

Literasi Dakwah Digital pada Akun Media Sosial InstagramNahdlatulUlama @nuonline_id

Zulfikar Ikrom

Telkom University, Bandung
email: zulfikar1655@gmail.com

Muhammad Fauzan Nugraha

Telkom University, Bandung
email: itsfauzan7@gmail.com

Abstract:

This research aims to analyze digital da'wah literacy carried out by the Instagram account @nuonline_id. Using descriptive qualitative methods and agenda setting theory, this research examines how these accounts utilize social media platforms to spread Islamic messages. The research results show that the @nuonline_id account has succeeded in reaching 1.1 million followers and presents a variety of preaching content, ranging from quotes from Al-Qur'an verses and hadith to the latest news and health information. This content is packaged creatively and innovatively, utilizing Instagram features to attract the attention of the audience. This research concludes that digital da'wah literacy carried out by @nuonline_id is quite effective in spreading Islamic messages and reaching a wide audience.

Keywords:

Da'wah Digital; Digital Literacy; NU Online; Setting Agenda

Abstrak:

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis literasi dakwah digital yang dilakukan oleh akun Instagram @nuonline_id. Menggunakan metode kualitatif deskriptif dan teori agenda setting, penelitian ini mengkaji bagaimana akun tersebut memanfaatkan platform media sosial untuk menyebarkan pesan-pesan Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @nuonline_id berhasil mencapai 1,1 juta pengikut dan menyajikan beragam konten dakwah, mulai dari kutipan ayat Al-Qur'an dan hadis hingga berita terkini dan informasi kesehatan. Konten-konten tersebut dikemas secara kreatif dan inovatif, memanfaatkan fitur-fitur Instagram untuk menarik perhatian audiens. Penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi dakwah digital yang dilakukan oleh @nuonline_id cukup efektif dalam menyebarkan pesan-pesan Islam dan menjangkau audiens yang luas.

Kata Kunci:

Agenda Setting; Dakwah Digital; Literasi Digital; NU Online

Pendahuluan

Author correspondence email: zulfikar1655@gmail.com

Available online at: <http://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/meyarsa/>

Copyright (c) 2023 by Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Dakwah



Dakwah merupakan hal yang ada dalam Islam dan penting untuk dilaksanakan.¹ Dalam lingkup dakwah secara luas, manusia mampu menyebarkan pesan ajaran kebaikan yang disampaikan kepada khalayak lain. Makna dakwah yang sangat luas, mampu menyebarkan Islam ke seluruh dunia yang ada di muka bumi ini.² Jika di dunia ini tidak ada penyebaran dakwah, Islam tentu tidak akan berkembang pesat sampai saat ini.³ Fungsi Dakwah dalam perkembangannya saat ini, yaitu tidak hanya melakukan penyebaran hanya secara konvensional saja tetapi saat ini juga melalui ranah Dakwah Digital.⁴ Dalam berdakwah secara digital, tentu saja harus memiliki literasi komunikasi yang baik agar mampu tersampaikan secara luas dan meminimalisir kekeliruan yang ada.⁵ Surah Fussilat ayat 33 telah memberikan pesan kepada Hamba Allah SWT agar selalu menyerukan ajaran yang telah diberikan melalui ayat-ayatnya.

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَىٰ آءٍ وَعَمِلَ صَٰلِحًا وَقَالَ إِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ

Artinya: *Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: "Sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang menyerah diri?"*

Menurut Hidayatullah sesuai dengan ayat suci Al Qur'an yang telah dipaparkan sebelumnya bahwa dakwah digital melalui media social pada saat ini, merupakan suatu media yang tepat dan perkembangannya cepat sekali serta cukup tinggi efektivitasnya dalam penyebaran informasi yang ada.⁶ Data dalam Media Sosial sangat mudah didapatkan dengan fitur aplikasi yang ada seperti Instagram, Facebook, Twitter dan lainnya.⁷ Namun demikian, Media Sosial juga memiliki klaster tertentu mengenai usia, jenis kelamin, pekerjaan, agama dan latar belakang sesuai dengan

¹ Ulla, Noviatul. 2021. "Analisis Makna Dakwah Akun Instagram @ Muslimahtangguh Analysis of the Meaning of Da ' Wah Instagram Account @ Muslimahtangguh Abstrak Tantangan Dakwah Pada Zaman Modern Ini (Dinillah , 2019) Informasi , Termasuk Informasi Umum Dan Informasi Tentang Aga" II (2): 166-84.

² Pektas, Serafettin. 2021. "A Comparative Analysis of Three Sunni Muslim Organizations on 'Moderate' and 'Radical' Islam in Egypt, Morocco and Indonesia." *Religion* 51 (2): 190-213. <https://doi.org/10.1080/0048721X.2020.1868383>.

³ Elbasani, Arolda, and Jelena Tošić. 2017. "Localized Islam(s): Interpreting Agents, Competing Narratives, and Experiences of Faith." *Nationalities Papers* 45 (4): 499-510. <https://doi.org/10.1080/00905992.2017.1300792>.

⁴ Halim, Wahyuddin. 2018. "Young Islamic Preachers on Facebook: Pesantren As'adiyah and Its Engagement with Social Media." *Indonesia and the Malay World* 46 (134): 44-60. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1416796>.

⁵ Abdullah, Najwa, and Mohamed Nawab Mohamed Osman. 2018. "Islamisation in the Indonesian Media Spaces New Sites for a Conservative Push." *Journal of Religious and Political Practice* 4 (3): 214-32. <https://doi.org/10.1080/20566093.2018.1525894>.

⁶ Wu, Yanfang. 2018. "The Disruption of Social Media: How the Traditional Collaborative Model between Reporters and Editors Evolves in American Newsrooms." *Digital Journalism* 6 (6): 777-97. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1376590>.

⁷ Wibowo, Adi. 2019. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital." *Jurnal Islam Nusantara* 03 (02): 339-56.

identitas pengguna. Menurut Leonie Schmidt di tahun 2021, bahwasanya Media Sosial dan keterkaitannya dengan literasi Media Dakwah di Indonesia sangat berkembang pesat dengan adanya Ormas Islam Nahdlatul Ulama yang saat ini mulai beranjak ke Media Digital tersebut.⁸

Nahdlatul Ulama (NU) adalah suatu Organisasi Masyarakat Islam di Indonesia dengan jumlah pengikutnya sejumlah 95 juta jiwa per tahun 2021 sampai saat ini, sedangkan usia milenial didalamnya sejumlah 35 juta jiwa ditahun 2020.⁹ Kemudian, Schmidt mencatat bahwa Nahdlatul Ulama sendiri berdiri di tanggal 16 Rajab 1344 Hijriyah/ 31 Januari 1926 Masehi . 1 Abad Nahdlatul Ulama telah dijalankan dengan berbagai tantangan dan rintangannya. Dakwah yang dijalankan Nahdlatul Ulama (NU) sendiri berasaskan *Ahlussunnah Wal Jamaah*. Dalam ranah perkembangan zaman pula, Nahdlatul Ulama mempunyai beberapa Media Sosial guna menyebarkan Literasi Dakwah kepada Masyarakat agar informasi dapat disebar secara luas. Salah satu Media Sosial milik Nahdlatul Ulama ialah @nuonline_id yang merupakan portal berita atau media informasi mengenai Dakwah Digital kepada Masyarakat.¹⁰ Akun Instagram merupakan pengerucutan dari portal pemberitaan dari portal berita dakwah NU Online sendiri agar berita yang telah terbit di portal NU Online dapat secara ringkas terbit pula di Media Instagram @nuonline_id.¹¹

Literasi Dakwah yang dilakukan pada akun Instagram NU Online sendiri mampu memaparkan bahwasanya Dakwah secara Digital bisa sekali dilakukan dengan adanya perkembangan Teknologi Media Massa yang semakin maju dan berkembang. Menjawab berbagai pemikiran yang ada agar tidak terjadi pemberitaan *hoax* atau palsu , Akun Instagram @nuonline_id kerap kali melalui postingannya meluruskan pemberitaan yang beredar dengan sisi Dakwah Agama. Dengan demikian, NU Online ketika menerbitkan suatu pemberitaan di portal medianya bukan bertujuan untuk mengadu domba atau mengujar tentang kebencian suatu golongan. NU Online ada tentu bertujuan untuk memberikan nilai kesejukan agar Masyarakat tidak mudah percaya dengan segala bentuk pemberitaan yang faktanya belum aktual di Media Sosialnya.

Literasi Digital dalam akun Instagram @nuonline_id di era revolusi industri 4.0 sangat tanggap dan cepat akan informasi suatu hal yang bersifat

⁸ Schmidt, Leonie. 2021. "Aesthetics of Authority: 'Islam Nusantara' and Islamic 'Radicalism' in Indonesian Film and Social Media." *Religion* 51 (2): 237-58. <https://doi.org/10.1080/0048721X.2020.1868387>.

⁹ Sofyan, Ahmad, Siti Munawaroh, Kaimudin, and Enday Mulyadi. 2023. "Moderasi Beragama Dalam Pendidikan Perspektif Nahdlatul Ulama." *Edusifa: Jurnal Pendidikan Islam* 8 (2): 18-33. <https://doi.org/10.56146/edusifa.v8i2.95>.

¹⁰ Listyan, M. Mukhibudin Ni'amRefti Handini. 2020. "Analisis Wacana Kritis Adrianus Van Dijk Terhadap Media Nu Online" 21 (1): 1-9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>.

¹¹ Soraya, Serin Himatus, and Wahyu Tri Wibowo. 2021. "Construction of Public Opinion about Religious Moderation on NU Online Instagram Accounts (@nuonline_id)." *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 15 (1): 111-23. <https://doi.org/10.24090/komunika.v15i1.4572>.

aktual dan menghindari pemberitaan *hoax* atau bohong.¹² Penyesuaian Dakwah dalam inovasi media sosial memberikan urgensi yang sangat kuat dengan pembawaan materi yang sedikit lebih ringan tetapi dapat tersampaikan secara rapih dan terstruktur oleh kemasan yang kreatif dan inovatif. Kemudian terdapat beberapa fakta yang menyebutkan bahwa saat ini generasi milenial lebih mudah dan senang ketika membaca konten yang tersedia muncul diberanda Instagram mereka. Followers untuk akun Instagram @nuonline_id ini sendiri, saat ini mencapai 1 Juta Followers pada bulan Maret 2023. Teori yang digunakan dalam penelitian ini, menggunakan teori agenda setting yang dimana didalamnya menggunakan metode kualitatif kajian *literature review*.¹³

Penelitian ini hendak mengkaji bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh akun Instagram @nuonline_id dalam menyebarkan literasi dakwah, melawan disinformasi, dan menjangkau generasi milenial di era revolusi industri 4.0, faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas penyampaian pesan dakwah melalui akun Instagram @nuonline_id kepada generasi milenial, serta dampak dari literasi dakwah yang disebarkan oleh akun Instagram @nuonline_id terhadap pemahaman dan perilaku pengikutnya.

Metode

Metode kualitatif deskriptif menurut Fadli merupakan suatu metode penelitian yang tidak mengukur variabel kuantitatif dan berfokus pada deskripsi dan penjelasan rinci tentang fenomena atau subjek penelitian. Studi ini berfokus pada tema dakwah dalam Islam dalam konteks abstrak yang diberikan, dengan penekanan pada literasi dakwah digital melalui akun Instagram @nuonline_id. Penelitian mencatat dengan menentukan ide-ide utama yang akan dijelaskan seperti "dakwah", "literasi dakwah digital", dan "pengaruh media digital dalam dakwah." Untuk memastikan bahwa konsep-konsep tersebut dipahami dengan benar, definisi operasional diberikan. Kemudian, dengan menawarkan metode dan pemahaman yang lebih baik tentang konsep dakwah dalam dunia kontemporer, penelitian ini mempertimbangkan sejarah dakwah dalam Islam dan teori yang digunakan, yaitu teori agenda setting. Dengan fokus pada akun Instagram @nuonline_id sebagai studi kasus, pendekatan kualitatif deskriptif ini akan membantu peneliti menggambarkan dan menjelaskan fenomena dakwah digital. Penelitian dapat memanfaatkan metode ini untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana literasi dakwah digital mempengaruhi penyebaran Islam di

¹² Rosmalina, Asriyanti. 2022. "Dakwah Literasi Digital Terhadap Perilaku Generasi Milenial Dalam Bermedia Sosial." *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 13 (1): 64. <https://doi.org/10.24235/orasi.v13i1.10443>.

¹³ Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, and John G. Oetzel. 2017. *Theories Of Human Communication Eleventh Edition*. Waveland Press, Inc. Vol. 53. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.

media sosial.¹⁴

Hasil dan Diskusi

Literasi Dakwah Digital

Dalam hasil dan pembahasan ini terdapat untuk setiap pilar, indeks literasi digital di Indonesia tahun 2022 adalah: (1) Budaya Digital sebesar 3,90 dari skala 5 atau baik. Sedangkan pilar Etika Digital memiliki skor 3,53, Keterampilan Digital memiliki skor 3,44, dan Keamanan Digital terendah memiliki skor 3,10.¹⁵ Indeks literasi digital tersebut mengalami peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya mencapai 3,49.¹⁶ Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin mampu dalam memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk mengevaluasi, menemukan, memanfaatkan, membuat, dan sebagainya.¹⁷ Sedangkan, Singapura sebagai salah satu negara maju di ASEAN (*Association of Southeast Asian Nations*) dipercayai pada tahun 2021, tingkat literasi yang dicapai oleh anak muda (usia 15-25 tahun) mencapai 100 dari skala 100 berdasarkan data yang terlansir di The World Bank.¹⁸ Perbedaan indeks literasi tersebut dapat memberikan dampak positif bagi negara Indonesia salah satunya berupa motivasi bagi pemerintah dan masyarakat. Indonesia dapat menjalin berbagai kerja sama melalui pembelajaran dan pengalaman dengan Singapura untuk mengembangkan literasi digital.

Literasi dakwah digital merupakan kemampuan untuk menyampaikan pesan-pesan Islam yang sesuai dengan Al Qur'an dan Sunnah melalui media digital.¹⁹ Literasi dakwah mencakup keterampilan untuk mengkritisi, mengevaluasi, serta menyaring berbagai informasi yang berkaitan dengan agama Islam di Internet.²⁰ Selain itu, literasi dakwah melatih kemampuan kreativitas dan inovasi da'i untuk menyebarkan dakwahnya. Meskipun begitu, literasi dakwah digital masih perlu memperhatikan nilai-nilai etika dan moral yang terkandung di dalam ajaran Islam seperti kejujuran, toleransi, dan kasih sayang. Penting untuk

¹⁴ Rosmalina, Asriyanti. 2022. "Dakwah Literasi Digital Terhadap Perilaku Generasi Milenial Dalam Bermedia Sosial." *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 13 (1): 64. <https://doi.org/10.24235/orasi.v13i1.10443>.

¹⁵ Kementerian Komunikasi dan Informatika. 2023. "Budaya Digital Membaik, Indeks Literasi Digital Indonesia Meningkatkan." *Kominfo.Go.Id*. 2023.

¹⁶ Informatika, Kementerian Komunikasi dan. 2023. "Hasil Survei Indeks Literasi Digital Nasional 2020: Akses Internet Makin Terjangkau Siaran Pers." *Kominfo.Go.Id*. 2023.

¹⁷ Anshar, Muhammad. 2023. "Mengenal Literasi Digital." *Katadata.Co.Id*, 2023.

¹⁸ Bank, World. 2023. "Literacy Rate, Youth Total (% of People Ages 15-24)." *Data.Worldbank.Org.Id*. 2023.

¹⁹ Nisa, Eva F. 2018. "Social Media and the Birth of an Islamic Social Movement: ODOJ (One Day One Juz) in Contemporary Indonesia." *Indonesia and the Malay World* 46 (134): 24-43. <https://doi.org/10.1080/13639811.2017.1416758>.

²⁰ Rosmalina, Asriyanti. 2022. "Dakwah Literasi Digital Terhadap Perilaku Generasi Milenial Dalam Bermedia Sosial." *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 13 (1): 64. <https://doi.org/10.24235/orasi.v13i1.10443>.

terus memperbanyak literasi, khususnya yang berkaitan dengan dakwah digital. Hal tersebut dijelaskan di dalam Q.S. Al Isra ayat 36.

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ ۚ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

“Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggung jawaban.”

Generasi milenial mempunyai pola konsumsi informasi yang berbeda dengan generasi sebelumnya, yaitu kecenderungan dalam menggunakan internet dan media sosial sebagai sumber utama informasi. Kemudahan akses informasi menjadi kelebihan bagi seorang da'i.²¹ Maka tantangan yang dihadapi pada literasi dakwah digital berupa bagaimana da'i dapat menyampaikan pesan-pesan Islam yang menarik dan relevan bagi generasi milenial. Akan tetapi, dalam berdakwah melalui media digital membutuhkan keterampilan khusus sehingga dapat membuat konten yang berkualitas dan sesuai dengan kaidah syari'at.²² Oleh karena itu, para da'i harus mempunyai daya literasi yang tinggi agar dapat berdakwah secara optimal di media sosial ataupun media digital lainnya.

Dakwah Digital di Indonesia

Pemberlakuan dakwah digital sebagai kegiatan yang bersifat mengajak ke dalam kebaikan yang sesuai dan Al Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW dapat memanfaatkan peningkatan indeks literasi digital di Indonesia melalui media-media digital seperti Whatsapp, Facebook, Instagram, Youtube, TikTok, dan lain-lain.²³ Penggunaan media digital dapat berpengaruh terhadap jangkauan audiens yang lebih luas dengan menembus ruang dan waktu serta memudahkan interaksi antara pendakwah dengan sasaran dakwah. Materi dakwah yang diberikan dapat menyesuaikan berdasarkan karakteristik dan kebutuhan audiens. Media yang digunakan dapat berupa teks, gambar, video, audio, bahkan animasi yang dapat menarik perhatian dan mudah dipahami oleh audiens. Dakwah digital tidak dibatasi oleh audiens lokal di Indonesia, tetapi dapat mencakup audiens di seluruh dunia.

Prinsip-prinsip dakwah digital perlu memperhatikan ajaran dari Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW, seperti hikmah, membantah dengan baik, dan bersabar. Hal tersebut terkandung di dalam Q.S. An Nahl ayat 125.

²¹ Wibowo, Adi. 2019. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital." *Jurnal Islam Nusantara* 03 (02): 339-56

²² Setyaningsih, Rila. 2019. "Model Penguatan E-Dakwah Di Era Disruptif Melalui Standar Literasi Media Islam Online." *Tsaqafah* 15 (1): 67. <https://doi.org/10.21111/tsaqafah.v15i1.2947>

²³ Ummah, Athik Hidayatul. 2020. "Dakwah Digital Dan Generasi Milenial (Menelisis Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)." *Tasâmuh* 18 (1): 54-78. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/tasamuh/article/view/2151>.

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَادِبْهُمْ ۖ لَيْتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ
أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ لِمُهْتَدِينَ

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”

Ayat tersebut secara jelas menerangkan cara berdakwah yang baik yaitu melalui hikmah dan tidak menimbulkan permusuhan atau konflik. Penyampaian pesan-pesan yang dilakukan melalui dakwah digital harus sesuai dengan konteks dan situasi audiens, serta menggunakan bahasa dan gaya komunikasi yang mudah dimengerti oleh audiens. Proses menemukan gaya dan situasi tersebut dapat dilakukan melalui pengukuran dampak dakwah melalui data analytics, kemudian menjangkau audiens yang spesifik melalui keahlian marketing, berkolaborasi dengan para da'i lain dengan network building, berinovasi melalui creative thinking, dan melakukan trend watching untuk menciptakan konten yang selalu beradaptasi dengan perkembangan zaman. Pemanfaatan kemampuan-kemampuan tersebut dapat menciptakan profesionalitas dalam melakukan dakwah digital dan proses yang strategis dalam menyebarkan nilai-nilai Islam.

Dakwah digital di Indonesia mempunyai sejarah dan perkembangan yang cukup panjang dan dinamis.²⁴ Situs web Islam yang tumbuh menyajikan konten-konten dakwah di Internet, seperti Arrahmah.com, Eramuslim.com, Hidayatullah.com, Republika.co.id, dan lain-lain menjadi pionir perkembangan tersebut. Selain situs web, beragam tokoh agama yang populer di media sosial membantu perkembangan dakwah digital Islam di Indonesia, seperti Ustaz Abdul Somad, Ustaz Felix Siauw, Ustaz Hanan Attaki, Ustaz Adi Hidayat, dan lainnya.²⁵

Meskipun begitu, dakwah digital di Indonesia masih memiliki berbagai tantangan dan permasalahan yang harus dihadapi. Konten-konten negatif banyak bertebaran menentang ajaran Islam, seperti hoax, fitnah, pornografi, radikalisme, bahkan cyberbullying; Kemudian masih terdapat kesenjangan literasi dakwah para da'i dan audiens; Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia dan finansial membuat proses pembuatan konten dakwah sulit. Perubahan perilaku audiens yang menjadi selektif dan kritis dalam menerima informasi menjadi permasalahan da'i agar dapat meyakinkan audiens. Oleh karena itu, dakwah digital di Indonesia

²⁴ Hew, Wai Weng. 2018. “The Art Of Dakwah: Social Media, Visual Persuasion and the Islamist Propagation of Felix Siauw.” *Indonesia and the Malay World* 46 (134): 61-79. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1416757>.

²⁵ Verolyna, Dita, and Intan Kurnia Syaputri. 2021. “Cyber Dakwah: Plus Minus Penyiaran Islam Pada Era Disruptif.” *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 6 (1): 23. <https://doi.org/10.29240/jdk.v6i1.2955>.

membutuhkan upaya-upaya yang bijak dan solutif untuk menangani tantangan dan permasalahan tersebut.

Konten Dakwah Digital Instagram @nuonline_id

Dengan adanya kehadiran internet, NU bergerak serta berkembang melalui dakwah di dunia digital.²⁶ Bentuk konten digital digital yang terdapat pada Instagram @nuonline_id sangat banyak macamnya berupa linimasa warta, tokoh, Kesehatan, bahkan Al Qur'an digital ada didalam Instagram tersebut.



Gambar 3.1 Profil Instagram @nuonline_id

Dalam profil Instagram @nuonline_id tersebut menjelaskan bahwa Ada strategi yang sangat ampuh untuk mendapatkan akun Instagram @nuonline_id dengan jumlah *followers*(pengikut) 1,1 jt. Didalam Instagram tersebut *followers* (pengikut) tentu menyaksikan tentang apa yang sedang trending atau viral sebagai pendekatan internet agar akun Instagram @nuonline id tetap eksis dan sangat menarik dengan menambah seperti di bio nya yaitu Twitter, Facebook, Youtube, dan lainnya sudah mengikuti era teknologi digital.²⁷ Redaktur Manajemen Akun Online NU Islam dan Instagram @nuonline id juga menyadari dampak ini. Instagram memiliki umpan balik positif dan negatif.

Pengaruh positif tersebut juga terlihat dari para *follower* akun Instagram @nuonline id yang memperluas pengetahuan agama dan peningkatan pertama. Instagram memiliki peran yang cukup penting bagi pengikut (*following*) karena di era digitalisasi dan ketersediaan informasi, Instagram juga sangat baik untuk bertukar informasi dan membangun relasi. Dalam hal dakwah, Instagram menjadi perpanjangan dari upaya NU untuk dakwah sebanyak-banyaknya. NU dapat menghubungi orang-orang di seluruh dunia dengan Instagram. Dakwah juga bisa menyebar lebih cepat. Dimana dampak positifnya adalah akun Instagram @nuonline id dapat berkembang dengan mengumpulkan followers, serta kritik dan saran dari para pengguna internet. Namun, komentar paling negatif adalah yang

²⁶ Wibowo, Adi. 2019. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital." *Jurnal Islam Nusantara* 03 (02): 339-56.

²⁷ Ummah, Athik Hidayatul. 2020. "Dakwah Digital Dan Generasi Milenial (Menelisis Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)." *Tasâmuh* 18 (1): 54-78. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/tasamuh/article/view/2151>.

mendorong mereka yang tidak suka NU.²⁸ Berikutnya terdapat gambar feeds Instagram @nuonline_id.



Gambar 3.2 Linimasa Konten Dakwah @nuonline_id

Aspek menarik lainnya dari penggunaan Instagram @nuonline_id sebagai media dakwah antara lain segmentasi akun @nuonline id di setiap unggahannya seperti dawuh guru, doa, motivasi, syair yang disarikan dari Al-Qur'an/Haditsh/Mbah Kyai, berita terpopuler, dan lainnya. Tujuannya agar lebih mudah mengenali materi dakwah @nuonline_id bagi netizen. Selain itu, @nuonline_id membuat materi dakwah dan mencermati fitur-fitur pengguna Instagram agar dakwah dipahami sepenuhnya dan substansi dakwah ini tersampaikan seluas-luasnya kepada pengguna media sosial.

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil, bahwasannya dipastikan literasi dakwah digital yang digunakan dalam media akun Instagram @nuonline_id untuk tujuan dakwah cukup menguntungkan dengan jumlah *followers* 1,1 jt. Literasi Dakwah yang dilakukan pada akun Instagram NU Online sendiri mampu memaparkan bahwasanya Dakwah secara Digital bisa sekali dilakukan dengan adanya perkembangan Teknologi Media Massa yang semakin maju dan berkembang. Menjawab berbagai pemikiran yang ada agar tidak terjadi pemberitaan *hoax* atau palsu. Akun Instagram @nuonline_id kerap kali melalui postingannya meluruskan pemberitaan yang beredar dengan sisi Dakwah Agama. Dampaknya juga beragam, tetapi pengelola akun instagram @nuonline_id terasa jauh lebih menguntungkan. Fungsi akun Instagram @nuonline id juga sangat penting bagi NU dan masyarakat. Karena bisa menjangkau wilayah seluas mungkin, memudahkan penyebaran dakwah juga Meningkatkan pemahaman masyarakat tentang ilmu-ilmu keislaman. Karena keterbatasan ini, penelitian ini menyarankan untuk para peneliti yang akan mengangkat

²⁸ Slamet, Achmad, and Aida Farichatul Laila. 2019. "Strategi Dakwah Nahdlatul Ulama Dan Muhammadiyah Di Kabupaten Jepara Dalam Perspektif Pemanfaatan Media Massa." *An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam* 10 (1). <https://doi.org/10.34001/an.v10i1.748>.

perihal literasi dakwah digital khususnya perlu melakukan hal yang lebih mendalam tentang pengaruh literasi dakwah digital terhadap pemahaman agama dan nilai-nilai moral pengikut akun Instagram @nuonline_id adalah saran penelitian yang relevan dengan topik ini. Selain itu, untuk memahami persepsi dan pengalaman orang-orang yang terlibat dalam dakwah digital, penelitian dapat mempertimbangkan untuk melakukan wawancara atau survei. Selain itu, penelitian ini dapat membandingkan seberapa efektif berbagai platform media sosial dalam dakwah Islam. Penelitian ini juga dapat memberikan wawasan lebih lanjut tentang bagaimana literasi dakwah digital dapat memengaruhi pemahaman dan praktik agama seseorang, serta bagaimana Islam berinteraksi dengan dunia teknologi kontemporer.

Daftar Pustaka

- Abdullah, Najwa, And Mohamed Nawab Mohamed Osman. 2018. "Islamisation In The Indonesian Media Spaces New Sites For A Conservative Push." *Journal Of Religious And Political Practice* 4 (3): 214–32. <https://doi.org/10.1080/20566093.2018.1525894>.
- Anshar, Muhammad. 2023. "Mengenal Literasi Digital." *Katadata.Co.Id*, 2023.
- Bank, World. 2023. "Literacy Rate, Youth Total (% Of People Ages 15-24)." *Data.Worldbank.Org.Id*. 2023.
- Elbasani, Arolda, And Jelena Tošić. 2017. "Localized Islam(S): Interpreting Agents, Competing Narratives, And Experiences Of Faith." *Nationalities Papers* 45 (4): 499–510. <https://doi.org/10.1080/00905992.2017.1300792>.
- Fadli, Muhammad Rijal. 2021. "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif." *Humanika* 21 (1): 33–54. <https://doi.org/10.21831/Hum.V21i1.38075>.
- Halim, Wahyuddin. 2018. "Young Islamic Preachers On Facebook: Pesantren As'adiyah And Its Engagement With Social Media." *Indonesia And The Malay World* 46 (134): 44–60. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1416796>.
- Hew, Wai Weng. 2018. "The Art Of Dakwah: Social Media, Visual Persuasion And The Islamist Propagation Of Felix Siau." *Indonesia And The Malay World* 46 (134): 61–79. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1416757>.
- Hidayatullah, Agus. 2013. *Al-Qur'an Dan Terjemahan Per Kata*.
- Informatika, Kementerian Komunikasi Dan. 2023. "Hasil Survei Indeks Literasi Digital Nasional 2020: Akses Internet Makin Terjangkau Siaran Pers." *Kominfo.Go.Id*. 2023.
- Kementerian Komunikasi Dan Informatika. 2023. "Budaya Digital Membaik, Indeks Literasi Digital Indonesia Meningkatkan." *Kominfo.Go.Id*. 2023.
- Listyan, M. Mukhibudin Ni'amrefti Handini. 2020. "Analisis Wacana Kritis Adrianus Van Dijk Terhadap Media Nu Online" 21 (1): 1–9. <http://journal.um->

- Surabaya.Ac.Id/Index.Php/Jkm/Article/View/2203.
- Nisa, Eva F. 2018. "Social Media And The Birth Of An Islamic Social Movement: Odoj (One Day One Juz) In Contemporary Indonesia." *Indonesia And The Malay World* 46 (134): 24-43. <https://doi.org/10.1080/13639811.2017.1416758>.
- Pektas, Serafettin. 2021. "A Comparative Analysis Of Three Sunni Muslim Organizations On 'Moderate' And 'Radical' Islam In Egypt, Morocco And Indonesia." *Religion* 51 (2): 190-213. <https://doi.org/10.1080/0048721x.2020.1868383>.
- Rosmalina, Asriyanti. 2022. "Dakwah Literasi Digital Terhadap Perilaku Generasi Milenial Dalam Bermedia Sosial." *Orasi: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 13 (1): 64. <https://doi.org/10.24235/Orasi.V13i1.10443>.
- Schmidt, Leonie. 2021. "Aesthetics Of Authority: 'Islam Nusantara' And Islamic 'Radicalism' In Indonesian Film And Social Media." *Religion* 51 (2): 237-58. <https://doi.org/10.1080/0048721x.2020.1868387>.
- Setyaningsih, Rila. 2019. "Model Penguatan E-Dakwah Di Era Disruptif Melalui Standar Literasi Media Islam Online." *Tsaqafah* 15 (1): 67. <https://doi.org/10.21111/Tsaqafah.V15i1.2947>.
- Slamet, Achmad, And Aida Farichatul Laila. 2019. "Strategi Dakwah Nahdlatul Ulama Dan Muhammadiyah Di Kabupaten Jepara Dalam Perspektif Pemanfaatan Media Massa." *An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam* 10 (1). <https://doi.org/10.34001/An.V10i1.748>.
- Sofyan, Ahmad, Siti Munawaroh, Kaimudin, And Enday Mulyadi. 2023. "Moderasi Beragama Dalam Pendidikan Perspektif Nahdlatul Ulama." *Edusifa: Jurnal Pendidikan Islam* 8 (2): 18-33. <https://doi.org/10.56146/Edusifa.V8i2.95>.
- Soraya, Serin Himatus, And Wahyu Tri Wibowo. 2021. "Construction Of Public Opinion About Religious Moderation On Nu Online Instagram Accounts (@Nuonline_Id)." *Komunika: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 15 (1): 111-23. <https://doi.org/10.24090/Komunika.V15i1.4572>.
- Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, And John G. Oetzel. 2017. *Theories Of Human Communication Eleventh Edition*. Waveland Press, Inc. Vol. 53. <https://doi.org/10.1017/Cbo9781107415324.004>.
- Ulla, Noviatul. 2021. "Analisis Makna Dakwah Akun Instagram @Muslimahtangguh Analysis Of The Meaning Of Da ' Wah Instagram Account @Muslimahtangguh Abstrak Tantangan Dakwah Pada Zaman Modern Ini (Dinillah , 2019) Informasi , Termasuk Informasi Umum Dan Informasi Tentang Aga" *Ii* (2): 166-84.
- Ummah, Athik Hidayatul. 2020. "Dakwah Digital Dan Generasi Milenial (Menelisis Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)." *Tasâmuh* 18 (1): 54-78. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/Tasamuh/Article/View/2151>.
- Verolyna, Dita, And Intan Kurnia Syaputri. 2021. "Cyber Dakwah: Plus Minus Penyiaran Islam Pada Era Disruptif." *Jurnal Dakwah Dan*

- Komunikasi* 6 (1): 23. <https://doi.org/10.29240/Jdk.V6i1.2955>.
- Wibowo, Adi. 2019. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital." *Jurnal Islam Nusantara* 03 (02): 339–56.
- Wu, Yanfang. 2018. "The Disruption Of Social Media: How The Traditional Collaborative Model Between Reporters And Editors Evolves In American Newsrooms." *Digital Journalism* 6 (6): 777–97. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1376590>.