ANALISA PENGGUNAAN JANGKAUAN SIAR TELEVISI DAKWAH DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)*

Hafzan Elhadi[1], Sandra Jamu Kuryanti[2]
[1]Program Studi Sistem Informasi Kampus Kota Bogor, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta
e-mail: *[1]Hafzan@bsi.ac.id, [2]sandra.sjk@bsi.ac.id

Abstrak

Saat ini dunia dakwah sudah banyak memanfaatan media internet sebagai media penyebaran ilmu pengetahuan Islam kepada masyarakat terutama dengan menggunakan televisi internet atau yang biasa disebut dengan *live streaming*, namun fenomena ini perlu dilakukan pengkajian terhadap penggunaanya bagi masyarakat. Sehingga perlu diidentifikasi faktor-faktor apa saja yang saling berhubungan dan berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menyaksikan sebuah siaran televisi dakwah, menelusuri tingkat pengaruh kemudahan dan kemanfaatan dalam penggunaan internet. Model yang digunakan untuk menggambarkan hubungan faktor-faktor yang mempengaruhi minat penonton dalam menyaksikan siaran televisi ini adalah *Technology Acceptance Model (TAM)* pada perangkat lunak *Analysis of Moment Structure (AMOS)*. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *Percevied Ease Of Use (PEOU)* atau persepsi kemudahan dalam menggunakan televisi internet berpengaruh positif terhadap *Actual Using Of Sistem (AUS)* atau perilaku nyata dalam menggunakan sebuah sistem. Berdasarkan hasil penelitian ini terdapat kemudahan siaran televisi internet untuk disaksikan berpengaruh sebesar 90,1% terhadap pemakaian nyata, sehingga semakin mudah sebuah siaran televisi internet untuk diakses maka pemakaiannya akan semakin meningkat.

Kata kunci— Televisi Internet, siaran televisi dakwah, *live streaming, TAM, AMOS*

Abstract

At present the world of Da'wah has been making use of the internet as a medium for the spread of Islamic knowledge to the public, especially by using internet television or commonly referred to as live streaming, but this phenomenon needs to be assessed for its use for the community. So it is necessary to identify the factors that are interconnected and influence the interest of the public to watch a propaganda television broadcast, explore the level of influence of ease and usefulness in the use of the internet. The model used to describe the relationship of factors that influence audience interest in watching television broadcasts is the Technology Acceptance Model (TAM) in the Analysis of Moment Structure (AMOS) software. Hypothesis testing results indicate that the Percevied Ease of Use (PEOU) or perceived ease of use of internet television has a positive effect on Actual Using Of System (AUS) or real behavior in using a system. Based on the results of this study there is an ease of internet television broadcasts to be witnessed an effect of 90.1% on real usage, so that the easier an internet television broadcast to be accessed, the usage will increase.

Keywords— *Internet television, dakwah television, live streaming, TAM, AMOS*

I. PENDAHULUAN

Adanya televisi internet atau yang biasa disebut dengan *live streaming*, dengan pemanfaatan televisi internet ini user bisa mendapatkan informasi dan konten yang lebih detail dengan cara yang lebih santai dari pada membaca sebuah artikel berita.

Realitas tersebut bukan menjadi penghalang bagi umat Islam untuk bersikap tertutup dalam menyikapi perkembangan zaman, sehingga perlunya membuka diri pada perkembangan dan kemajuan teknologi sekaligus memanfaatkan media yang ada untuk perkembangan dan kemajuan umat, sehingga sebuah konten positif dan bermartabat dapat menjadi arahan dalam meng-*kanter* fenomena ini.

Saat ini dalam studi kasus berupa siaran televisi dakwah Rodja Tv yang selama ini sudah dapat diakses hanya melalui satelit menggunakan parabola dinilai belum cukup efektif mengingat masyarakat yang lebih cendrung memilih menggunakan antena UHF dan digital, hal ini membuat jangkauan siaran televisi ini menjadi terbatas, sehingga dibutuhkan sebuah inisiatif berupa penggunaan fasilitas internet untuk memuat konten televisinya yang saat ini sudah dapat diakses melalui halaman www.rodja.tv.

Namun hal ini sudah seharusnya dievaluasi dan dikaji secara mendalam, untuk mengetahui sisi penerimaan dakwah melalui televisi internet bagi masyarakat. Dari hasil observasi kami menunjukkan bahwa saat ini penyebab dari kegagalan penerimaan sebuah siaran dakwah melalui televisi internet di kalangan masayarakat masih banyak ditentukan oleh aspek keyakinan masyarakat dalam menerima sebuah materi dakwah, mengingat banyaknya hal-hal yang bukan bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah namun sudah menjadi kebiasaan yang turun temurun yang pada akhirnya akan membuat ummat ini kebingungan untuk mengikuti mana yang dianggapnya benar. Hal ini merupakan kajian yang harus diteliti dengan serius maka kami akan mengangkat bagaimana penilaian penonton terhadap efektifitas siaran televisi ini dari sisi komposisi program acaranya dan bagaimana eksistensinya ke depan berdasarkan sejauh mana penonton untuk berinisiatif mengajak kerabat terdekatnya untuk menyaksikan siaran ini.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Definisi dan Tujuan Dakwah

Dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benas sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka dunia dan akhirat [1].

Tujuan dari dakwah [2]:

1. Memanggil kita kepada syariat, untuk memecahkan persoalan berumah tangga baik persoalan hidup perseorangan atau persoalan berumah tangga, berjamaah-bermasyarakat, berbangsa-bersuku bangsa, bernegara, berantar negara.
2. Memanggil kita kepada fungsi hidup kita sebagai hamba Allah diatas dunia yang terbentang luas, berisikan manusia berbagai jenis, bermacam pola pendirian dan kepercayaan.
3. Memanggil kita kepada tujuan hidup kita yang hakiki

2.2 Definisi Internet

Internet adalah jaringan komputer terbesar yang ada di dunia pada saat ini, yang diberi nama jaringan komputer. [3]

2.3 Definisi Sreaming

Streaming adalah metose atau cara pengiriman file video atau audio dari server kepada klien sehingga dapat disaksikan secara langsung, tanpa harus mendownload dan menyimpan file tersebut. File-file video

dan audio tersebut tetap tersimpan dalam server. [4]

2.4 Pendekatan TAM

Technology Acceptance Model (TAM), diperkenalkan pertama kali oleh Davis pada tahun 1989. TAM dibuat khusus untuk pemodelan adopsi pengguna sistem informasi.

Tujuan utama TAM adalah untuk mendirikan dasar penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap (personalisasi), dan tujuan pengguna komputer. TAM menganggap bahwa dua keyakinan variabel perilaku utama dalam mengadopsi sisitem informasi, yaitu persepsi pengguna terhadap manfaat *(perceived usefulness)* dan persepsi pengguna terhadap penggunaan *(perceived ease of use).*

Perceived usefulness diartikan sebagai tingkat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya, dan perceived ease of use diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tidak diperlukan usaha apapun *(free of effort). perceived ease of use* juga berpengaruh pada *perceived usefulness* yang dapat diartikan bahwa jika seseorang merasa sistem tersebut mudah digunakan maka sistem tersebut berguna bagi mereka. [5].

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dalam pelaksanaannya melakukan beberapa cara seperti :

1. Wawancara

Penelitian ini teorinya merujuk pada penelitian sebelumnya namun karena penggunaan ruang lingkup penelitian ini bukan berorientasi kepada bisnis melainkan lebih kepada aspek sosial, maka peneliti perlu mewawancarai para praktisi dakwah Ahlus Sunnah yang berkompeten dalam menjawab permasalahan yang ditanyakan baik mengenai teknis Rodja Tv maupun konten dakwah yang disiarkan begitu juga dengan perkembangannya di lapangan, untuk lembaran wawancara dapa dilihat pada lampiran.

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti.[6]

2. Penyebaran Angket

Angket yang kami gunakan pada penelitian ini yaitu dengan dua cara, pertama dengan cara online yang dibuat menggunakan *google drive* kemudian diposting ke situs Rodja Tv, kedua dengan cara manual yaitu dengan menyebarkannya langsung pada event kajian sunnah kepada jamaah yang mengaku sering menyaksikan Rodja Tv.

Penelitian ini dlakukan untuk membuktikan hipotesis yang dibangun dengan pendekatan TAM, diuji menggunakan perangkat lunak AMOS, dengan metode ini akan dilakukan analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan internet tv dalam kajian keIslaman, penelitian ini merupakan penelitian explanatory mengenai hubungan kausal (sebab akibat) dari variabel-variabel yang diamati dan diteliti.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisa Data Kualitatif

Untuk menguatkan variabel tambahan yang diteliti berupa *User Loyalty* (UL) dan Expand Motivation (EM), penulis terlebih dahulu melakukan wawancara kepada tiga orang yang ahli di bidangnya yaitu sebagai praktisi dakwah yang telah lama berkecimpung di ranah Keilmuan Islam dan Penyebaran Dakwah ke berbagai

lapisan masyarakat nasional maupun Internasional.

4.2 Analisa Statistik Deskriptif

Pengujian atau analisa terhadap statistik deskriptif yang memberikan penjelasan berupa *range*, nilai minimum, maksimum, *sum*, nilai *mean* (rata-rata), standar deviasi, *skewness*, kurtosis dapat dilihat pada lampiran 6 (statistik deskriptif). Pada data tersebut bisa dilihat hasil sum dari statisktik deskriptif memiliki nilai minimal 352 dan maksimal 447. *Standar Deviation* 0.771980 memiliki nilai minimal 0.771980 dan maksimal 0.942376.

4.3 Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 1 Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Signifikansi	Hasil Hipotesis
H1 (PU – BITU)	0.435	Terima H0
H2 (PEOU – AUS)	***	Tolak H0
H3 (PEOU – BITU)	***	Tolak H0
H4 (UL – BITU)	0.965	Terima H0
H5 (EM – AUS)	0.120	Terima H0
H6 (UL - EM)	***	Tolak H0
H7 (PEOU – EM)	0.563	Terima H0
H8 (PU – EM)	0.159	Terima H0
H9 (BITU – EM)	0.820	Terima H0

(Hasil Penelitian, 2018)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa:

1. (H1) *Perceived Usefulness* (PU) atau persepsi manfaat menggunakan televisi internet memiliki hubungan yang negatif terhadap *Behaviour intention to Use* (BITU) atau kecendrungan prilaku pengguna untuk mau menggunakan sebuah sistem.
2. (H2) *Percevied Ease Of Use* (PEOU) atau persepsi kemudahan dalam menggunakan televisi internet berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Actual Using Of System* (AUS) atau perilaku nyata dalam menggunakan sebuah sistem.
3. (H3) *Percevied Ease Of Use* (PEOU) atau persepsi kemudahan dalam menggunakan televisi internet berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behaviour intention to Use* (BITU) atau kecendrungan prilaku pengguna untuk mau menggunakan sebuah sistem.
4. (H4) *User Loyality* (UL) atau kesetiaan user dalam menggunakan televisi internet memiliki pengaruh negatif terhadap *Behaviour intention to Use* (BITU) atau kecendrungan prilaku pengguna untuk mau menggunakan sebuah sistem.
5. (H5) *Expand Motivation* (EM) atau motivasi untuk menyebarkan televisi internet sebagai media dakwah memiliki pengaruh negatif terhadap *Actual Using of System* (AUS) atau Perilaku nyata dalam menggunakan sebuah sistem.
6. (H6*) User Loyalty* (UL) atau kesetiaan user dalam menggunakan televisi internet memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Expand Motivation* (EM) atau motivasi untuk menyebarkan televisi internet sebagai media dakwah
7. (H7) *Percevied Ease Of Use* (PEOU) atau persepsi kemudahan dalam menggunakan televisi internet memiliki pengaruh negatif terhadap *Expand Motivation* (EM) atau motivasi untuk menyebarkan televisi internet sebagai media dakwah.

8. (H8) *Perceived Usefulness* (PU) atau persepsi manfaat menggunakan televisi internet memiliki hubungan yang negatif terhadap *Expand Motivation* (EM) atau motivasi untuk menyebarkan televisi internet sebagai media dakwah.
9. (H9) *Behaviour intention to Use* (BITU) atau kecendrungan prilaku pengguna untuk mau menggunakan sebuah sistem memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Expand Motivation* (EM) atau motivasi untuk menyebarkan televisi internet sebagai media dakwah.

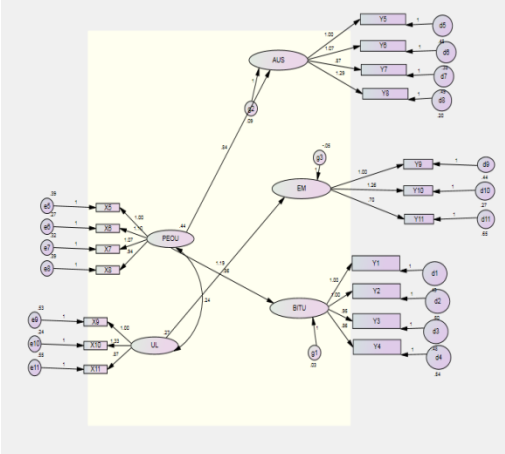
4.4 Interpretasi Model

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, maka dapat dijelaskan bahwa model yang didapat dari penelitian ini adalah :

Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	UL	PEOU	PU	BITU	EM	AUS
BITU	-.011	.931	-.253	.000	.000	.000
EM	1.111	.237	-.511	.101	.000	.000
AUS	.000	.901	.000	.000	-.437	.000

Gambar 1. Pengaruh Antar Variabel dan Indikator (Hasil Penelitian, 2018)



Gambar 2. Interprestasi Model Penelitian (Hasil Penelitian, 2018)

Dari gambar 1 (satu) dan 2 dua) dapat diketahui bahwal (UL) atau kesetiaan user dalam menonton TV melalui internet berpengaruh besar terhadap motivasi untuk menyebarkan (EM) yaitu sebesar 1.111 atau 111%.

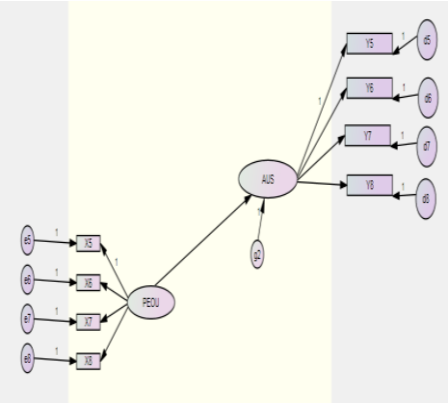
Sehingga disimpulkan bahwa penonton yang setia memiliki minat yang kuat untuk menyebarkan dan merekomendasikannya kepada orang lain khususnya kerabat terdekatnya, namun hal itu belum dapat direalisasikan melihat tidak adanya hubungan yang signifikan dari sisi aksi nyata (AUS), sehingga disimpulkan bahwa realita saat ini baru sekedar keinginan yang kuat dari penonton setianya namun prakteknya di lapangan belum terwujud secara nyata.

Begitu juga dengan faktor (PEOU) atau kemudahan dalam mengoperasikan sebuah siaran televisi dakwah dengan menggunakan internet berpengaruh kuat terhadap minat untuk menggunakannya (BITU) sebesar 0.931 atau 93.1% yang merupakan angka yang cukup tinggi, sehingga disimpulkan bahwa semakin mudah sebuah televisi internet untuk disaksikan maka semakin besar pula minat penontonya untuk menyaksikan.

Kemudian faktor (PEOU) atau kemudahan dalam mengoperasikan sebuah siaran televisi dakwah dengan menggunakan internet berpengaruh kuat terhadap aksi nyata dari penontonnya (AUS) sebesar 0.901 atau 90.1%, sehingga disimpulkan bahwa semakin mudah sebuah televisi internet untuk disaksikan maka semakin besar pula aksi nyata dari penontonnya.

Pencapaian akhir dari Analisis Pemanfaatan Televisi Internet untuk membantu memperluas Jangkauan Siar Televisi Dakwah Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yaitu terletak pada variabel yang terhubung dengan variabel endogennya yaitu PEOU

yang berpengaruh kuat terhadap AUS, sehingga model akhir yang didapatkan pada penelitian ini yaitu pada gambar dibawah ini :



Gambar 3. Hasil Akhir Penelitian
(Hasil Penelitian, 2018)

Gambar diatas menunjukan bahwa persepsi kemudahan yang dirasakan menonton menunjukan adanya pengaruh positif terhadap variabel akhirnya yaitu pemakaian dari penonton setia siaran televisi dakwah.

V. KESIMPULAN

Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah

1. Kemudahan dan manfaat yang dirasakan dalam menyaksikan siaran televisi dakwah melalui internet dapat diidentifikasi menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) pada perangkat lunak *Analysis of Moment Structure (AMOS)*, hal ini dilakukan dengan pengumpulan dan pengolahan data secara statistik.
2. Setelah melalui serangkaian proses, dapat dibuktikan bahwa faktor kemudahan dalam menyaksikan siaran televisi dakwah melalui internet secara positif dan signifikan dapat mempengaruhi pemakaian nyata.
3. Hubungan antara kemudahan penggunaan internet dalam menyaksikan siaran televisi dakwah bernilai sebesar 90.1% terhadap pemakaian nyatanya.

I. SARAN

Hasil analisa ini hanya merupakan hasil identifikasi terhadap penggunaan televisi dakwah pada saat riset dilakukan, sehingga perlu dilakukan analisa yang berkelanjutan sebagai bahan evaluasi dalam penyebaran sebuah dakwah melalui internet.

VI. DAFTAR PUSTAKA

[1] Syamsuddin, Pengantar Sosialisasi Dakwah, Edisi Pertama, Jakarta: PT. Kharisma Putra Utama,2016

[2] Natsir, M., *Dakwah dan Pemikirannya*, Jakarta: Gema Insani, 2005.

[3] Iwan, Agustinus, Daftar Alamat Internet Dunia, Edisi Pertama, Yogyakarta: Andi Offset, 1996

[4] Setianto, H, Eko, Browsing Aja di Internet, Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2008

[5] Davis, F.D, *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*", MIS Quarterly, Vol. 13, No. 3, 1989

[6] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D, Bandung : Alfabeta, 2009