

Peran Media Sosial dalam Dakwah Islam Nahdlatul Ulama (Instagram @Nuonline_id)

Andika Romadani, Yasser Fikry
 Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Interstudi
 Jl. Wijaya II No.62 Jakarta 12160
 dikaromadani000@gmail.com, Yasser.vo@gmail.com

Abstract—The emergence of new media as a result of the development of information and communication technology is an interesting matter for further study. The reason for choosing the @nuonline_id Instagram account as a case study for this research is because the @nuonline_id Instagram account is an account that is officially managed by the Nahdlatul Ulama (PBNU) Executive Board under the NU Online Editor. This study aims to examine more deeply the role and development of Instagram in Islamic da'wah. This research uses a qualitative approach with descriptive research type. The theory used refers to mass communication theory and Laswell's formula, where researchers seek answers from who (Who), say what (Says what), through what channel (In which channel), to whom (To whom), and with what effect (With what effect). Data collection methods used is in-depth interviews with online NU Islamic editors, @nuonline_id instagram account managers, and @nuonline_id Instagram account followers. The results of this study indicate that the role of Instagram in preaching Islam is as an extension of the Nahdlatul Ulama to reach the widest possible community. In addition, this study also shows the importance of openness to information and communication technology even in the religious sector

Keywords—Instagram, @nuonline_id, Nahdlatul Ulama, Da'wah

Abstrak—Munculnya media baru sebagai hasil dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadi hal yang menarik untuk dikaji lebih dalam. Alasan dipilihnya akun instagram @nuonline_id sebagai studi kasus penelitian ini adalah karena akun instagram @nuonline_id merupakan akun yang dikelola secara resmi oleh Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) di bawah Redaksi NU online. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam mengenai peran serta perkembangan instagram dalam dakwah islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teori yang digunakan mengacu teori komunikasi massa serta formula Laswell, dimana peneliti mencari jawaban dari siapa (Who), berkata apa (Says what), melalui saluran apa (In which channel), kepada siapa (To whom), dan dengan efek apa (With what effect). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara secara mendalam dengan narasumber Redaktur Keislaman NU online, pengelola akun instagram @nuonline_id, dan pengikut (followers) akun instagram @nuonline_id. Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa peran instagram dalam dakwah islam yaitu sebagai perpanjangan tangan dari Nahdlatul Ulama untuk menjangkau masyarakat seluas-luasnya. Selain itu, penelitian ini juga memperlihatkan pentingnya keterbukaan terhadap teknologi informasi dan komunikasi bahkan dalam

sektor keagamaan.

Kata Kunci—Instagram, @nuonline_id, Nahdlatul Ulama, dan dakwah

I. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dan informasi seiring perkembangan jaman tidak dapat dipungkiri telah membawa banyak perubahan baik positif atau pun negatif dalam kehidupan bersosial dalam masyarakat. Salah satu hasil dari kemajuan teknologi dan informasi yaitu situs jejaring sosial atau biasa disebut media sosial yang saat ini menjadi salah satu sarana utama dalam berkomunikasi. Media sosial merupakan situs, platform dan jasa online yang berfokus pada fasilitas untuk membangun jaringan sosial atau hubungan sosial di antara orang-orang yang ingin berbagi minat, aktivitas, latar belakang, kehidupan nyata dan profesional (Sarwono et al. 2018)

Media sosial saat ini memiliki pengaruh yang cukup besar dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Hal ini terjadi karena media sosial memberikan kemudahan dan kecepatan dalam mengakses dan membagikan informasi. Dengan adanya media sosial, masyarakat seperti memiliki media sendiri. Kegiatan yang biasa dilakukan secara langsung pun kini dapat dilakukan hanya dengan menggunakan media sosial, seperti berbelanja misalnya. Kemudian dapat juga melakukan siaran langsung melalui media sosial, mulai dari berbincang melalui *chat* hingga *video call* pun dapat dilakukan. Promosi dan iklan pun juga dapat dilakukan di media sosial dengan penyebaran yang luas namun biayanya tidak sebesar jika melakukan promosi dan iklan melalui media lainnya. Dapat dilihat bahwa keunggulan media sosial yang paling menonjol adalah penyebaran informasi yang lebih luas, cepat, dan mudah. Beberapa contoh media sosial yang ada yaitu: Facebook, Google+, Twitter, LinkedIn, dan lain-lain (Sarwono et al. 2018).

Tidak dapat dipungkiri kalau masyarakat saat ini tidak dapat terlepas dari media sosial. Keberadaan media sosial membuat komunikasi tidak lagi memiliki batas ruang, waktu, dan jarak. Bisa terjadi di mana saja, kapan saja, tanpa harus bertatap muka langsung (Watie 2011). Dampak yang dibawa oleh hadirnya media sosial berupa cara berkomunikasi yang berubah dari konvensional menjadi modern dan serba digital, namun hadirnya media

sosial juga berdampak kepada komunikasi yang lebih efektif (Setiadi 2016)

Di era modern ini, masyarakat dapat belajar agama islam dengan berbagai cara, di mana saja, dan kapan saja. Sehingga saat ini untuk menyebarkan ilmu mengenai agama Islam tidak lagi menjadi otoritas seorang ulama. Dewasa ini, masyarakat tidak hanya bergantung pada ulama sebagai sumber pengetahuan mengenai ajaran agama. Masyarakat bisa memanfaatkan berbagai macam media seperti televisi, radio, surat kabar, *hand phone*, video, *CD-room*, buku, majalah dan buletin. Internet pun saat ini menjadi salah satu pilihan media yang praktis dan mudah digunakan untuk mencari tau informasi berkaitan dengan pengetahuan agama, masyarakat dengan sangat mudah untuk mendapatkan atau mengetahui mulai dari hal-hal ringan mengenai ibadah hingga pada persoalan yang lebih rumit (Basit 2013).

Musyawahat Kerja Nasional -I PTDI di Jakarta (1968) merumuskan dakwah adalah “mengajak atau menyeru untuk melakukan kebajikan dan mencegah kemungkaran, mengubah umat dari satu situasi kepada situasi lain yang lebih baik dalam segala bidang, merealisasi ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari bagi seorang pribadi, keluarga, kelompok atau massa, serta bagi kehidupan masyarakat sebagai keseluruhan tata hidup bersama dalam rangka pembangunan bangsa dan umat manusia” (Aziz 2017).

Dakwah merupakan komunikasi dengan proses dasar. Komunikasi dapat didefinisikan secara sederhana sebagai sebuah proses dalam kegiatan penyampaian pesan yang dioperkan oleh seorang komunikator kepada komunikan yang menghasilkan efek tertentu dengan melalui media (Pirol 2018).

Pada hakikatnya pemilihan media dakwah yang digunakan disesuaikan atau mengacu pada “siapa” objek yang menjadi *audience* dakwah, keberhasilan pelaksanaan dakwah dipengaruhi oleh kepandaian subjek dakwah dalam menggunakan media dakwah. Sebaliknya, yang menjadi faktor penunjang keberhasilan suatu kegiatan dakwah terletak pada kepandaian subjek dakwah dalam menyesuaikan media dakwah yang dipergunakan dengan materi dakwah yang sudah diramu. Perlu diingat bahwa dalam pelaksanaannya diperlukan media tertentu dalam penyampaian materi dakwah (Japarudin 2012).

Sebagaimana yang telah diketahui bahwa aplikasi media sosial sudah melekat dengan masyarakat global masa kini. Dengan penggunaan media sosial yang semakin masif, rasanya sangat disayangkan jika pemanfaatannya hanya sebatas sebagai media komunikasi dan mengakses informasi yang seringnya kurang bermanfaat. Padahal, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk berdakwah; menebar kebaikan, dan mengajak orang lain berbuat baik. Di era globalisasi, terutama di Indonesia, hal-hal di atas kemudian menjadi sebuah tantangan bagi para pendakwah (*da'it*) dalam menjalankan kegiatan dakwahnya (Sumadi 2016)

Dalam hal ini peneliti menjadikan media sosial dari

salah satu organisasi islam terbesar di Indonesia, yaitu Nahdhlatul Ulama atau yang sering dikenal dengan NU sebagai acuan dalam penelitian. Nahdhlatul Ulama bertujuan untuk menegakkan ajaran islam menurut paham *Ahlus Sunnah wal Jama'ah* di tengah-tengah kehidupan masyarakat, dalam wadah NKRI.

Dalam tulisan ini akan dibahas lebih lanjut mengenai bagaimana peran media sosial dalam dakwah islam pada media sosial Instagram @nuonline_id serta seberapa efektifnya penggunaan media sosial dalam dakwah islam. Alasan dipilihnya instagram @nuonline_id karena akun tersebut merupakan akun instagram yang dikelola secara resmi oleh redaksi NU online. NU online sendiri merupakan situs resmi yang didirikan Pengurus besar Nahdlatul Ulama sejak tahun 2003.

Rumusan masalah yang diangkat oleh peneliti adalah bagaimana NU memanfaatkan Instagram @nuonline_id untuk berdakwah? Strategi seperti apa yang diterapkan @nuonline_id dalam mengelola akun Instagramnya untuk berdakwah? Seberapa efektifkah penggunaan Instagram sebagai media dakwah bagi @nuonline_id? Dampak seperti apa yang diharapkan dari penggunaan Instagram dalam berdakwah? Peneliti juga ingin mengkaji lebih dalam, bagaimana media sosial digunakan sebagai sarana dakwah serta seperti apa perkembangan saat ini.

Secara akademis, penelitian ini diharapkan memberi kontribusi ilmiah terhadap kajian terkait peran dan manfaat media sosial, khususnya Instagram. Kajian mengenai media sosial instagram memang sudah banyak, namun masih sangat jarang ditemukan penelitian yang membahas mengenai peran media sosial instagram untuk berdakwah. Oleh karena itu, diharapkan penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi baru tentang peran media sosial dalam dakwah islam. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat melalui hasil dan pembahasan yang dipaparkan bagi pihak-pihak yang juga mengkaji atau menggeluti media sosial dan bagaimana pemanfaatannya dalam dakwah, khususnya oleh Nahdlatul Ulama.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. KOMUNIKASI

Kata komunikasi berasal dari bahasa Latin “*communicatio*” yang bermakna ‘pemberitahuan’ atau ‘pertukaran pikiran’ (Suprpto 2009). Komunikasi adalah kegiatan yang dilakukan antara komunikator dan komunikan untuk saling mengerti atau memahami suatu pesan (Caropeboka 2017).

Charles H. Cooley mendefinisikan komunikasi sebagai sebuah mekanisme suatu hubungan yang dilakukan antar manusia secara lisan dengan cara menterjemahkan simbol dan membacanya melalui ruang dan menyimpannya dalam waktu (Suprpto 2009).

Komunikasi menurut beberapa ahli: Menurut Laswell, komunikasi adalah proses yang menggambarkan siapa mengatakan apa dengan cara apa, kepada siapa dengan efek apa. Menurut Carl I. Hovland, Komunikasi adalah

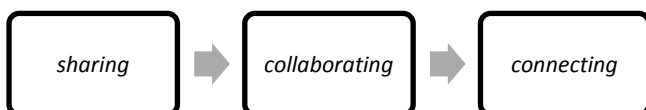
proses di mana individu atau komunikator memberikan stimulan yang biasanya berupa lambang-lambang bahasa (secara verbal ataupun non-verbal) untuk mengubah tingkah laku orang lain. Komunikasi menurut Theodorson dan Theodorson adalah penyebaran ide-ide, informasi dari seorang individu kepada individu lain sebagai sersikap atau emosi terutama melalui simbol-simbol (Suprpto 2009).

B. MEDIA SOSIAL

Media sosial atau yang dikenal juga dengan istilah jejaring sosial merupakan bagian dari media baru (*new media*). Istilah *new media* atau media baru digunakan untuk memberikan gambaran media yang memiliki karakteristik di luar dari apa yang sudah ada selama ini (*old media*). *Old media* atau media lama yang dimaksud adalah seperti radio, televisi, majalah, serta koran yang tidak mengandung media interaktif seperti internet yang mana digolongkan sebagai karakteristik media baru atau *new media* (Watie 2011).

Dalam tulisan Nashrullah (2015) menyertakan pendapat Van Dijck yang menyatakan bahwa media sosial merupakan sebuah *platform* media yang berfokus pada eksistensi pengguna dan menjadi fasilitator bagi pengguna dalam melakukan interaksi dan kolaborasi. Oleh sebab itu media sosial dapat dipandang sebagai medium (fasilitator) dalam bentuk *online* yang menjadi penguat hubungan antar pengguna dan juga sebagai sebuah ikatan sosial (Setiadi 2016).

Pada intinya pada para pengguna media sosial dapat melakukan berbagai macam kegiatan atau aktifitas dua arah pada media sosial dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi dan saling berkenalan, semuanya dapat dilakukan dalam bentuk visual, audiovisual ataupun tulisan. Agar lebih mudah memahami media sosial, dapat dilihat dari 3 *keyword* berikut (Puntoadi 2011)



Gambar 1. Alur Media Sosial

Dalam konteksnya yang lebih luas, media sosial meliputi; teknologi berbasis web seperti YouTube (layanan berbagi video sosial), tes pesan, blog, mikroblog seperti Twitter, layanan jejaring sosial (misal Facebook, MySpace, WhatsApp) (Kusuma 2020)

C. INSTAGRAM

Instagram merupakan aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto atau video yang dapat dilihat oleh pengikut (*followers*) dari pemilik akun yang mengunggah foto atau video tersebut serta dapat juga terjadi interaksi berupa saling berkomentar antar pengguna. Nama Instagram terdiri dari dua kata yaitu “insta” dan “gram”. Kata “insta” berasal dari kata instant dan kata “gram” berasal dari

telegram yang mana memiliki cara kerja yang cepat dalam mengirimkan informasi kepada orang lain (Cahyani 2018).

D. DAKWAH

Dalam gerakan-gerakan islam, dakwah dianggap sebagai suatu sistem yang penting dan merupakan bagian dari informasi. Dakwah juga dipandang sebagai sebuah proses perubahan yang diarahkan dan direncanakan dengan harapan terciptanya individu, keluarga dan masyarakat serta peradaban dunia yang diridhai Allah SWT (Pirol 2018).

Toha Yahya Omar menjelaskan dakwah Islam adalah mengajak manusia kepada jalan yang benar dan sesuai dengan perintah Tuhan untuk kebahagiaan serta kemaslahatan manusia di dunia dan di akhirat dengan cara bijaksana (Aziz, 2019). Makna dakwah dapat dipahami dalam cakupan yang lebih luas, yaitu meliputi berbagai macam kegiatan atau aktivitas yang dilakukan masyarakat islam. Dengan pemahaman tersebut, dakwah diyakini dapat menjadikan masyarakat lebih berdaya dalam berbagai bidang, seperti pendidikan, spiritual, ekonomi, serta politik (Ramlah 2015)

Menurut Soetandyo Wignyosoebroto, dakwah adalah ajakan atau upaya yang dilakukan guna meningkatkan keberdayaan pribadi atau pemberdayaan kolektif masyarakat ketika dihadapkan dengan cobaan dan tantangan hidup (Ramlah 2015). Adapun pendapat Ahmad Galwasy dalam bukunya yang berjudul “ad-Dakwah al-Islamiyah” yang mengatakan bahwa ilmu dakwah merupakan ilmu yang digunakan untuk mengetahui berbagai seni dalam menyampaikan kandungan ajaran islam, baik akidah, syariat, maupun akhlak (Pirol 2018).

E. NAHDLATUL ULAMA

Nahdlatul Ulama adalah organisasi muslim terbesar di Indonesia, dan di dunia, dengan sekitar 35 juta anggota. Lama aktif sebagai organisasi politik dan keagamaan, pada tahun 1984 ia mengundurkan diri dari ranah politik formal dalam sebuah gerakan yang disebut “Kembali ke Khittah 1926” (Bush 2003)

Dalam bukunya yang berjudul “Nahdlatul Ulama and the Struggle for Power Within Islam and Politics in Indonesia”, Robin Bush juga menyebut Nahdlatul Ulama (kebangkitan sarjana agama / ulama) sebagai organisasi islam terbesar di Indonesia, didirikan pada tahun 1926 oleh Hasyim Asy’ari dan Wahab Chasbullah untuk memajukan islam tradisional (Bush 2009)

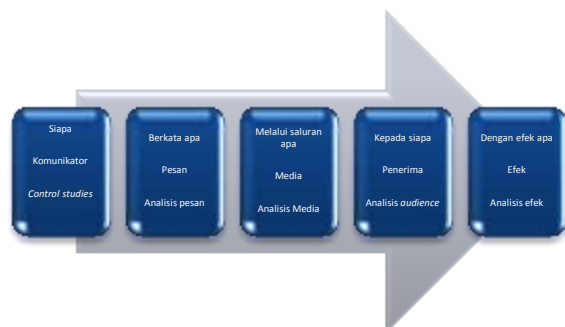
Nahdlatul Ulama (NU) merupakan organisasi keagamaan terbesar di Indonesia. Didirikan di Surabaya pada 16 Rajab 1344 H (31 Januari 1926 M) oleh beberapa ulama terkemuka yang sebagian besar merupakan pemimpin atau pengurus pesantren. NU merupakan organisasi keagamaan yang membela dan mempertahankan *Ahlussunnah Wal Jama’ah (Awwaja)* secara formal yang disertai dengan batasan yang fleksibel (Nafis 2008).

III. LANDASAN TEORI

diproduksi itu dicari, digunakan, dan dikonsumsi oleh *audience* (Sendjaja et al. 2018).

Untuk memahami proses komunikasi massa, peneliti menggunakan formula Lasswell dengan mencari jawaban dari pertanyaan sebagai berikut: siapa (*Who*), berkata apa (*Says what*), melalui saluran apa (*In which channel*), kepada siapa (*To whom*), dan dengan efek apa (*With what effect*) (Sendjaja et al. 2018).

Penggambaran lebih jelas dapat dilihat melalui bagan berikut ini: (Sendjaja et al. 2018)



Gambar 2. Teori komunikasi Laswell

Dalam riset ini, peneliti juga menggunakan teori stimulus-respons, di mana stimuli tertentu memberikan efek berupa reaksi. Seseorang dapat memprediksi atau memperkirakan kaitan yang erat antara pesan-pesan yang disampaikan media dan reaksi audience. Pesan atau stimulus, seorang penerima (receiver) atau organisme, dan efek atau respons merupakan elemen-elemen utama dalam teori ini (Sendjaja et al. 2018).

IV. METODE

A. DESAIN PENELITIAN

Tulisan ini merupakan hasil dari penelitian yang dilakukan berdasarkan dengan rancangan sebagai berikut:

Pendahuluan yang berisikan rumusan masalah, pembatasan atau fokus penelitian, tujuan serta manfaat dari penelitian ini. Tinjauan literatur yang berkaitan sesuai dengan fokus penelitian. Metodologi penelitian yang mencakup sumber data, tahap riset, metode riset, subjek riset, instrumen riset, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.

Hasil dan pembahasan yang mencakup hasil-hasil yang didapatkan oleh peneliti berdasarkan dari data-data yang dikumpulkan dan dianalisis. Kesimpulan yang berisikan simpulan peneliti dari hasil dan pembahasan yang didapatkan.

B. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dilakukan dengan berawal dari hal-hal yang khusus yang kemudian menuju hal-hal umum atau disebut juga cara berfikir induktif. Tujuan dari riset kualitatif yaitu mengumpulkan data sedalam-dalamnya untuk menjelaskan sebuah fenomena dengan

sedalam-dalamnya. Dalam riset kualitatif peneliti populasi peneliti me atau *sampling*nya terbatas atau dapat dikatakan tidak mengacu pada besarnya populasi atau *sampling* (Kriyantono 2006).

Riset kualitatif membuah hasil yang lebih kasuistik (bukan untuk digeneralisasikan) dan riset ini bersifat subjektif. Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah deskriptif dengan tujuan untuk membuat penjabaran atau penjelasan secara faktual, sistematis, serta akurat mengenai beragam fakta dan sifat dari populasi atau objek tertentu (Kriyantono 2006).

C. SUBJEK PENELITIAN

Subjek dalam penelitian ini ialah Alhafiz Kurniawan selaku Redaktur Keislaman NU Online, Putri Hidayani selaku pengelola akun instagram @nuonline_id, serta salah seorang *followers* akun instagram @nuonline_id yaitu Ardie Yudha Anugerah. Hal ini ditentukan peneliti karena dianggap sebagai komponen yang sesuai dalam menjawab permasalahan yang diangkat oleh peneliti, yaitu bagaimana peran media sosial dalam dakwah Nahdlatul Ulama. Dalam penelitian ini, instrumen terpenting adalah peneliti sendiri.

Pemilihan subjek-subjek penelitian di atas sudah dipertimbangkan oleh peneliti dan disesuaikan dengan fokus penelitian yang dibahas.

D. METODE PENGUMPULAN DATA

Dalam penelitian ini terdapat beberapa metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah metode wawancara. Pada metode wawancara ini periset melakukan kegiatan wawancara dengan tatap muka secara mendalam untuk menggali informasi dari responden. Dalam riset kualitatif peneliti melakukan wawancara yang disebut sebagai wawancara mendalam (*depth interview*) atau wawancara secara intensif (*intensive-interviews*) dan biasanya tidak terstruktur. Dengan tujuan untuk memperoleh data kualitatif yang mendalam (Kriyantono 2006).

Wawancara dilakukan secara bertahap dikarenakan peneliti tidak dapat menemui ketiga narasumber secara bersamaan. Narasumber yang diwawancarai pertama adalah pengikut akun instagram @nuonline_id yaitu Ardie Yudha Anugerah. Wawancara ini dilakukan secara tatap muka di kediaman narasumber pada hari Rabu, 18 November 2020. Dari wawancara dengan narasumber semua pertanyaan yang diajukan dapat terjawab. Peneliti juga menggunakan rancangan pertanyaan sebagai panduan wawancara yang dikhususkan untuk pengikut akun instagram @nuonline_id.

TABEL 1. PANDUAN WAWANCARA PENGIKUT AKUN *INSTAGRAM* @NUONLINE_ID

No	Pertanyaan
1	Seberapa pentingkah peran instagram dalam kehidupan anda?
2	Sudah berapa lama anda mengikuti akun instagram @nuonline_id?
3	Apa yang menjadi alasan anda mengikuti akun instagram @nuonline_id?
4	Apa tujuan anda mengikuti akun instagram @nuonline_id?
5	Seberapa aktifkah anda mengikuti instagram @nuonline_id?
6	Apa yang ada dapatkan selama mengikuti akun instagram @nuonline_id?
7	Bagaimana pendapat anda mengenai materi-materi yang dibagikan NU melalui instagram @nuonline_id?
8	Apakah dakwah melalui instagram @nuonline_id dirasa efektif atau tidak menurut anda sebagai <i>followers</i> ?
9	Dampak seperti apakah yang anda rasakan dari mengikuti instagram @nuonline_id?

Kemudian wawancara dengan Putri Hidayani selaku pengelola akun instagram @nuonline_id. Dilaksanakan pada hari Kamis, 19 November 2020. Wawancara tidak dilakukan secara tatap muka melainkan melalui aplikasi Whatsapp dikarenakan kondisi kesehatan Putri Hidayani yang baru pulih dari sakit. Berikut rancangan pertanyaan sebagai panduan wawancara kepada Putri Hidayani:

TABEL 2. PANDUAN WAWANCARA PENGELOLA AKUN *INSTAGRAM* @NUONLINE_ID

No	Pertanyaan
1	Sudah berapa lama NU menggunakan instagram @nuonline_id sebagai sarana dakwah?
2	Apa yang menjadi alasan NU menggunakan instagram @nuonline_id sebagai sarana dakwah?
3	Bagaimana cara NU memanfaatkan instagram @nuonline_id sebagai sarana dakwah?
4	Apakah NU memiliki program / konten khusus yang dirancang untuk berdakwah melalui instagram @nuonline_id?
5	Jika ada tolong sebutkan dan jelaskan apa saja dan bagaimana program/konten tersebut dijalankan serta tujuannya?
6	Bagaimana agar dakwah yang disampaikan tepat sasaran dan tidak miss interpretasi?
7	Bagaimana cara menanggapi berbagai macam respon pengguna instagram di akun instagram @nuonline_id (positif dan negatif)?
8	Bagaimana cara pengelola akun instagram @nuonline_id agar tetap eksis dan tidak tenggelam dalam arus konten-konten instagram lainnya yang bersifat <i>viral</i> ?
9	Adakah kendala yang dialami dalam mengelola akun instagram @nuonline_id? Jika ada, apa saja kendala yang dihadapi? Dan bagaimana cara menyikapinya?

Tahap wawancara yang terakhir yaitu dengan Alhafiz Kurniawan selaku Redaktur Keislaman NU online. Wawancara ini dilakukan pada hari Sabtu, 21 November 2020 secara virtual melalui *zoom meeting* karena satu dan lain hal. Wawancara juga berjalan sangat lancar dan narasumber pun memberikan jawaban yang memuaskan sesuai dengan kebutuhan peneliti. Panduan wawancara juga dirancang dengan pertanyaan-pertanyaan yang

disesuaikan untuk narasumber.

TABEL 3. PANDUAN WAWANCARA REDAKTUR KEISLAMA NU ONLINE

No	Pertanyaan
1	Bagaimana NU menghadapi perkembangan teknologi dan informasi yang sangat pesat saat ini?
2	Apa instagram bagi NU?
3	Apa pengaruh instagram terhadap masyarakat secara umum menurut pandangan NU?
4	Bagaimana dampak keberadaan instagram bagi NU? Lebih banyak dampak positif atau negatif? Mengapa?
5	Bagaimana manfaat instagram bagi dakwah NU?
6	Bagaimana peran instagram bagi NU dalam menjalankan dakwah?
7	Seberapa efektif kah penggunaan instagram sebagai sarana dakwah bagi NU?
8	Bagaimana agar dakwah yang disampaikan tepat sasaran dan tidak miss interpretasi?
9	Materi seperti apa yang biasanya disampaikan oleh pendakwah NU dalam dakwah melalui instagram?

E. METODE ANALISIS DATA

Setelah data-data yang dikumpulkan oleh peneliti sudah dianggap cukup maka kemudian dilakukan analisis data. Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan adalah *authenticity*. *Authenticity* yaitu memperluas konstruksi personal yang diungkapkan (oleh informan / subjek penelitian). Subjek wawancara diberikan peluang untuk bercerita atau menjabarkan mengenai apa yang dialaminya yang sesuai dalam konteks wawancara secara informal dan santai (Kriyantono 2006).

V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Peneliti akan memaparkan hasil dan pembahasan dari penelitian ini berdasarkan hasil dari wawancara dengan ketiga narasumber yaitu Alhafiz Kurniawan selaku redaktur keislaman NU online (yang selanjutnya akan disebut sebagai narasumber 1), Putri Hidayani selaku

pengelola instagram @nuonline_id (yang selanjutnya akan disebut sebagai narasumber 2), dan salah satu followers akun instagram @nuonline_id yaitu Ardie Yudha Anugerah (yang selanjutnya akan disebut narasumber 3).

TABEL 4. HASIL WAWANCARA NARASUMBER 1

Pertanyaan	Jawaban
Bagaimana NU menghadapi perkembangan teknologi dan informasi yang sangat pesat saat ini?	Pertama NU sendiri tidak terlalu gagap dalam menghadapi perkembangan teknologi dan informasi, secara doktrin NU sangatlah terbuka dan tidak membatasi diri terhadap produk-produk meskipun itu berasal dari dunia barat, dimana teknologi yaitu kebanyakan produk yg berasal dari luar negri. Di dalam kitab kuning juga telah mengajari bagaiman menghadapi perkembangan jaman termasuk masalah teknologi. Salah satu contohnya NU tidak anti terhadap <i>microphone</i> dimana <i>microphone</i> salah satu produk perkembangan jaman saat ini, dimana masih ada beberapa umat muslim yang menolak untuk menerima <i>microphone</i> atau teknologi lainnya. Sampe saat ini NU memanfaatkan perkembangan teknologi untuk melakukan hal kebaikan dan juga sudah mempunyai banyak platform. pada intinya NU semaksimal mungkin untuk mengikuti perkembangan teknologi dan informasi dan memenuhi kebutuhan apapun untuk mengikuti

	perkembangan teknologi dan informasi yang dibutuhkan masyarakat.
Apa instagram bagi NU?	Instagram salah satu media sosial yang banyak digunakan saat ini, dimana pengguna kebanyakan anak remaja. Prinsip NU dimana ada kerumunan NU akan borkentestasi juga disana, karena instagram juga termasuk kerumunan orang-orang walaupun tidak secara langsung. Meskipun Banyak instagram yang dimiliki anggota NU, tetapi @nuonline_id adalah resmi dikelola oleh PBNU, NU online adalah lembaga publikasi milik NU, NU online sendiri telah mempelajari bagaimana karakteristik warga instagram. Intinya instagram sangat penting sekali digunakan untuk menjangkau masyarakat NU atau diluar NU
Apa pengaruh instagram terhadap masyarakat secara umum menurut pandangan NU?	Instagram saat ini banyak sekali digunakan oleh masyarakat terutama kalangan muda. Banyak sekali informasi atau konten yang ada di instagram itu mempengaruhi perilaku kehidupan masyarakat. Maka dari itu NUonline mempelajari perilaku warga instagram dimana nanti postingan @nuonline_id dikemas sesuai dengan selera warga instagram. NU sangat memperhatikan perilaku warga instagram

	dan merebut pemikirannya agar tetap dalam ajaran islam
Bagaimana dampak keberadaan instagram bagi NU? Lebih banyak dampak positif atau negatif? Mengapa?	Secara umum instagram dan media sosial lain pasti mempunyai dampak negatif dan positif nya. Tetapi @nuonline_id sebagai pelaku media sangat penting sekali membaca komentar, kritikan, atau saran di instagram karena itu salah satu dampak positif dimana akan membuat lebih baik lagi untuk kedepannya. Untuk dampak positif biasanya ada komentar yang berasal orang yang tidak suka NU dan berkomentar dengan tujuan untuk memprovokasi pengguna instagram lainnya.
Bagaimana manfaat instagram bagi dakwah NU?	Media sosial itu punya kelebihan dan kekurangan masing-masing termasuk di instagram, terkadang apa yang @nuonline_id posting belum tentu dijangkau oleh semua followersnya @nuonline_id, akan tetapi banyak juga pengguna instagram mengshare postingan itu ke media sosial lainnya seperti facebook, twitter dan lain-lain. Prinsipnya @nuonline_id membuat konten dakwah dan mengikuti karekteristik pengguna instagram agar dakwah dapat dipahami dengan baik dan konten dakwah ini akan disebar

	seluaskan luasnya ke pengguna media sosial instagram.
Bagaimana peran instagram bagi NU dalam menjalankan dakwah?	peran media sosial itu sendiri adalah untuk membuat jangkauan dakwah NU semakin luas, misalkan @nuonline_id memposting konten dakwah lalu beberapa followers @nuonline_id ada yang mengshare kembali dan diliat oleh followersnya lalu dishare lagi oleh followersnya, jadi postingan itu bisa tersebar dari akun seseorang ke akun lainnya.
Seberapa efektif kah penggunaan instagram sebagai sarana dakwah bagi NU?	Instagram digunakan untuk berdakwah sangat efektif karena terbukti postingan @nuonline_id tentang dakwah yang berupa <i>quotes</i> , video ceramah, film pendek, video tentang nilai-nilai ke NU-an, memiliki respon yang baik apa lagi followers @nuonline_id sering menyebarkan apa yang diposting @nuonline_id. Banyak juga pertanyaan-pertanyaan dari warga instgram tentang keislaman walaupun itu masih ilmu-ilmu dasar yang sangat mudah dijawab oleh santri-santri NU, tetapi itu bentuk respon yang sangat baik dari warga instagram, oleh karena itu instagram sangat efektif untuk berdakwah bagi NU.
Bagaimana agar dakwah yang	Sedapat mungkin kita menyiapkan sebuah konten

disampaikan tepat sasaran dan tidak miss interpretasi?	yang utuh, yang gampang dinalar oleh warga instagram, semuanya kita akan masukan yg berdasarkan Al-Quran, hadist, dan pandangan para ulama. Selain keutuhan konten cara penyampain harus baik dan jelas. Ada juga sebuah ceramah karena terlalu panjang pembahasannya akhirnya itu dipecah menjadi dua konten atau video. Anggap saja ada seseorang yang menonton video pertamanya saja tetapi tidak menonton video selanjutnya sehingga akan menjadi miss interpretasi. Maka dari itu kita menghindarkan hal-hal seperti itu agar tidak ada miss interpretasi. Yang terakhir masalah penjudulan harus sangat diperhatikan dan yang terpenting keakuratan ayat-ayat Al-Quran, nomor surat Al-Quran, dan hadist.
Materi seperti apa yang biasanya disampaikan oleh pendakwah NU dalam dakwah melalui instagram?	Secara umum <i>da'i</i> yang muncul di instagram yaitu <i>da'i-da'i</i> muda, dan mereka rata-rata berpikiran terbuka dan lebih mengkampanyekan konten-konten dakwah yang sifatnya toleransi, kecintaan kepada negara, dan mengedukasi masyarakat bagaimana caranya memahami sunnah rasul yang baik dan benar, selain itu juga mengedukasi masyarakat terkait perbedaan mazhab, dan

	terakhir masalah isu-isu yang lagi banyak dibahas. Intinya materi yang disampaikan tidak lepas dari prinsip dasar keislaman menurut NU.
--	---

TABEL 5. HASIL WAWANCRAA NARASUMBER 2

Pertanyaan	Jawaban
Sudah berapa lama NU menggunakan instagram @nuonline_id sebagai sarana dakwah?	Akun @nuonline_id sudah ada sejak 13 Februari 2016
Apa yang menjadi alasan NU menggunakan instagram @nuonline_id sebagai sarana dakwah?	Berpegang pada adagium al-muhafadhah 'alal qadim al-shalih wal akhdzu bil jadidil ashlah (memelihara yang lama yang masih baik dan mengambil yang baru yang lebih baik), NU Online memanfaatkan sarana media sosial (Instagram, Twitter, Facebook) sebagai sarana dakwah agar menjangkau semua kalangan masyarakat dari berbagai lapisan sosial dan usia.
Bagaimana cara NU memanfaatkan instagram @nuonline_id sebagai sarana dakwah?	Berperan aktif mengunggah konten-konten dakwah yang bersumber dari website NU Online.
Apakah NU memiliki program / konten khusus yang dirancang untuk berdakwah melalui instagram @nuonline_id?	Iya punya
Jika ada tolong dan disebutkan	Sebagai kepanjangan tangan dari PBNU dalam menebar

jelaskan apa saja dan bagaimana program/konten tersebut dijalankan serta tujuannya?	dakwah Islam Ahlussunnah Waljamaah an-Nahdliyah, akun @nuonline_id membuat segmentasi di setiap unggahan seperti dawuh, doa, motivasi, kutipan yang diambil dari Al-Qur'an/Hadits/ulama terdahulu, berita terpopuler dan sebagainya. Tujuannya untuk memudahkan warganet dalam mengenali konten dakwah @nuonline_id
Bagaimana agar dakwah yang disampaikan tepat sasaran dan tidak miss interpretasi?	Mengikuti apa yang sedang menjadi perbincangan dan perhatian warganet
Bagaimana cara menanggapi berbagai respon pengguna instagram di akun instagram @nuonline_id (positif dan negatif)?	Di era kebebasan berpendapat, warganet diberikan kebebasan memberi komentar dan berinteraksi selagi masih dalam batas wajar. Media dituntut untuk netral. Sejauh ini tanggapan warganet mayoritas positif.
Bagaimana cara pengelola akun instagram @nuonline_id agar tetap eksis dan tidak tenggelam dalam arus konten-konten instagram lainnya yang bersifat <i>viral</i> ?	Justru sebagai akun Instagram media massa, kami mengikuti perkembangan jagat maya maupun nyata yang sedang viral. Hal tersebut bisa menjadi pembahasan sekadar masuk berita biasa maupun dibahas dan ditinjau dari aspek hukum agama. Hal ini pula yang menjadi salah satu kelebihan kami
Adakah kendala yang dialami dalam	Sejauh ini normal. Kami sebagai pengelola akun

mengelola akun instagram @nuonline_id? Jika ada, apa saja kendala yang dihadapi? Dan bagaimana cara menyikapinya?	Instagram @nuonline_id tidak dapat mengelola akun ini sekehendak hati. Harus berpegang teguh pada prinsip agama, organisasi, dan juga kode etik jurnalistik.
---	--

Berdasarkan jawaban narasumber 1 dan narasumber 2 atas pertanyaan yang diajukan peneliti, dapat terlihat bahwa NU sebagai lembaga keagamaan tetap mengikuti perkembangan teknologi dan tidak gagap dalam pelaksanaannya. Dapat dilihat juga bahwa peran instagram @nuonline_id sebagai sarana dakwah bagi NU sendiri adalah untuk menjangkau masyarakat seluas-luasnya agar penyebaran dakwah juga dapat tersebar luas.

Selain melakukan wawancara mendalam dengan redaktur keislaman NU online dan pengelola akun instagram @nuonline_id, peneliti juga melakukan wawancara mendalam dengan pengikut (*followers*) akun instagram @nuonline_id. Wawancara dengan pengikut (*followers*) akun instagram @nuonline_id dimaksudkan untuk mendapatkan hasil yang lebih dalam mengenai peran dan efektifitas dakwah dengan menggunakan instagram dari sudut pandang warganet. Dalam wawancara ini terdapat beberapa pertanyaan yang sudah dijawab oleh narasumber 3 sebagai berikut.

TABEL 6. HASIL WAWANCARA NARASUMBER 3

Pertanyaan	No
Seberapa pentingkah peran instagram dalam kehidupan anda?	Penting, karena di era digitalisasi dan keterbukaan informasi membuat media sosial ini berguna untuk mengekspresikan diri, mendapatkan informasi, mendapatkan relasi dan mendapatkan teman baru.
Sudah berapa lama anda mengikuti akun instagram @nuonline_id?	Sejak akun Instagram @nuonline_id dibuat skitar 2016 awal saya sudah follow instagramnya Nuonline
Apa yang menjadi alasan anda mengikuti akun instagram	Alsannya menurut saya instagram @nuonline_id dikelola langsung oleh

@nuonline_id?	pihak PBNU tentu diisi oleh orang yang kompetitif dan berpengalaman, tentunya konten di @nuonline_id bukan sebatas keagamaan ada juga informasi2 lainnya.
Apa tujuan anda mengikuti akun instagram @nuonline_id?	Tujuannya ingin mendapatkan informasi, ilmu, dan wawasan dan juga membangun relasi sesama warga NU tentunya.
Seberapa aktifkah anda mengikuti instagram @nuonline_id?	Saya lumayan aktif buka instagram, di saat sedang membuka instagram saya pasti mengunjungi akun instagram @nuonline_id, saya pasti selalu like postingan tersebut, terkadang saya juga ikut berkomentar dan mengeshare postingan itu.
Apa yang ada dapatkan selama mengikuti akun instagram @nuonline_id?	Tentu saja saya mendapatkan ilmu, wawasan, serta informasi, dimana ilmu sekarang tidak harus didapatkan dengan cara langsung namun di media sosial kita bisa mendapatkannya jika konten itu bermanfaat dan baik buat kita.
Bagaimana pendapat anda mengenai materi-materi yang dibagikan NU melalui instagram @nuonline_id?	Pendapat saya untuk materi yang dibagikan di instagram @nuonline_id cukup bervariasi, jika itu informasi tentang sebuah acara atau sebuah kegiatan yang diselenggarakan NU saya dapat mengetahui

	jadwal dan tempat nya, terkadang saya datang ke acara tersebut. Selain itu materi yang dibagikan di instagram @nuonline_id tentang islam dan dapat bermanfaat untuk saya menambah pengetahuan tentang islam.
Apakah dakwah melalui instagram @nuonline_id dirasa efektif atau tidak menurut anda sebagai <i>followers</i> ?	Tentu sangat efektif dan sangat bermanfaat karena di era digitalisasi dan keterbukaan saat ini dakwah tidak hanya dilakukan melalui majelis-majelis, mushola, atau pun masjid. Tetapi bisa juga dilakukan di media sosial tentunya dengan ilmu keislaman yang dapat kita pelajari dan kita amalkan dalam kehidupan kita sehari-hari. Instagram @nonline_id juga sebagai media instagram yang bermanhaj <i>ahlisunnah waljamaah</i> dan membentengi paham-paham atau informasi yang liar seputar agama di instagram.
Dampak seperti apakah yang anda rasakan dari mengikuti instagram @nuonline_id?	Yang saya rasakan sangat bangga, dan terimakasih kepada @nuonline_id karena struktural-struktural PBNU telah melebarkan sayap dakwah nya termasuk melalui media instagram. Dampak yang sangat saya rasakan wawasan saya menjadi

	semakin luas, dan pertemanan saya juga semakin luas.
--	--

Dari hasil wawancara dengan narasumber 3 selaku pengikut (*followers*) akun instagram @nuonline_id, terjawab juga mengenai efektifitas dakwah melalui instagram. Penyebaran dakwah melalui instagram @nuonline_id dirasa sangat bervariasi dan dapat menambah ilmu keislaman.

VI. KESIMPULAN

Dari hasil dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa di era digital ini keterbukaan terhadap media baru seperti media sosial khususnya instagram merupakan hal yang penting. Baik untuk kepentingan pribadi atau kepentingan bersama. Sebagaimana yang dilakukan oleh NU dalam menghadapi perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Dengan terciptanya akun instagram @nuonline_id menunjukkan bahwa NU tidak gagap dalam menghadapi era digital. Dengan akun instagram @nuonline_id NU dapat menyebarkan materi-materi dakwah dengan lebih luas.

Tentu terdapat strategi dalam pengelolaan akun instagram @nuonline_id yang sangat menarik. Bahwa NU justru mengikuti hal-hal yang sedang trend atau viral sebagai pendekatan kepada warganet agar akun instagram @nuonline_id tetap eksis dan menarik. Redaktur keislaman NU online dan pengelola akun instagram @nuonline_id juga menyadari mengenai dampak yang diberikan instagram terdapat hal positif dan negatif. Dimana dampak positifnya adalah akun instagram @nuonline_id dapat berkembang dengan membaca komentar, serta kritik dan saran dari warganet. Sementara dampak negatifnya adalah komentar-komentar yang memprovokasi masyarakat yang tidak suka terhadap NU.

Dampak positif juga dirasakan oleh pengikut (*followers*) akun instagram @nuonline_id yaitu bertambahnya wawasan mengenai keagamaan serta bertambahnya pertemanan. Bagi pengikut (*followers*) instagram memiliki peran yang cukup penting karena di era digitalisasi dan keterbukaan informasi membuat instagram berguna untuk bertukar informasi serta menambah relasi. Dalam hal dakwah pun demikian, instagram berperan penting sebagai perpanjangan tangan dari NU untuk menyebar dakwah dengan seluas-luasnya. Melalui instagram NU dapat menjangkau umat di mana pun berada. Dakwah juga dapat tersebar dengan lebih cepat.

Penting bagi pengelola akun instagram @nuonline_id untuk memahami situasi sosial masyarakat serta isu-isu yang sedang berkembang agar materi-materi dakwah yang disampaikan melalui instagram @nuonline_id memiliki relevansi dengan apa yang dirasakan oleh masyarakat. Sehingga masyarakat lebih tertarik untuk memperhatikan dan mengikuti konten-konten yang diposting oleh akun

Tabel 6. Hasil wawancara narasumber 3

instagram @nuonline_id. Selain itu peran para pengikut (*followers*) juga penting bagi penyebaran dakwah melalui instagram. Sebab tidak sedikit pengikut akun instagram @nuonline_id yang merepost konten-konten instagram @nuonline_id yang mana hal tersebut sangat bermanfaat untuk dapat menjangkau masyarakat secara lebih luas lagi.

Adapun hal lain yang menarik dalam penggunaan instagram sebagai media dakwah yaitu akun @nuonline_id membuat segmentasi di setiap unggahan seperti dawuh, doa, motivasi, kutipan yang diambil dari Al-Qur'an/Hadits/ulama terdahulu, berita terpopuler dan sebagainya. Tujuannya untuk memudahkan warganet dalam mengenali konten dakwah @nuonline_id. Selain itu @nuonline_id membuat konten dakwah dan mengikuti karakteristik pengguna instagram agar dakwah dapat dipahami dengan baik dan konten dakwah ini akan di sebar kan seluas luasnya ke pengguna media sosial.

Dapat disimpulkan bahwa penggunaan akun instagram @nuonline_id sebagai sarana dakwah sangat efektif. Dampak yang diberikan juga beragam, namun lebih banyak dampak positif yang dirasakan pengelola akun instagram @nuonline_id. Peran akun instagram @nuonline_id sendiri juga sangat penting baik bagi NU maupun bagi masyarakat. Sebab dapat menjangkau seluas-luasnya, mempermudah penyebaran dakwah, serta menambah wawasan masyarakat tentang ilmu islaman.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aziz, Moh. Ali. 2017. *Ilmu Dakwah*. 6th ed. Jakarta: KENCANA.
- [2] Basit, Abdul. 2013. "Dakwah Cerdas Di Era Modern." 03.
- [3] Bush, R. 2003. "Islam and Civil Society in Indonesia: The Case of the Nahdlatul Ulama."
- [4] Bush, Robin. 2009. *Nahdlatul Ulama and the Struggle for Power within Islam and Politics in Indonesia*. Pasir Panjang: ISEAS Publishing.
- [5] Cahyani, Riska Indah. 2018. "PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN AKHYAR TV DALAM PENYEBARAN DAKWAH."
- [6] Caropeboka, Ratu Mutialela. 2017. *Konsep Dan Aplikasi Ilmu Komunikasi*. 1st ed. YOGYAKARTA: ANDI.
- [7] Japarudin. 2012. "Media Massa Dan Dakwah." *Jurnal Dakwah* XIII(1).
- [8] Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. 1st ed. Jakarta: KENCANA.
- [9] Kusuma, Rr. Chusnu Syarif Diah. 2020. "Dampak Media Sosial Dalam Gaya Hidup Sosial (Studi Kasus Pada Mahasiswi Pendidikan Administrasi Perkantoran FE UNY)." *Jurnal Efisiensi-Kajian Ilmu Administrasi Edisi Februari* 17(1):15-33.
- [10] Nafis, M. Cholil. 2008. *Masalah Garis Perbatasan Nahdlatul Ulama: Hujjah Aqidah Dan Amaliyah Kaum Nahdliyyin*. Jakarta: Nahdlatul Ulama.
- [11] Piro, Abdul. 2018. *Komunikasi Dan Dakwah Islam*. 1st ed. edited by Sulaeman Jajuli. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- [12] Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. 1st ed. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- [13] Ramlah. 2015. *Meretas Dakwah Di Kota Palopo*. 1st ed. SLEMAN: CV BUDI UTAMA.
- [14] Sarwono, Billy K., Muhammad Heychael, R. A. Wulandari, Ika Putriana, Turnomo Rahardjo, Boby Guntarto, and Irwansyah. 2018. *Komunikasi Massa*. 3rd ed. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- [15] Sendjaja, Sasa Djuarsa, Turnomo Raharjo, Tandiy Pradekso, and Ilya R. Sunarwinadi. 2018. *Teori Komunikasi*. 3rd ed. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- [16] Setiadi, Ahmad. 2016. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi."
- [17] Sumadi, Eko. 2016. "Dakwah Dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi." *Perkembangan Media Sebagai Sarana Dakwah* 4(1).
- [18] Suprpto, Tommy. 2009. *Pengantar Teori Dan Manajemen Komunikasi*. 1st ed. Jakarta: PT. BUKU KITA.
- [19] Watie, Dwi. 2011. "Komunikasi Dan Media Sosial (Communications and Social Media)." III(1).