

Implementasi Website Fakultas Dakwah dan Komunikasi sebagai Media Dakwah dan Promosi

Muhayat

Fakultas Dakwah Dan Komunikasi IAIN Antasari

The website is a new media that is very popular today, and to be very important is implemented by individuals and institutions in order to take advantage as the Company Presence, Product / Service Communication, Prospect / Client Entry Door, Increase Company Image. Faculty of Da'wa and Communication IAIN Antasari has implemented a website that has a URL (Uniform Resource Identifier) <http://dakwah.iain-antasari.com> and based on the results of the study authors, the website has been able to become a medium of information and media propaganda and promotion. This website is implemented using the System Development Life Cycle (SDLC) to the stages of implementation starting from Conception, Initiation, Analysis, Design, Construction, Testing, and Deployment. With the implementation of the website is expected to improve the image of the institution as well as a medium of propaganda and promotion of effective and efficient.

Keywords: website, media, dakwah, promotion

Website merupakan media baru yang sangat populer saat ini, dan menjadi sangat penting diimplementasikan oleh individu maupun lembaga dalam rangka mengambil manfaat sebagai Company Presence, Product/Service Communication, Prospect/Client Entry Door, Increase Company Image. Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Antasari telah mengimplementasikan sebuah website yang memiliki URL (Uniform Resource Identifier) <http://dakwah.iain-antasari.com> dan berdasarkan hasil telaah penulis, website tersebut telah mampu menjadi media informasi sekaligus media dakwah dan promosi. Website ini diimplementasikan menggunakan metode System Development Life Cycle (SDLC) dengan tahapan implementasi dimulai dari Conception, Initiation, Analysis, Design, Construction, Testing, dan Deployment. Dengan telah diimplementasikannya website tersebut diharapkan dapat meningkatkan image lembaga sekaligus menjadi media dakwah dan promosi yang efektif dan efisien.

Keywords: website, media, dakwah, promosi.

Dahsyatnya revolusi informasi pada dekade terakhir abad 20 hingga awal abad 21 ini telah membuka babak baru lahirnya dunia cyber yang secara kasat mata mampu membuat seluruh manusia di muka bumi ini dapat berkomunikasi secara langsung dalam tempo yang singkat dan tanpa batas.

Ide tentang *konektivitas* dan *interaktivitas* telah memunculkan salah satu revolusi terbesar dalam sejarah

kehidupan di jagat ini yakni ketika ditemukannya teknologi internet yang telah menghilangkan garis-garis batas antar negara dalam hal *flow of information*, tidak ada negara yang mampu mencegah mengalirnya informasi dari atau ke luar negara lain, karena batasan antar negara tidak dikenal dalam *virtual world of computer*.

Teknologi ini telah melahirkan alam semesta baru dalam kehidupan

manusia yang dikenal sebagai *cyberspace*. Wilayah jelajah yang maha luas di dalam *cyberspace* dinamakan *Web*, yang menyediakan informasi yang tak terbilang banyaknya bagi siapapun yang memerlukannya, dan salah satu unit terkecil di dalam *cyberspace* diberi nama *website* yang dapat dianalogikan sebagai sebuah rumah di antara jutaan bahkan triliunan rumah yang ada di megapolitan jagat maya (*cyberspace*).

Aktivitas kehidupan di jagat maya berlangsung serba cepat dan seketika, bahkan para pakar yang bekerjasama dalam penelitian untuk memperkenalkan internet pada sebuah seminar di San Fransisco tahun 1966, secara jujur mengakui bahwa mereka tidak pernah menduga perkembangan internet berjalan begitu cepat, internet diibaratkan seperti benih pohon ajaib, yang tiba-tiba membelah diri menjadi pohon raksasa yang tinggi menjulang. Berangsur-angsur semua aktivitas dunia nyata mulai berkolaborasi bahkan bermigrasi ke alam maya sebagai komplemen penting dalam derap maju ke masa depan. Perusahaan, lembaga pendidikan, pemerintahan, militer dan semua sendi kehidupan lainnya mulai ambil bagian dalam mengambil manfaat dari keberadaan *cyberspace* ini.

Kebutuhan informasi yang terus meningkat, serta perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih telah membawa Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Antasari untuk ikut serta dalam trend masa depan ini dengan mengimplementasikan (membangun) sebuah website yang memiliki URL <http://dakwah.iain-antasari.com>.

Website ini dibangun sebagai bagian dari pencapaian visi misi Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Antasari yakni: **Menjadi pusat pengembangan ilmu Kedakwahan dan Komunikasi yang kompetitif, unggul dan berakhlak**. Dalam konteks ini, salah satu yang menjadi perhatian bersama adalah bahwa Fakultas Dakwah dan Komunikasi menjadi **pusat pengembangan ilmu dakwah dan komunikasi** itu sendiri, dan ini harus direalisasikan dalam bentuk penyampaian dakwah yang holistik sebagai cerminan bahwa pengembangan ilmu dakwah dan komunikasi telah diaplikasikan dengan baik dan cerdas. Di samping itu pula, Fakultas Dakwah dan Komunikasi harus **kompetitif, unggul dan berakhlak**, hal ini tentu harus didukung dengan media promosi yang handal agar dapat dengan mudah dikenal oleh khalayak ramai.

Tulisan ini akan menguraikan tentang bagaimana fase implementasi website fakultas dakwah hingga dapat diakses secara online, dan juga mengulas tentang aktivitasnya sebagai media dakwah dan promosi bagi Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Antasari.

Konsep Dasar Website

Website merupakan istilah dalam Bahasa Inggris yang berasal dari kata **Web** yang berarti *jaring laba-laba* dan **Site** yang berarti *letak, lapangan, tempat*. Hampir sama dengan arti kata *Website* itu sendiri bahwa secara terminologi, website adalah kumpulan dari halaman-halaman yang menampilkan informasi data teks,

data gambar diam atau gerak, data animasi, suara, video dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis, dinamis maupun interaktif yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman/*hyperlink*. (Wahyono, 2005:21). Lihat Gambar 1.

Sejarah website dimulai pada bulan Maret 1989 ketika *Tim Berners-Lee* yang bekerja di Laboratorium Fisika Partikel Eropa atau yang dikenal dengan nama CERN (*Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire*) yang berada di Genewa, Swiss, mengajukan protokol (suatu tatacara untuk berkomunikasi) sistem distribusi informasi Internet yang digunakan untuk berbagi informasi di antara para fisikawan. Tepat pada 30 April 1993, CERN menyatakan bahwa website dapat digunakan secara gratis oleh semua orang.

Protokol inilah yang selanjutnya dikenal sebagai protokol *World Wide Web* dan dikembangkan oleh *World Wide Web Consortium* (W3C). sebagaimana diketahui, W3C adalah konsorsium dari sejumlah organisasi yang berkepentingan dalam pengembangan berbagai standar yang berkaitan dengan web. (Abdul Kadir, 2009:13).

Secara garis besar, website bisa digolongkan menjadi 3 bagian yaitu: Website Statis, Website Dinamis, dan Website Interaktif.

1) *Website Statis* adalah web yang mempunyai halaman tidak berubah. Artinya adalah untuk melakukan perubahan pada suatu halaman

dilakukan secara manual dengan mengedit *code* yang menjadi struktur dari website tersebut.

2) *Website Dinamis* merupakan website yang secara struktur diperuntukkan untuk update sesering mungkin. Biasanya selain halaman utama yang bisa diakses oleh user pada umumnya, juga disediakan halaman *back-end* untuk mengedit konten dari website. Contoh umum mengenai website dinamis adalah web berita atau web portal yang didalamnya terdapat fasilitas berita, polling dan sebagainya.

3) *Website Interaktif* adalah web yang saat ini memang sedang *booming*. Salah satu contoh website interaktif adalah blog, forum, termasuk sosial media seperti facebook, twitter dan lain-lain. Pada website jenis ini *user* bisa berinteraksi dan beradu argumen mengenai apa yang menjadi pemikiran mereka.

Pentingnya Website di Era Informasi

Perkembangan teknologi semakin hari semakin maju. Internet merupakan salah satu teknologi yang paling fenomenal perkembangannya dewasa ini. Fakta yang terjadi saat ini berdasarkan riset terakhir yang dirilis oleh *We Are Social* (*Social Marketing Agency*) pada bulan Januari 2015 bahwa hampir 42% dari total penduduk dunia telah mengakses internet. Ini berarti ada sekitar 3.010 Milyar manusia dari 7.210 Milyar penduduk dunia yang telah mengakses internet. Lihat Gambar 2.

Data ini sangat luar biasa, dan merupakan peluang yang sangat baik bagi individu maupun lembaga untuk memanfaatkan kedahsyatan teknologi

ini dalam rangka menampilkan informasi dalam bentuk website yang dapat dengan mudah diakses oleh siapapun di seluruh penjuru dunia.

Jika data di atas merupakan gambaran pengguna Internet di dunia, bagaimana dalam lingkup nasional Indonesia? *We Are Social (Social Marketing Agency)* juga merilis jumlah pengguna internet di Indonesia per Januari 2015 adalah sebanyak 72,7 Juta pengguna internet di Indonesia atau sekitar 28% dari total 255,5 Juta Penduduk Indonesia. Lihat Gambar 3.

Berdasarkan data-data ini tentu menjadi tantangan sekaligus peluang, khususnya bagi Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Antasari untuk menampilkan website yang baik dan menarik agar dapat merebut pasar pengguna internet yang sangat besar tersebut, terutama dalam hal pengembangan dakwah itu sendiri di samping sebagai media promosi lembaga.

Setidaknya ada 4 manfaat website bagi sebuah lembaga:

1) *Company Presence*

Website dapat menampilkan informasi tentang profil sebuah lembaga secara detail dengan mudah, menarik, dan dapat diakses dengan cepat dimanapun pengguna (user) berada. Dengan memiliki website, sebuah lembaga bagaikan membuka *showroom* (ruang pameran) secara virtual.

2) *Product/Service Communication*

Memiliki website juga menjadi sarana komunikasi untuk mempromosikan produk atau jasa yang dimiliki oleh lembaga secara komprehensif, sehingga dengan jangkauannya yang luas (global),

website dapat menjadi media promosi yang paling efektif dalam mendukung proses pemasaran lainnya yang mungkin dilakukan secara konvensional melalui iklan di media cetak, papan reklame, brosur dan lain-lain.

3) *Prospect/Client Entry Door*

Website bermanfaat sebagai pintu masuk pelanggan/client sebuah lembaga/perusahaan. Banyak hal yang dapat dilakukan jika memiliki sebuah website, selain menampilkan informasi, website juga mampu meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, apalagi jika website terus-menerus dikembangkan dengan berbagai aplikasi penunjang, misalnya dimasukkan aplikasi keluhan pelanggan, aplikasi download data, aplikasi daftar online, termasuk dalam dunia pendidikan seperti aplikasi e-library, e-learning, dan lain-lain.

4) *Increase Company Image*

Lembaga yang memiliki website yang baik dan menarik tentu akan meningkatkan kredibilitas lembaganya, sehingga terlihat profesional dan modern. (Oetomo, 2007:18).

Website Sebagai Media Dakwah dan Promosi

Website merupakan media baru (*new media*) yang dalam teori *Pierre Levy* di definisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber dan Martin, 2009:87). Definisi lain media online adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media

dijadikan satu (Lievrouw, 2011:112). New Media merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Mondry, 2008: 13).

Sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya bahwa manfaat website, minimal dapat menjadi *Company Presence*, *Product/Service Communication*, *Prospect/Client Entry Door*, *Increase Company Image*. *Company Presence*, sangat erat kaitannya dengan bagaimana sebuah lembaga memberikan informasi kepada pengguna. Informasi yang disampaikan tidak saja berupa informasi tentang lembaga itu sendiri, namun lebih dari itu, informasi yang disampaikan bisa merupakan implementasi dari visi dan misi suatu lembaga. Dalam konteks Website Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Antasari, tentu website yang *notabene* alat (*channel*) untuk menyampaikan pesan (*massage*) mempunyai peranan penting sebagai media dakwah bagi ummat.

Dakwah menurut Drs. Hamzah Ya'qub (1992:27) adalah mengajak umat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya, hal ini senada dengan ayat 125 surah An-Nahl di bawah ini:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ^ط

وَجَدِلْهُمْ بِلَاغٍ هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ

ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ^ط وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya : Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalanNya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk (QS. An-Nahl:125)

Dalam ayat lain Allah SWT berfirman di dalam surah Yunus ayat 25:

وَاللَّهُ يَدْعُو إِلَى دَارِ السَّلَامِ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ ﴿٢٥﴾

Artinya : Dan Allah menyeru manusia ke tempat yang penuh keselamatan, dan memberi petunjuk kepada siapa saja yang dikehendaki-Nya untuk menuju kepada jalan yang lurus (jalan yang selamat itu). (QS. Yunus:25)

Ayat di dalam surah An-Nahl : 125 secara tegas dan lugas menyatakan bahwa hendaknya setiap manusia berusaha dengan sekuat tenaga untuk menyeru (berdakwah) kepada umat manusia lainnya untuk selalu berada di jalan kebenaran (Jalan Tuhan) dengan penuh kebijaksanaan (*bil hikmah*), dengan nasehat yang baik (*Al Mauizhatil Hasanah*), dan memberikan argumen yang baik (*Wajaa dil hum billlati hiya ahsan*). Kemudian di dalam surah Yunus : 25 ditegaskan lagi bahwa Allah pun menyeru (berdakwah) kepada umat manusia untuk selalu patuh dan taat kepada-Nya agar nantinya mendapat tempat yang selamat yaitu surga.

Persoalannya adalah ketika diperintahkan untuk berdakwah, tentu seorang da'i perlu memperhatikan media yang digunakan agar dakwah

yang disampaikan dapat diterima dengan baik, efektif dan efisien, sesuai dengan perkembangan zaman dan teknologi yang sedang berkembang. Oleh karena itulah keberadaan website Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Antasari menjadi sangat penting dalam rangka memberikan pencerahan keagamaan kepada umat, melalui tampilan informasi secara online yang sudah dikhususkan dalam rubrik-rubrik tertentu berupa artikel keagamaan dan renungan kehidupan.

Selain sebagai media dakwah, website Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Antasari juga dijadikan sebagai media promosi institusi, minimal sebagai *Product/Service Communication, Prospect/Client Entry Door, Increase Company Image. Company Presence.*

Product/Service Communication diimplementasikan pada penyajian informasi berupa program studi yang diselenggarakan oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi, kurikulum, kemahasiswaan, kegiatan intra dan ekstra kurikuler dan lain-lain yang pada prinsipnya menjadi media promosi bagi fakultas. Begitu juga dengan manfaat *Prospect/Client Entry Door*, melalui website Fakultas Dakwah dan Komunikasi semua yang berhubungan dengan fakultas apakah itu mahasiswa, dosen, karyawan, orang tua, masyarakat, dan *stakeholder* lainnya dapat dengan mudah diketahui hanya dengan membuka *Entry Door* (website). Tidak kalah pentingnya manfaat *Increase Company Image*, lewat website Fakultas Dakwah dan Komunikasi terlihat lebih profesional dan kekinian, karena mampu mengimplementasikan

salah satu media baru yang sedang populer sampai saat ini, yakni website.

Dengan terpenuhinya ketiga manfaat tersebut pada website Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Antasari, tentu menunjukkan bahwa website tersebut telah mampu menjadi media promosi bagi institusi/lembaga yang pada akhirnya dapat meningkatkan *image/branding* Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Antasari.

Implementasi Website Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Website Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Antasari diimplementasikan dengan menggunakan metode *System Development Life Cycle (SDLC)* yang lebih populer dikenal dengan sebutan pendekatan model air terjun (*Waterfall*). Metode *waterfall* pertama kali diperkenalkan oleh W. Royce pada tahun 1970. *Waterfall* merupakan model klasik yang sederhana dengan aliran sistem yang linier *Output* dari setiap tahap merupakan *input* bagi tahap berikutnya (Jogiyanto, 2004:43). Lihat Gambar 4.

Ada 7 (tujuh) tahapan yang dilalui secara berurutan dalam mengimplementasikan website Fakultas Dakwah dan Komunikasi ini, yakni:

1) *Conception*, yakni membuat kerangka konseptual dari website yang ingin di bangun, berupa mengidentifikasi masalah, tujuan, manfaat, *framework* dan *platform* dari website yang dibangun.

2) *Initiation*, Fase ini sudah masuk pada analisis kebutuhan pengguna (*customer requirements*), apa saja yang akan di masukkan ke dalam website ini

sesuai dengan kebutuhan *stakeholder* fakultas.

3) *Analysis*, pada fase ini setelah mengetahui apa saja kebutuhan pengguna, maka dilakukanlah analisa apakah kebutuhan tersebut mampu diimplementasikan berikut kelebihan dan kekurangannya. Fase ini penting karena menjadi *trigger* untuk fase desain.

4) *Design*, Membuat desain dalam bentuk diagram konteks (*Context Diagram*), diagram aliran data (*Data Flow Diagram*), Database Diagram (*Entity Relationship Diagram/ERD*), Kamus Data (*Data Dictionary*), hingga Desain Antarmuka (*Interface Design*).

5) *Construction*, Fase di mana hasil desain sudah mulai dituangkan ke dalam bentuk penulisan *script* program berbasis PHP (*Hypertext Preprocessor*) dan desain antarmuka menggunakan aplikasi website editing, dalam hal ini menggunakan *Adobe Dreamweaver*, Desain layout menggunakan *Adobe Photoshop*, desain database menggunakan *PHPMySQL*, dan local server menggunakan *XAMMP*.

6) *Testing*, fase di mana dilakukannya testing program untuk setiap modul yang sudah diimplementasikan, termasuk didalamnya mengintegrasikan berbagai *platform* yang ada, baik *script* program, tataletak, database, hingga *style*, agar benar-benar bisa berjalan sesuai keinginan.

7) *Deployment*, Fase ini adalah fase terakhir berupa pengoperasian website secara online sekaligus pemeliharaan (*maintenance*) dan melakukan *content update* yang diperlukan.

Pada fase *conception* dibuatlah kerangka konseptual implementasi website Fakultas Dakwah dan Komunikasi seperti dalam Gambar 5.

Diagram kerangka konseptual tersebut memberikan panduan yang jelas bahwa terdapat 6 (enam) unsur yang terlibat dalam sistem ini, yaitu teknologi internet, aplikasi Web (*world wide web/www*), *client-server*, *e-dakwah*, *database*, dan *Multimedia*. Website ini sangat memperhatikan keenam unsur tersebut sebagai *platform* dalam konteks menyiapkan spesifikasi kebutuhan sistem, baik itu hardware maupun software, hingga penggunaan metode pengembangan sistem, berikut modul-modul yang terlibat di dalam sistem.

Selanjutnya fase *Initiation*, dalam fase ini yang terpenting adalah menentukan kebutuhan sistem (*system requirement*) seperti dalam Gambar 6.

Dalam implementasi website Fakultas Dakwah dan Komunikasi, diperlukan spesifikasi sistem yang menunjang dalam proses pembuatan. Terlihat bahwa dari sisi hardware yang digunakan meliputi; Processor Intel i3, Memory 2 GB, Hard Disk 500 GB dan Mouse. Demikian pula dari sisi software, diperlukan sistem operasi Windows 7, Web Server: XAMMP, Programming: PHP, Database: MySQL, Web Editing: Adobe Dreamweaver, Layout Editing: Adobe Photoshop, CSS optimization: TopStyle, HTML Editor: Notepad++.

Selanjutnya pada fase *Analysis*, hal terpenting yang dilakukan adalah menganalisis kebutuhan pengguna (*user requirement*) dengan membuat

modul yang akan diimplementasikan seperti dalam Gambar 7.

Dalam fase ini sudah nampak modul-modul yang akan diimplementasikan pada website Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang di bagi menjadi 2 (dua) otoritas akses, yakni untuk akses Admin (*Back-end*) dan akses User (*Front-end*). Untuk admin ada 20 modul yang bisa diakses di luar login dan logout. Keduapuluh (20) modul tersebut adalah: 1). Pengaturan Umum, 2). Daftar Content, 3). Blok Menu, 4). Daftar Menu, 5). Update Berita, 6). Update Artikel/Kajian, 7). Update Kegiatan, 8). Update Renungan, 9). Update Pengumuman, 10). Update Daftar Download, 11). Update Daftar Situs, 12). Update Buku Tamu, 13). Update Gallery Photo, 14). Update Jabatan, 15). Update Profil Staff, 16). Update Pengaturan Banner, 17). Update Pengaturan Yahoo Massanger, 18). Update Pengaturan Polling, 19). Update Daftar Akses, 20). Update Profil Admin.

Sedangkan bagi *User* hak akses untuk sementara dibatasi hanya pada 16 (enam belas) modul, yakni: 1). Beranda, 2). Profil Fakultas, 3). Program Studi, 4). Akademik, 5). Dosen & Staff, 6). Kemahasiswaan, 7). Berita, 8). Kajian/Artikel, 9). Renungan, 10). Agenda, 11). Pengumuman, 12). Gallery Photo, 13). Buku Tamu, 14). Web Statistik, 15). Daftar Link, 16). Kontak Kami.

Fase berikutnya adalah *Design*, pada fase ini yang paling krusial adalah mendesain diagram aliran data yang diawali dengan membuat *Context Diagram* seperti dalam Gambar 8.

Fase berikutnya adalah fase *Construction*, Fase di mana hasil desain sudah mulai dituangkan ke dalam bentuk penulisan *script* program berbasis PHP (*Hypertext Preprocessor*) dan desain antarmuka menggunakan aplikasi website editing, dalam hal ini menggunakan *Adobe Dreamweaver*, Desain layout menggunakan *Adobe Photoshop*, desain database menggunakan *PHPMYSQL*, dan local server menggunakan *XAMMP*. Lihat Gambar 9.

Fase berikutnya adalah *Testing* (lihat Gambar 10, 11 dan 12), di mana dilakukannya testing program untuk setiap modul yang sudah diimplementasikan, termasuk didalamnya mengintegrasikan berbagai *platform* yang ada, baik *script* program, tataletak, database, hingga *style*, agar benar-benar bisa berjalan sesuai keinginan.

Fase terakhir berupa pengoperasian website secara online sekaligus pemeliharaan (*maintenance*) dan melakukan *content update* (lihat Gambar 13) yang diperlukan. Fase ini menjadi penentu bagi sukses tidaknya misi untuk menjadikan website sebagai media dakwah dan promosi. Sebab sebagus apapun website yang dibuat, jika tidak dirawat dan selalu di-*update* maka akan menjadi sia-sia.

Penutup

Website merupakan media baru (*new media*) yang sangat populer saat ini, dan menjadi sangat penting diimplementasikan oleh individu maupun lembaga dalam rangka mengambil manfaat sebagai: a). *Company Presence*, 2). *Product/Service*

Communication, 3). *Prospect/Client Entry Door*, 4). *Increase Company Image*. Website digolongkan menjadi 3 (tiga) bagian, yaitu: Website Statis, Website Dinamis, dan Website Interaktif.

Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Antasari telah mengimplementasikan sebuah website yang memiliki URL (*Uniform Resource Identifier*) <http://dakwah.iain-antasari.com> dan berdasarkan hasil telaah penulis, website tersebut telah mampu menjadi media informasi sekaligus media dakwah dan promosi. Website ini diimplementasikan menggunakan metode *System Development Life Cycle (SDLC)* yang lebih populer dikenal dengan sebutan pendekatan model air terjun (*Waterfall*).

Tahapan yang telah dilakukan dalam pengimplementasian website tersebut adalah: 1). *Conception*, 2). *Initiation*, 3). *Analysis*, 4). *Design*, 5). *Construction*, 6). *Testing*, 7). *Deployment*. Setelah melalui 7 (tujuh) tahapan tersebut, maka website Dakwah dan Komunikasi IAIN Antasari, dapat *online* dengan baik dan sesuai dengan yang direncanakan sejak fase membuat kerangka konseptual hingga fase *deployment*.

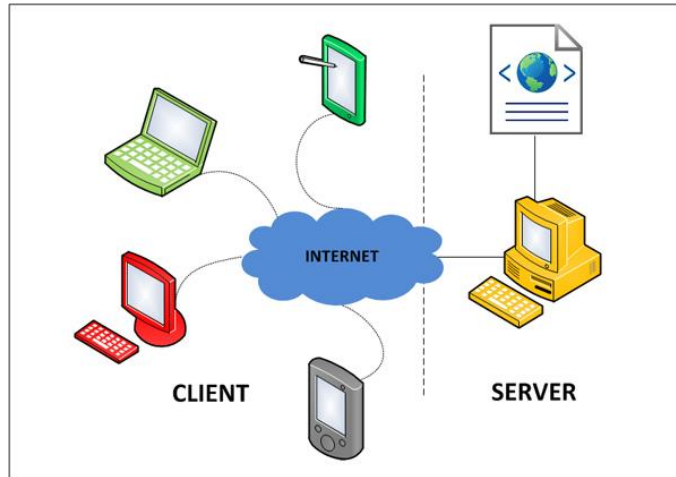
Implementasi website Fakultas Dakwah dan Komunikasi IAIN Antasari sebagaimana sebuah sistem pada umumnya dibangun, tentu memerlukan pengembangan lebih lanjut untuk semakin meningkatkan kinerja dan eksistensinya dalam rangka memberikan layanan informasi sekaligus sebagai media dakwah dan promosi. Untuk itu disarankan: 1). Agar lebih mengglobal perlu ditambahkan modul bahasa asing, sehingga *user*

yang ada di luar negeri juga bisa mengakses website ini dengan mudah dan mengerti informasi yang disajikan, 2). Website ini untuk sementara hanyalah merupakan inisiatif penulis yang menganggap bahwa media ini penting untuk meningkatkan *image* lembaga, untuk itu perlu dukungan moral dari seluruh civitas akademika fakultas dakwah dengan menugaskan staff secara khusus untuk selalu mengupdate berita, artikel, renungan, foto dan lain-lain, sehingga benar-benar *up to date* dan bisa mensyi'arkan kegiatan fakultas dan pesan dakwah itu sendiri kepada khalayak ramai, 3). Pihak pimpinan fakultas hendaknya dari sekarang membuat *blueprint* pengembangan website ini, misalnya dengan menambahkan aplikasi-aplikasi baru yang penting dan menunjang website ini, misalnya aplikasi e-dakwah, e-library, e-learning, dan aplikasi-aplikasi lainnya.

Referensi

- Baran, Stanley J. dan Dennis K. Davis. 2010. *Teori Komunikasi Massa. Dasar, Pergolakan, dan Masa Depan*. Jakarta. Salemba Humanika.
- Creeber, G. and Martin, R., (ed)., 2009, *Digital Cultures: Understanding New Media*, Berkshire-England: Open University Press.
- Dewanto, I, Joko. 2006. *Web Desain: (Metode Aplikasi dan Implementasi)*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Lievrouw, Leah A. & Sonia Livingstone. 2006, *Handbook of New Media : Social Shaping and Social Consequences of ITCs*, Sage Publication Ltd. London.

- Oetomo, Budu Sutedjo Dharma, dkk. 2007. *Pengantar Teknologi Informasi Internet: Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi
- Jogiyanto H.M, 1989, *Analisis & Disain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Kadir, Abdul.2009. *Pengenalan Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Mondry. 2008. *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*. Penerbit: Ghalia Indonesia
- Nugroho, Bunafit. 2004. *PHP & mySQL dengan editor Dreamweaver MX*. Yogyakarta: Andi.
- Nugroho, Bunafit. 2005. *Database Relasional dengan MySQL*. Yogyakarta : Andi.
- Ya'qub, Hamzah. *Publisistik Islam, Teknik dakwah & Leadership*. Bandung: CV. Diponegoro, 1992.
- Wahyono, Teguh. 2005 . *PHP TRIAD Fundamental : memamami pemrograman web dengan PHP dan MySQL dalam 24 jam*, Yogyakarta: Gava Media
- <http://wearesocial.net/blog/2015/01/digital-social-mobile-worldwide-2015>
diakses pada 26 November 2015
- <http://wearesocial.net/blog/2015/15/digital-social-mobile-indonesia-2015>
diakses pada 26 November 2015



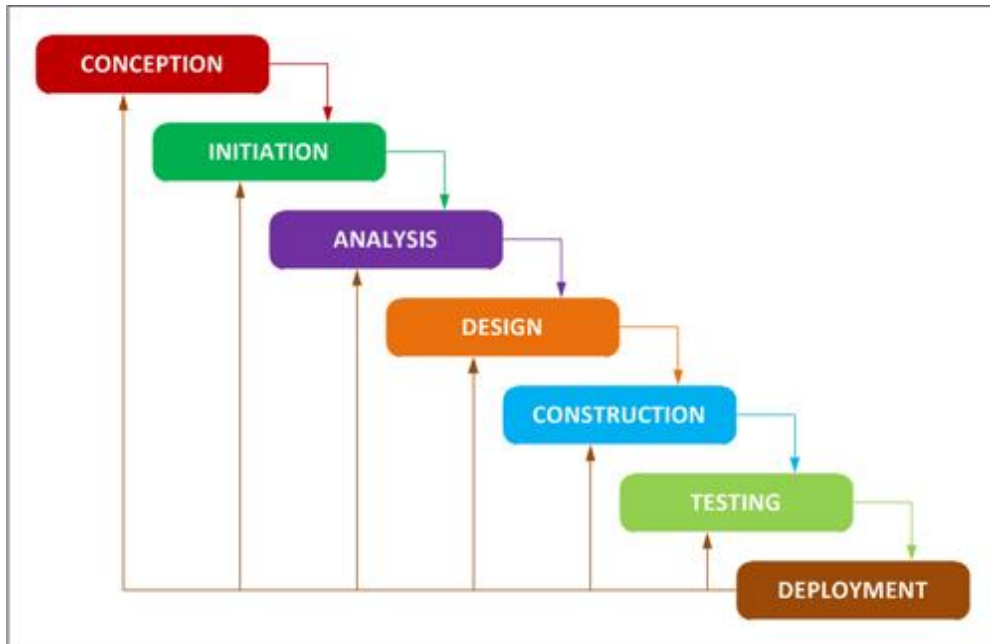
Gambar 1: Konsep Dasar Arsitektur Aplikasi Web



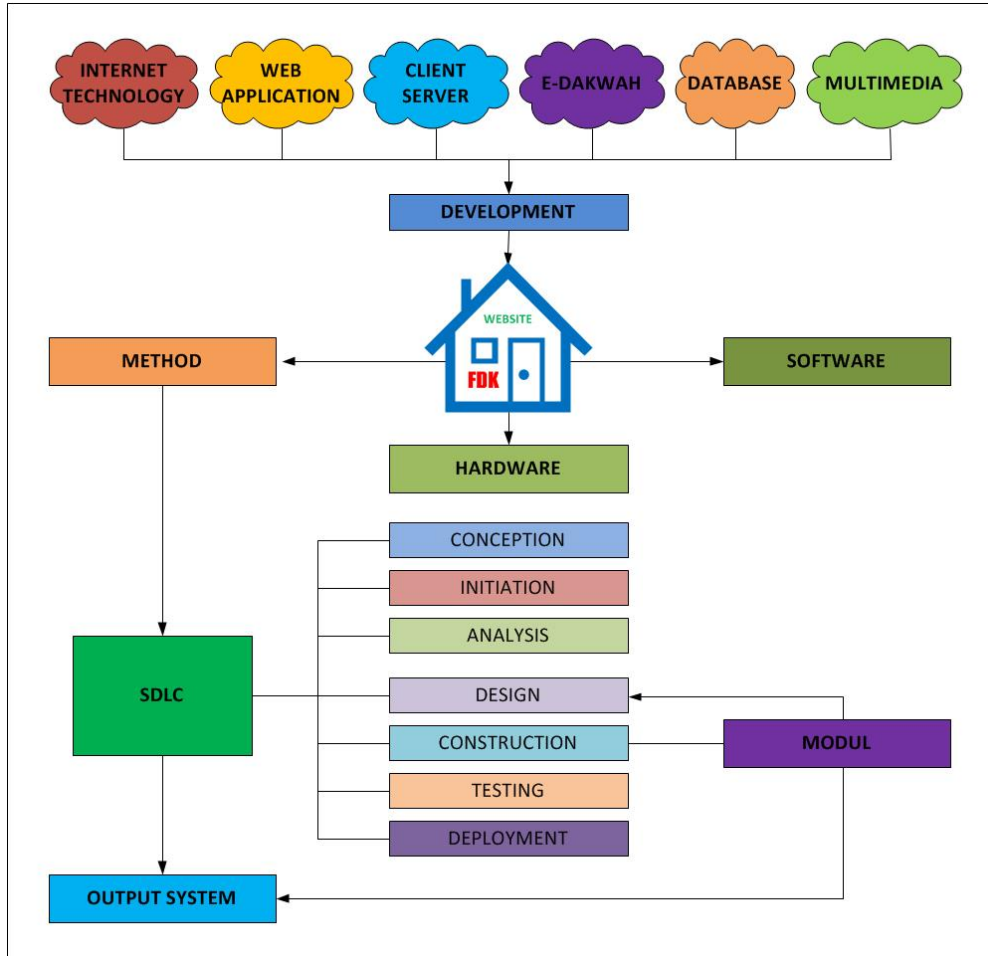
Gambar 2: Statistik Pengguna Internet di dunia



Gambar 3: Statistik Pengguna Internet di Indonesia



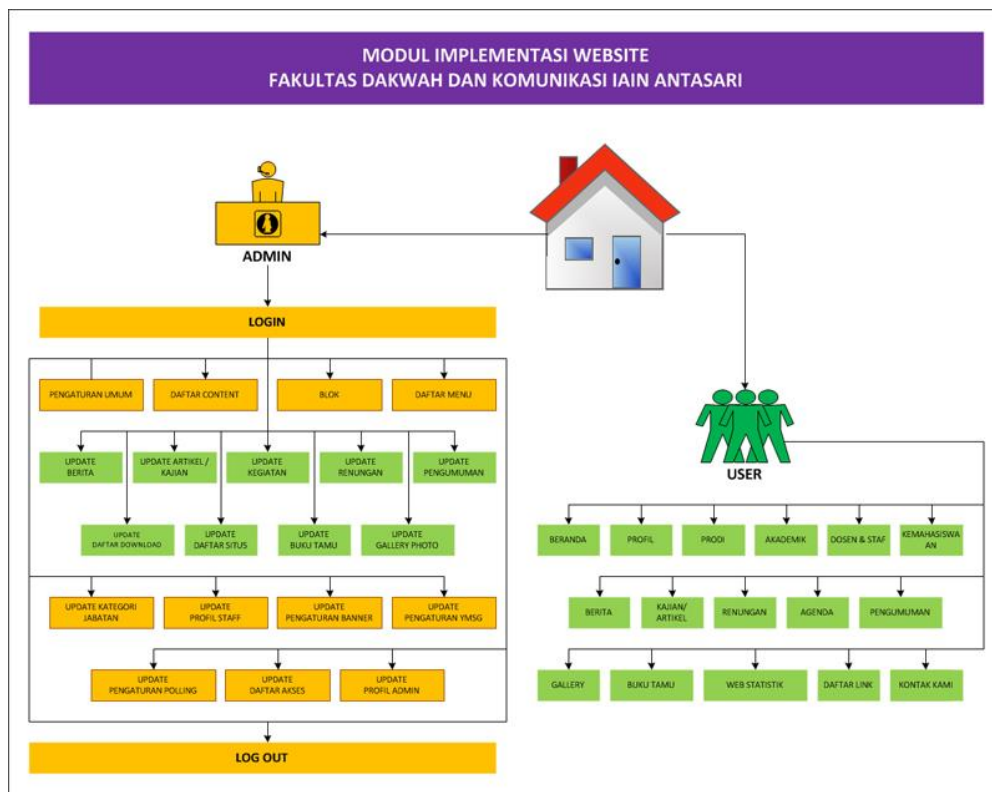
Gambar 4 : Metode *System Development Life Cycle (SDLC)*



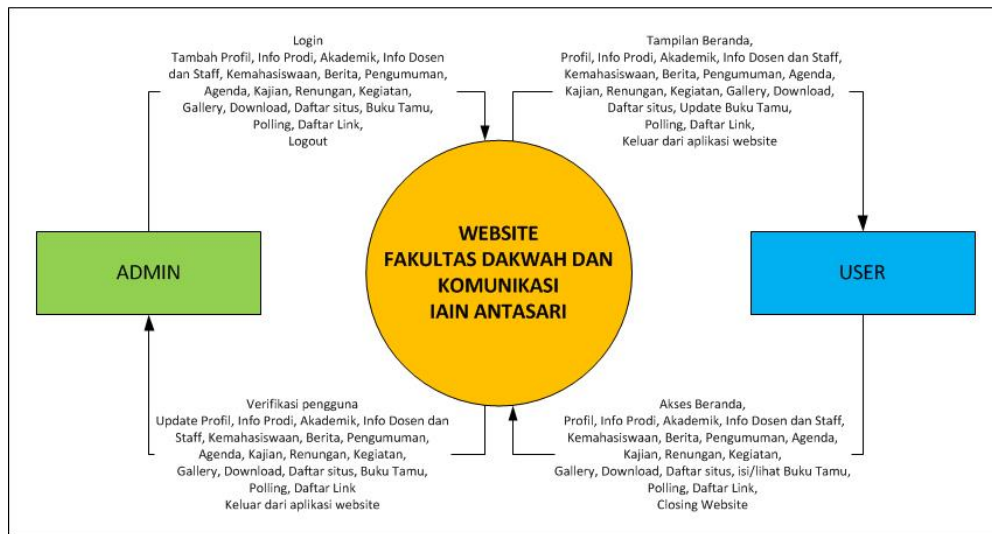
Gambar 5 : Kerangka Konseptual Website FDK



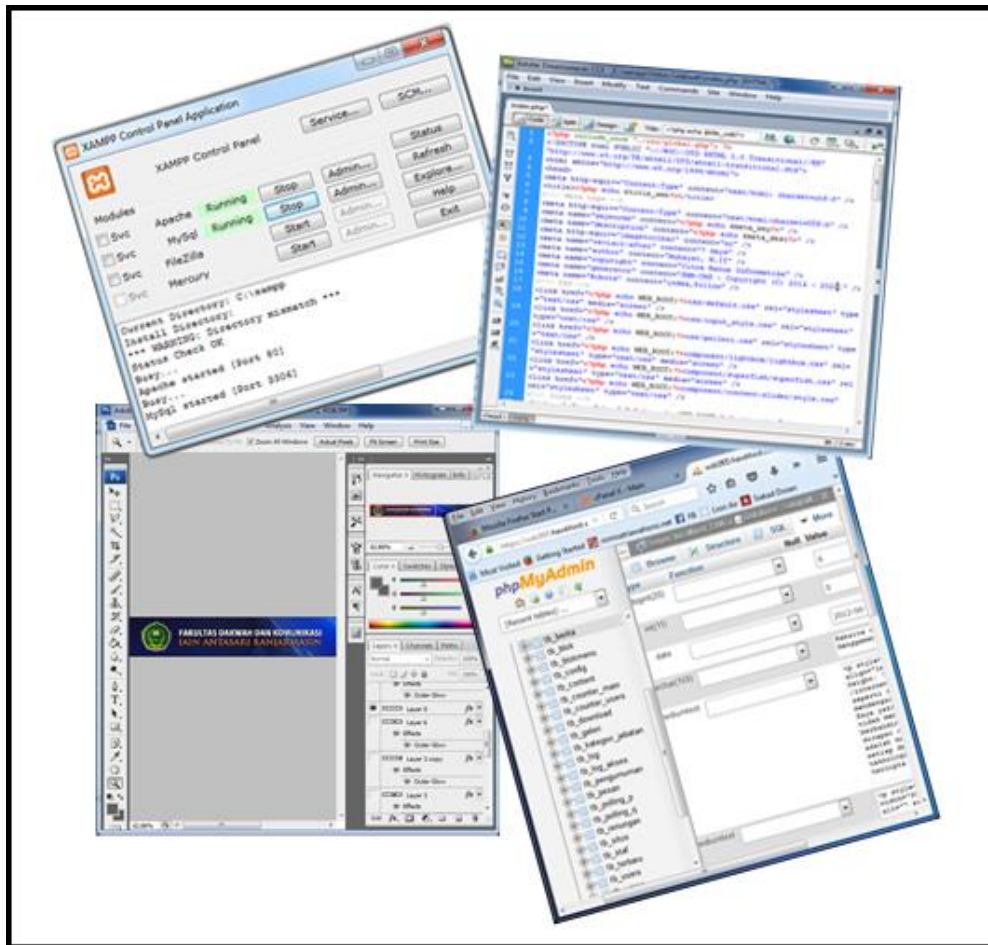
Gambar 6 : System Requirement Website FDK



Gambar 7 : Modul Implementasi Website FDK



Gambar 8 : Context Diagram Website FDK



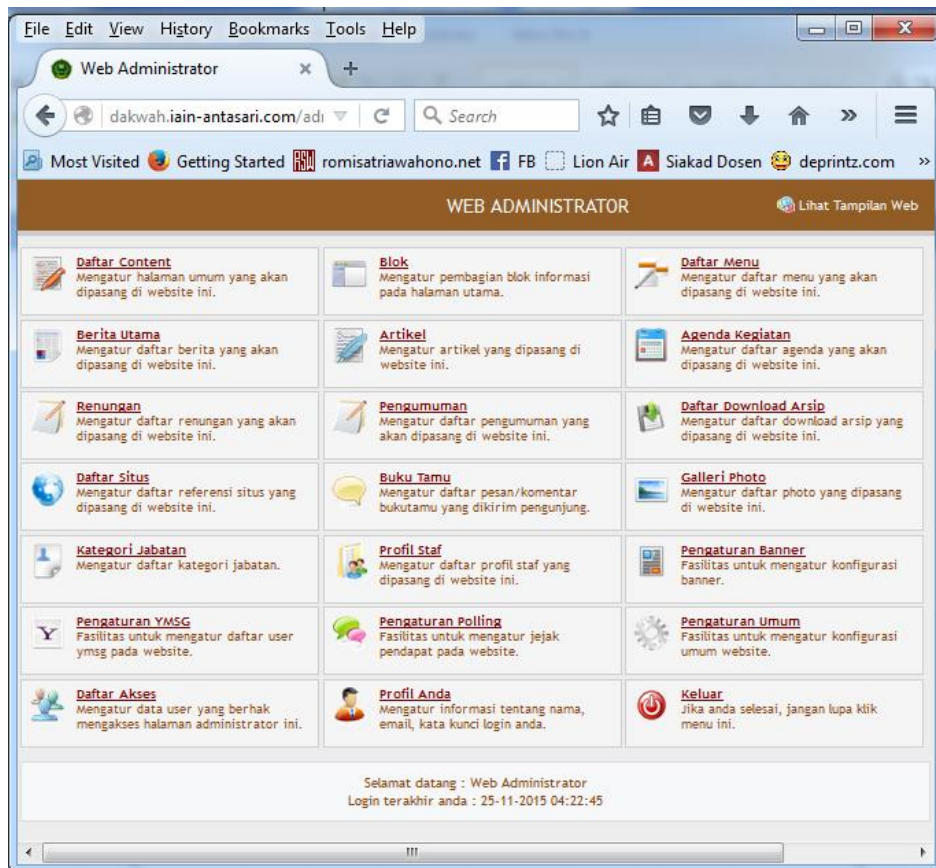
Gambar 9 : Construction Implementation Website FDK

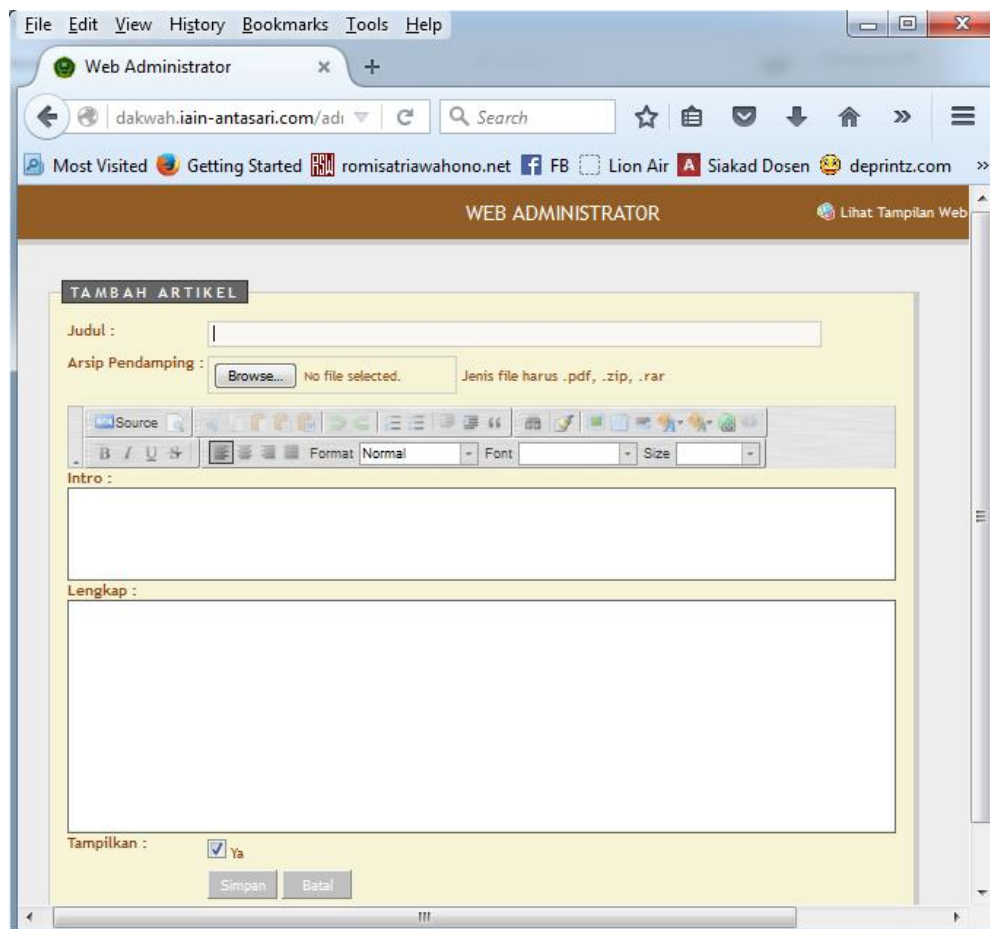


Gambar 10 : Testing Antarmuka Halaman Utama untuk user



Gambar 11 : *Testing* Antarmuka Halaman Login untuk Admin



Gambar 12 : *Testing* Antarmuka Halaman Utama untuk AdminGambar 13 : *Testing* Update Halaman Kajian / Artikel