal disampaikan kepada individu yang bergantung kepada mereka dalam hal informasi.

#### **F. Tinjauan Pustaka**

Media internet bukan hanya sebagai sarana informasi atau hiburan, kita dapat menyikapinya dengan positif perkembangan teknologi informasi dengan memanfaatkan segala kelebihan yang ada dalam jaringan internet untuk berdakwah.

Menurut penelitian yang dilakukan Maman Herdiansyah terhadap pemanfaatan internet yaitu “Dakwah Melalui Internet Studi Terhadap taruna\_al-qur’an.org (Swara Quran Online)” menyimpulkan bahwa dakwah yang dikembangkan oleh www.taruna.alqur’an.org dikemas dalam berbagai bentuk program dakwah yaitu tawaran BMT (bertujuan untuk meningkatkan ekonomi kaum lemah dan mensosialisasikan ajaran Islam untuk sadar akan zakat, infak dan shodaqoh), BIH (usaha biro perjalanan haji dan umroh), dan program baca artikel (mensosialisasikan ajaran Islam yang berlandaskan Al-Quran dan As-sunnah).<sup>18</sup>

Studi lain yang dilakukan oleh Siti Arif Nuryanti yaitu “Cerita Pendek Islami Pada Situs Myquran.com (Telaah tentang kriteria, realisasi dan respon

---

<sup>18</sup> Maman Herdiansyah, “Dakwah Melalui Internet Studi Terhadap taruna\_al-qur’an.org (Swara Quran Online),” Skripsi S-1 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2004), hlm. 80.

anggota)”. Hasil penelitian ini menjelaskan bentuk lain dari dakwah yaitu dengan carita yang Islami di media internet. Karena perlu diperhatikan krtiteria cerpen Islami di mdia catak dapat berbeda dengan versi situs Islam seperti Myquran.com. adapun kriteria carpen Islami menurut redaktur situs Myquran yaitu tema apapun dapat diangkat dalam sebuah cerpen asalkan memiliki nilai-nilai Islami, tidak boleh mengandung unsur pornografi tapi menyerukan tentang amar ma’ruf nahi munkar serta harus dapat membawa implikasi-implikasi kebaikan bagi pembaca.<sup>19</sup>

Dakwah dalam media dapat hadir dalam berbagai program yang intinya mengulas tentang agama dan berbagai aspeknya, baik di media catak maupun media elektronik.<sup>20</sup> Namun sejak kehadiran internet, teknologi untuk dakwah seakan menjadi lebih lengkap, banyak harapan dan juga kekhawatiran yang muncul sejalan dengan semakin meluasnya teknologi ini.<sup>21</sup> Sejalan dengan berkembangnya media internet dan juga dakwah melalui media ini penulis melanjutkan penelitian dengan mencari korelasi antara *internet user* dengan pemenuhan kebutuhan informasi mereka.

## G. Hipotesis

Hipotesis Altenatif (Ha): Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara penggunaan media internet pada situs Myquran.com dengan pemenuhan kebutuhan informasi dakwah.

---

<sup>19</sup> Siti Arif Nuryanti, “Cerita Pendek Islami Pada Situs Myquran (Telaah tentang kriteria, realisasi dan respon anggota),” Skripsi S-1 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2003), hlm.85.

<sup>20</sup> Fathul Wahid, *Op Cit.*, hlm.16

<sup>21</sup> *Ibid.*, hlm.17

anggota)”. Hasil penelitian ini menjelaskan bentuk lain dari dakwah yaitu dengan carita yang Islami di media internet. Karena perlu diperhatikan kriteria cerpen Islami di media cetak dapat berbeda dengan versi situs Islam seperti Myquran.com. Adapun kriteria cerpen Islami menurut redaktur situs Myquran yaitu tema apapun dapat diangkat dalam sebuah cerpen asalkan memiliki nilai-nilai Islami, tidak boleh mengandung unsur pornografi tapi menyerukan tentang amar ma’ruf nahi munkar serta harus dapat membawa implikasi-implikasi kebaikan bagi pembaca.<sup>19</sup>

Dakwah dalam media dapat hadir dalam berbagai program yang intinya mengulas tentang agama dan berbagai aspeknya, baik di media cetak maupun media elektronik.<sup>20</sup> Namun sejak kehadiran internet, teknologi untuk dakwah seakan menjadi lebih lengkap, banyak harapan dan juga kekhawatiran yang muncul sejalan dengan semakin meluasnya teknologi ini.<sup>21</sup> Sejalan dengan berkembangnya media internet dan juga dakwah melalui media ini penulis melanjutkan penelitian dengan mencari korelasi antara *internet user* dengan pemenuhan kebutuhan informasi mereka.

## G. Hipotesis

Hipotesis Alternatif (Ha): Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara penggunaan media internet pada situs Myquran.com dengan pemenuhan kebutuhan informasi dakwah.

---

<sup>19</sup> Siti Arif Nuryanti, “Cerita Pendek Islami Pada Situs Myquran (Telaah tentang kriteria, realisasi dan respon anggota),” Skripsi S-1 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2003), hlm.85.

<sup>20</sup> Fathul Wahid, *Op Cit.*, hlm. 16

<sup>21</sup> *Ibid.*, hlm. 17

Hipotesis Nihil (Ho): Tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara penggunaan media internet dengan pemenuhan kebutuhan informasi dakwah.

## H. Metode Penelitian

Untuk memperoleh data yang obyektif dalam penelitian perlu adanya metode, maka penulisan skripsi ini penulis menggunakan beberapa metode penelitian. Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.

### 1. Tehnik Pengambilan Sampel

#### a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>22</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung situs Myquran.com di internet UPT Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Berdasarkan observasi di UPT Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga, jumlah anggotanya hingga saat ini adalah seluruh mahasiswa UIN SuKa 2002 - sekarang yaitu 18000 orang tapi ini belum dipisahkan dengan yang aktif menggunakan perpustakaan dan yang tidak aktif (yang sudah lulus dan yang belum lulus)

---

<sup>22</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV Alfabeta, 2003), hlm. 72.

Namun yang sering menggunakan internet UPT UIN SuKa hanya 10%-nya saja.<sup>23</sup>

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang dianggap mewakili populasi keseluruhan.<sup>24</sup> Dalam penelitian ini menggunakan tehnik *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.<sup>25</sup> Sampel pada penelitian ini adalah pengguna situs Myquran.com yang diambil secara acak oleh peneliti yang dianggap mewakili jumlah populasi.

Dalam pengambilan sampel biasanya peneliti sudah menentukan terlebih dahulu besarnya jumlah sampel. Apabila jumlah sampel lebih kecil dari seratus orang maka lebih baik di ambil semuanya, jika subyeknya lebih dari seratus orang maka diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih.<sup>26</sup>

Jumlah sample yang penulis ambil pada saat penelitian terhitung dari tanggal 16 januari sampai 20 januari 2006 yakni 400 orang dan di ambil 10%-nya yaitu 40 responden.

---

<sup>23</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Wuri (pengurus perpustakaan bag. Informasi), tanggal 12 Oktober 2005.

<sup>24</sup> *Op. Cit.*, hlm 73.

<sup>25</sup> *Ibid.*, hlm 74.

<sup>26</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Paktek* (Jakarta: Rieke Cipta, 1998), hlm. 106.

## 2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan pengumpulan data:

### a. Observasi

Metode observasi merupakan pengamatan dan pencatatan dengan sistematis tentang fenomena-fenomena yang diselidiki.<sup>27</sup> Karl Weick mendefinisikan observasi sebagai pemilihan, pengubahan, pencatatan, dan pengkodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan *organisme in situ*, sesuai dengan tujuan-tujuan empiris.<sup>28</sup> Observasi yang dipilih penulis ialah model observasi terstruktur dimana observasi ini dirancang secara sistematis tentang apa yang akan diamati dan dimana tempatnya. Metode ini digunakan untuk meyakinkan kebenaran data yang diperoleh dengan data questioner.

### b. Angket (*Questioner*)

Angket (*questioner*) adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon (responden) sesuai dengan permintaan pengguna.<sup>29</sup> Penyebaran angket dilakukan peneliti dengan cara memberikan daftar pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada pengguna media internet pada situs myquran di UPT Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Jogjakarta, responden dimohon menjawab dengan situasi sebenarnya dengan cara memberi tanda (√) pada kolom yang telah disediakan.

---

<sup>27</sup> *Ibid.*, hlm.136.

<sup>28</sup> Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, cet. Ke VIII 2002), hlm.83.

<sup>29</sup> Ridwan, *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2003), hlm.25.

Tujuan penyebaran angket ini adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan. Disamping itu responden mengetahui informasi tertentu yang diminta.<sup>30</sup> Instrumen penelitian digunakan sebagai alat analisis data dan juga membantu mengumpulkan data.

### 3. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel. Untuk merancang alat ukur (kuesioner) perlu dilakukan operasionalisasi variabel yang akan diteliti permasalahannya, sebagai berikut:

variabel bebas (independent variabel) penggunaan media internet:

- penggunaan situs myquran.com
- penggunaan situs manajemen qalbu
- penggunaan situs lainnya.

Variabel tergantung (dependent variabel) Pemenuhan kebutuhan informasi dakwah:

- Informasi agama Islam
- Informasi kebenaran isu-isu Islam

---

<sup>30</sup> *Ibid.*, hlm.26

- Referensi bahan kuliah
- Referensi bahan dakwah

#### 4. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah merupakan alat bantu yang digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti. Pada penelitian ini instrument yang digunakan adalah kuesioner atau angket yang bersisi butir-butir pertanyaan untuk diisi oleh responden yaitu pengguna media internet pada situs myquran.com di UPT perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Instrumen ini digunakan untuk mengukur korelasi penggunaan media internet terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dakwah. Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert dan bentuknya kuesioner.

Agar diperoleh tentang angket variabel yang akan diteliti, maka pengembangannya diperlukan kisi-kisi pembuatan dan pengembanan sebagai berikut.

**Tabel 1.1.**  
**Pengembangan Instrumen**

VARIABEL	INDIKATOR	ITEM
PENGUNAAN MEDIA INTERNET (X)	1. Pemanfaatan media internet di perpustakaan.	1 – 4
	2. Penggunaan situs –situs Islam	5 – 6 7 - 8
	3. Kemudahan dalam mengoperasikan internet perpustakaan	9 – 10
	4. Kemudahan dalam mengakses situs My quran di internet perpustakaan	
PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI DAKWAH (Y)	1. Tercukupinya permasalahan yang dicari	11 – 14
	2. Terpenuhinya Ilmu Pengetahuan Agama Islam	15 – 16
	3. Materi sesuai dengan yang diinginkan	17 – 18
	4. Pemateri yang memuaskan	19 – 20

Sumber<sup>31</sup>

Dari pengembangan instrumen penelitian tersebut kemudian disusun beberapa item pertanyaan kuesioner. Untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi sampel terhadap instrumen dari pertanyaan yang diajukan digunakan skala likert. Dengan Skala Likert variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang dijadikan titik tolak

<sup>31</sup> Muh. Ghafur Wibowo, *Optimalisasi Penggunaan Internet Dalam Aktifitas Dakwah Organisasi Massa Islam: (Muhammadiyah & Nahdatul Ulama)*, (www. Muhammadiyah.or.id, akses 6 juli 2006)

untuk menyusun item-item pertanyaan.<sup>32</sup> Interval Skala Likert yang digunakan menunjukkan nilai atau skor sebagaimana berikut:

**Tabel 1.2**  
**Skala Likert Instumen**

No	Variabel	Alternative jawaban	Skor
1	PENGGUNAAN MEDIA INTERNET (X)	1. Sangat Sering	5
		2. Sering	4
		3. Kadang-kadang	3
		4. Hampir Tidak Pernah	2
		5. Tidak Pernah	1
2	PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI DAKWAH (Y)	1. Sangat Setuju	5
		2. Setuju	4
		3. Ragu-ragu	3
		4. Tidak Setuju	2
		5. Sangat Tidak Setuju	1

Sumber<sup>33</sup>

#### 6. Teknik Analisa Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan program *SPSS Versi 10 For Windows*.

<sup>32</sup> Ridwan, *Op cit.*, hlm. 86.

<sup>33</sup> Ridwan, *Op Cit.*, hlm. 13

a. Data Kualitatif

Data yang berdasarkan pada jawaban angket kuesioner yang diberikan kepada pengguna internet pada situs myquran.com yang ada di internet UPT Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.. Klasifikasi identitas pada analisis data kualitatif meliputi nama, jenis kelamin, usia, tingkat semester dan tingkat fakultas.

b. Data Kuantitatif

Data kuantitatif ini juga berdasar pada angket kuesioner merujuk pada skor nilai setiap item pertanyaan. Data kuantitatif ini diolah dengan metode:

1) Uji Validitas

Uji validitas merupakan kriteria kesahihan yang harus dipenuhi sebelum instrumen digunakan dan diuji terlebih dahulu.<sup>34</sup> Jenis validitas yang dilakukan adalah validitas konstruk. Karena instrument yang mempunyai validitas konstruksi, jika instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur gejala sesuai dengan yang idefinisikan.<sup>35</sup> Dalam komputer pengujian ini menggunakan teknik *Pearson Correlation*.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini dimaksudkan untuk mengukur sejauh mana hasil suatu pengukuran yang telah dilakukan dapat dipercaya.<sup>36</sup> Uji ini menggunakan teknik *Internal Consistency/Split half* yaitu

---

<sup>34</sup> Suharsimi, Arikunto, *Op. Cit*, hlm. 160.

<sup>35</sup> Sugiono, *Op Cit*, hlm. 113

<sup>36</sup> *Ibid.*, hlm. 170.

melakukan percobaan instrument sekali saja, hasil analisis dapat digunakan untuk memprediksi reliabilitas instrument.<sup>37</sup> Dalam penelitian ini penulis melakukan sekali try out. Dalam komputer reliabilitas instrument dilakukan menggunakan *Chronbach Alpha*.

### 3). Analisis *Korelasi Product moment*

Untuk mengetahui ada tidaknya korelasi penggunaan media internet pada situs myquran.com terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dakwah, maka analisa data yang digunakan penulis adalah analisis statistik yaitu *korelasi product moment*, karena jenis data yang digunakan adalah interval dan jumlah variabelnya adalah dua variabel.<sup>38</sup> Selain itu, juga berfungsi untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara kedua variabel tersebut.

Adapun rumus dari *korelasi product moment*<sup>39</sup> yaitu:

$$r = \frac{N (\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2] \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r = Uji Korelasi.

N = Besaran Sampel.

---

<sup>37</sup> Sugiono, *Op Cit.*, hlm.122

<sup>38</sup> *Ibid.*, hlm. 181.

<sup>39</sup> Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 1995), hlm. 137

a) Uji Parsial (uji t-Statistik)

Merupakan uji dua sisi berdasarkan derajat kepercayaan yang telah ditentukan (%). Adapun t-hitung didapat dengan menggunakan rumus:

$$T_{Hitung} = \frac{\beta_i - \beta_1}{SE(\beta_1)}$$

Hipotesis:

$$H_o : \beta_i = 0$$

$$H_1 : \beta_i \neq 0$$

$H_o$  diterima jika t-hitung < t-tabel.  $H_o$  ditolak jika t-hitung > t-tabel. Jika  $H_o$  diterima artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika  $H_o$  ditolak berarti ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>40</sup>

c. Interpretasi hasil penelitian

Tahap Interpretasi adalah tahap menyimpulkan ketekaitan antara teori, hipotesis dan nilai korelasi yang di peroleh.

---

<sup>40</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif*, (Yogyakarta; UPP AMP YKPN 2001), hlm. 97-98.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Setelah memaparkan data dan menganalisanya, pada bab berikut penulis mengambil kesimpulan sebagai hasil penelitian. Dalam bab ini penulis juga mencoba menyampaikan saran berkaitan dengan penggunaan media internet dan pemenuhan kebutuhan informasi dakwah pada pengunjung situs myquran.com di UPT perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk kemajuan UPT perpustakaan dan website myquran.com dalam pemenuhan informasi Islam, sesuai dengan hasil analisa yang telah penulis temukan dan di bagian akhir penulis sampaikan kata penutup.

#### **A. Kesimpulan**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara penggunaan media internet dengan pemenuhan kebutuhan informasi dakwah pada pengunjung situs myquran.com di internet UPT Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Berdasarkan pada penelitian ini diketahui bahwa:

Hipotesis pertama menyatakan bahwa diduga penggunaan media internet pada situs myquran.com berhubungan secara positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dakwah. Berdasarkan hasil analisis korelasi product moment terbukti bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara penggunaan

media internet pada situs myquran.com dengan pemenuhan kebutuhan informasi dakwah. Dari hasil analisis korelasi diketahui bahwa nilai  $r_{xy}$  sebesar 0,835. Sehingga,  $H_1$  diterima dan menolak  $H_0$ . Ini berarti semakin tinggi menggunakan internet pada situs myquran maka semakin tinggi pula pemenuhan kebutuhan informasi dakwah sesuai dengan koefisien korelasinya. Hal ini sesuai dengan teori *Uses and Gratification*, yang berisi bahwa penggunaan media massa akan menimbulkan kepuasan (pemenuhan) kebutuhan bermedia.

## **B. Saran-saran**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan didasarkan pada kesimpulan di atas, maka saran-saran yang bisa disampaikan di antaranya:

1. Sebagai salah satu situs referensi terbaik bagi komunitas muslim sebaiknya terus mempertahankan keberadaannya dalam pemenuhan kebutuhan informasi Islam bagi para penggunannya.
2. Perlunya ruang khusus untuk layanan internet di UPT Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, hendaknya ada penambahan beberapa unit komputer sehingga bisa menambah waktu para penggunanya dalam mengakses situs di internet.

### **C. Kata Penutup**

Alhamdulillah, penulis panjatkan puji syukur kehadirat Allah swt yang telah memberikan waktu untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar strata satu.

Setelah penelitian tentang korelasi antara penggunaan media internet pada situs myquran.com dengan pemenuhan kebutuhan informasi dakwah, maka kemungkinan besar perlu adanya penelitian lebih lanjut yang lebih cermat dan mendalam tentang situs myquran.com bukan hanya dari segi pemenuhan kebutuhan informasi dakwah.

Demikian penulis susun skripsi ini, besar harapan penulis semoga penulisan skripsi ini dapat membawa kebaikan dan membawa manfaat dimasa yang akan datang. Amin

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Amrullah, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, (Yogyakarta: PLP2M, 1985)
- Andi, *Kamus Lengkap Dunia Komputer*, (Semarang: Wahana Komputer, 2002 )
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, (Jakarta: Rineka Cipta 1993)
- Badudu, *Kamus Kata-kata Serapan Asing dalam Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2003)
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemahannya*, (Semarang: CV. Asy-Syifa', 1992)
- Hendroyono, Tono, *Dunia Islam di Internet*, (Solo: KATTA, 2004 )
- Herdiansyah, Maman, "Dakwah Melalui Ineternet Studi Terhadap taruna al-qur'an.org (Swara Quran Online)," Skripsi S-1 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2004),
- Khair, Muhammad, *Peran Media Informasi Islam Dalam Pengembangan Ummat*, (Jakarta: Pustaka Al kautsar, 1996)
- Koswara, *Dinamika Informasi Dalam Era Global*, (Bandung: Rosda, 1998)
- Kuncoro, Mudrajad, *Metode Kuantitatif*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN 2001)
- Maulana, Achmad, dkk, *Kamus Ilmiah Populer Lengkap*, (Yogyakarta: Absolut, 2004).
- Muhammad, *Pelayanan Internet di UPT Perpustakaan IAIN Sunan Kalijaga*, (Yogyakarta: IAIN, 2003)
- Nuryanti, Siti Arif, "Cerita Pendek Islami Pada Situs Myquran (Telaah tentang kriteria, realisasi dan respon anggota)," Skripsi S-1 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2003)
- Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT.Rosdakarya 2005).
- , *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, cet. Ke VIII 2002).

- Ridwan, *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2003)
- Ruslan, Rusadi, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2004)
- Sadiman, Arif, *Media Pendidikan (Pengertian, Pembangunan, dan Pemanfaatan)*, (Jakarta: Rajawali, 1986)
- Salim, Peter & Salim, Yenny, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, (Jakarta: Modern English Press, 1991)
- Setiawan, *Internet Selayang Pandang, V. 5 seri 11*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 1996)
- Sianipar, Pandapotan, *Panduan menggunakan Internet*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 1996)
- Sudijono, Anas, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: Rajawali Press, 1992).
- Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV Alfabeta, 2003).
- Sulistiyasari, Endang, *Penelitian Survei*, (Yogyakarta: Andi Offset 2002)
- Tim penelitian dan pengembangan Wahana Komputer, *Kamus Istilah Internet*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1997)
- Tjiptono, Fandy, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004)
- Wahid, Fathul, *e-Dakwah (dakwah melalui internet)*, (Yogyakarta: Gava Media, 2004)
- Widodo, Dian, *Kamus Internet* (Yogyakarta: Andi Offset, 1996)
- Zulfikar., *Islam Virtual*, (Jakarta: MIFTA, 2003)

**Artikel:**

- Abed, 2003 tentang situs myquran.com, *Softwawe Yang Dicari Bisa Ditemukan Lewat Forum Ini*, (<http://myquran.com/tentangsitus>)
- Eddy, 2005. *Salah Satu Referensi Terbaik Bagi Komunitas Muslim*,-----  
-----

Harian Umum Kedaulatan Rakyat, *Jaringan Global Internet (3)*, RM. Roy Suryo.

Harian Umum Republika, *Mencari Islam di Internet, Dari Cyber Muslim sampai Digital Jihad*, Farid Gaban.

Harini, Sri, *Keberadaan Islam di Dunia Virtual*,  
[www.mediaindo.co.id/cetak/berita/asp](http://www.mediaindo.co.id/cetak/berita/asp)

[http:// myquran.com/cetak/berita](http://myquran.com/cetak/berita)