

**MANAJEMEN DAKWAH VIRTUAL PADA AKUN
INSTAGRAM NU ONLINE**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah Prof. K.H. Saifudin Zuhri Purwokerto
untuk Memenuhi Saah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

Oleh:

ULI HANIATUN NI'MAH
NIM. 1617103039

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH
UIN PROF. K.H. SAIFUDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, :

saya

Nama : Uli Haniatun Ni'mah

NIM : 1617103039

Jenjang : S-1

Jurusan : Manajemen dan Komunikasi

Program Studi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Dakwah

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi berjudul **“Manajemen Dakwah Virtual pada Akun Instagram NU Online”** ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, bukan dibuatkan orang lain, bukan saduran. Hal-hal yang bukan karya saya yang dikutip dalam skripsi ini, diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Purwokerto, 07 Januari 2023

Saya Menyatakan,



Uli Haniatun Ni'mah

NIM. 1617103039

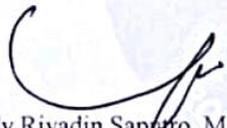
PENGESAHAN

Skripsi Berjudul:

MANAJEMEN DAKWAH VIRTUAL PADA AKUN INSTAGRAM NU ONLINE

Yang disusun oleh Uli Haniatun Ni'mah NIM. 1617103039 Program Studi Manajemen Dakwah, Jurusan Manajemen dan Komunikasi, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari Kamis tanggal 19 Januari 2023, dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) pada sidang Dewan Penguji Skripsi.

Penguji I/Ketua Sidang/Pembimbing



Dedy Riyadin Saputra, M.I.Kom
NIP. 19870525 201801 1 001

Penguji II/Sekretaris Sidang



Ufal Aqdi, M.Ag
NIP. 19870507 202012

Pengujian Utama

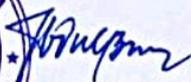


Muridan, M.Ag
NIP. 19740718200501 1 006

Mengesahkan,

Purwokerto, 30-1-2023

Dekan,



Prof. Dr. M. Abdul Basit, M.Ag
NIP. 19691219 199803 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth. Dekan Fakultas
Dakwah

UIN Prof. K.H. Saifuddin
Zuhri

di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi maka saya sampaikan naskah skripsi saudara:

Nama : Uli Haniatun Ni'mah
NIM : 1617103039
Fakultas : Dakwah
Jurusan : Manajemen dan Komunikasi
Prodi : Manajemen Dakwah
Judul : Manajemen Dakwah Virtual pada Akun Instagram NU
Online

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos). Demikian atas perhatiannya, kami sampaikan terimakasih

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Purwokerto, 07 Januari 2023

Pembimbing



Dedy Riadin Saputro., M.I.Kom

NIP. 19870525 201801 1 001

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٥) إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٦)

Maka sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan (Q.S. Al-Insyirah: 5-6)¹



¹Al-Qur'an Karim

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap *Alhamdulillah* kepada Allah SWT yang telah memberikan ketetapan Iman, Islam, serta nikmat sehat. Sehingga penulis dapat menyelesaikan karya sederhana ini. Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada baginda nabi agung Muhammad saw.

Peneliti mempersembahkan karya mungil ini kepada Ibunda dan Ayahanda tercinta yang telah memberikan sayang, kesabaran, pengertian yang luar biasa, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tidak mungkin dapat saya balas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata persembahan. Semoga segala pengorbanan Ibu dan Ayah dibalas oleh Allah SWT.



MANAJEMEN DAKWAH VIRTUAL PADA AKUN INSTAGRAM NU ONLINE

Uli Haniatun Ni'mah
NIM. 1617103039

Prodi Manajemen Dakwah
Fakultas Ilmu
Prof. Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Media sosial sebagai media dakwah tentu melakukan persiapan di segala bidang. Dalam proses pembuatan media sosial dituntut untuk menerbitkan tulisan yang serba cepat dan sanggup menarik perhatian pembaca. Maka dari itu pada media sosial dibutuhkan sebuah perencanaan yang terorganisir, terarah dan dikendalikan menggunakan aturan yang sesuai. Hal ini dapat tercapai bila fungsi-fungsi manajemen diterapkan. Penerapan fungsi manajemen menjadi salah satu taktik agar media sosial tersebut sanggup bekerja secara efektif & efisien. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai menggunakan proses statistik. Tujuan dari penelitian ini adalah penulis ingin mengetahui bagaimana manajemen dakwah yang dilakukan oleh tim instagram @nuonline_id dalam menyebarkan ajaran-ajaran Islam. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan data primer berupa wawancara dan observasi, serta data sekunder berupa dokumentasi. Subjek dalam penelitian ini adalah admin instagram @nuonline_id, seorang yang turun secara langsung dalam proses manajemen.

Hasil dari skripsi ini adalah: manajemen dakwah pada instagram @nuonline_id dalam menyebarkan ajaran Islam berjalan sebagaimana fungsi yang telah diterapkan oleh tim instagram @nuonline_id. Adanya fungsi perencanaan meliputi: membahas topik yang akan diangkat menjadi tema lalu diunggah pada akun instagram @nuonline_id, menyiapkan properti atau fasilitas yang dibutuhkan oleh pendakwah, menyiapkan materi yang akan disampaikan, dan menyiapkan dana. Fungsi pengorganisasian yang diterapkan sudah sesuai dengan yang dibutuhkan di lapangan, pembagian tugas kepada para staff dengan tugasnya masing-masing, perekrutan anggota yang dilakukan menggunakan perekrutan tertutup. Fungsi penggerakan meliputi: memberikan motivasi dan bimbingan kepada bawahan. Dan yang terakhir fungsi pengawasan, melakukan pengoreksian terlebih dahulu bilamana terjadi adanya kesalahan dalam tulisan atau gambar oleh admin dan manajer media sosial.

Kata Kunci: Media Sosial, Manajemen Dakwah, Instagram @nuonline_id

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah *robbil'alam*, segala puji bagi Allah, kepada-Nya kita meminta pertolongan atas urusan-urusan duniawi dan agama, teriring doa serta keselamatan semoga tercurah atas Rasul yang termulia, ialah Nabi kita *Shalallahu'alaihi wasallam* dan keluarganya, para sahabat, para Tabi'in, dan yang mengikuti mereka dengan baik hingga hari kiamat.

Beribu syukur rasanya tak mampu mewakili rahmat dan petunjuk yang telah Allah SWT berikan kepada penulis atas terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Sebagai manusia biasa, tentunya penulis tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Penulis menyadari hal tersebut seraya memohon kepada Allah SWT, bahwa tiada daya dan upaya melainkan dengan pertolongan-Nya, terutama dalam penyusunan skripsi dengan judul: **“Manajemen Dakwah Virtual pada Akun Instagram NU Online”** yang merupakan petunjuk dan pertolongan dari Allah SWT yang diberikan kepada penulis. Adapun penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu dalam Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifudin Zuhri Purwokerto.

Selanjutnya, penulis sadari skripsi ini tidak akan pernah terwujud tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Ucapan terima kasih dengan setulus hati penulis sampaikan kepada seluruh pihak yang telah banyak membantu atas terselesainya skripsi ini. Ucapan terima kasih kami tunjukan kepada:

1. Prof. Dr. KH. Moh. Roqib, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. Kyai Haji Saifudin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. Kyai Haji Saifudin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., selaku Wakil Dekan I Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. Kyai Haji Saifudin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. Hj. Khusnul Khotimah, M.Ag., selaku Wakil Dekan II Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. Kyai Haji Saifudin Zuhri Purwokerto.

5. Dr. Musta'in, M.Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. Kyai Haji Saifudin Zuhri Purwokerto.
6. Uus Uswatun S.Ag., selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. Kyai Haji Saifudin Zuhri Purwokerto.
7. Arsam, M.S.I., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. Kyai Haji Saifudin Zuhri Purwokerto.
8. Dedy Riadin Saputro, M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing penulis yang selalu memberikan bimbingan, arahan, ilmu, dan waktu selama keberlangsungan studi, kritik dan saran, serta motivasi yang baik dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Dosen dan staff administrasi Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. Kyai Haji Saifudin Zuhri Purwokerto yang telah tulus dan ikhlas untuk membantu dalam kelancaran penulis dalam proses penyelesaian tahap-tahap kemahasiswaan, serta pemimpin dan segenap karyawan perpustakaan Universitas Islam Negeri Prof. Kyai Haji Saifudin Zuhri Purwokerto.
10. Keluarga besar NU Online yang sudah bersedia memberikan izin penelitian dan telah membantu kelancaran dalam proses skripsi saya.
11. Ayahanda Imam Nawawi dan Ibunda Umi Kulsum, senyum dan perjuangan kalian tidak akan pernah terlupakan.
12. Saudara-saudaraku Nuzulul Hidayah, Ahmad Aghis Munawir, Ahmad Nasrulloh, dan Muhammad Itmamul Wafa, kalian adalah penyemangat saya.
13. Keluarga besar MI Al Falah Tinggarjaya yang tiada hentinya memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
14. Kepada seluruh teman-teman Manajemen Dakwah angkatan 2016 yang telah banyak berbagi cerita selama menjadi mahasiswa.
15. Teman-teman PPL: kholidah, amalia, wiwit, novita, dan ulva dan teman KKN PAR angkatan 44: mas sugeng, mas oji, haidar, eka, dewi, uma, ajeng, laely, sibad, dan puspa.

16. Kepada teman-teman yang berjuang bersama menyelesaikan skripsi, vika, novita, leli, umi, tri ifa, dan yayah. Ayo kalian pasti bisa!
17. Kepada diriku sendiri, terimakasih sudah mau berjuang bersama sampai tahap ini.

Jazakumullahu Ahsanal Jaza'

Tiada suatu hal apapun yang sempurna yang diciptakan seorang hamba karena kesempurnaan itu hanyalah milik-Nya. Penulis menyadari betul keterbatasan pengetahuan serta pengalaman berdampak pada ketidaksempurnaan skripsi ini. Akhirnya harapan penulis semoga skripsi ini menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi semua pihak. Amiin.

Purwokerto, 07 Januari 2023



Uli Haniatun Ni'mah
NIM. 1617103039



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah	6
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Masalah	10
E. Manfaat Penelitian.....	10
F. Telaah Pustaka.....	11
G. Sistematika Penulisan	13
BAB II KERANGKA TEORI	
A. Pengertian Manajemen Dakwah.....	15
B. Definisi Virtual.....	27
C. Definisi Media Sosial Instagram	28
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian	35
B. Jenis dan Sumber Data.....	39
C. Waktu dan Lokasi Penelitian	41
D. Subjek & Objek Penelitian.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Teknik Analisis Data	43

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perjalanan NU Online

1. Sejarah Berdirinya Media NU dan Instagram
@nuonline_id 46
2. Lokasi Kantor NU Online 52
3. Visi dan Misi 52
4. Struktur Organisasi 53
5. Tema-tema Dakwah dalam Akun Instagram
@nuonline_id 53

B. Pembahasan

1. Perencanaan..... 60
2. Pengorganisasian 66
3. Penggerakkan 68
4. Pengawasan 69

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan 74
- B. Saran 75
- C. Kata Penutup..... 76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

1. Sertifikat Baca Tulis Al-Qur'an dan Praktik Pengalaman Ibadah (BTA/PPI)
2. Sertifikat Kuliah Kerja Nyata (KKN)
3. Sertifikat Praktik Pengalaman Lapangan (PPL)
4. Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
5. Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab
6. Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris
7. Sertifikat Ujian Aplikom Komputer
8. Pedoman Wawancara Observasi dan Dokumentasi
9. Foto-foto Penelitian
10. Daftar Riwayat Hidup



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi modern telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, menghasilkan penggunaan yang meluas di antara semua generasi. Untuk generasi saat ini, teknologi mungkin merupakan minat utama dalam kehidupan sosial dan pendidikan mereka. Sebagian besar remaja mempunyai akses ke komputer, internet, ponsel, video game, dan banyak bentuk teknologi terbaru lainnya. Evolusi teknologi sudah secara dramatis membarui masyarakat. Jumlah orang yang begitu banyak di seluruh dunia memakai teknologi terbaru. Salah satu perubahan paling besar pada dekade terakhir merupakan penyebaran luas teknologi informasi dan komunikasi. Pertumbuhan teknologi sudah membarui dunia, yang dalam cakupannya sudah mempengaruhi kehidupan sehari-hari umat manusia. Apalagi, seluruh hal-hal yang berkaitan menggunakan dunia digital tidak bisa dipisahkan dari masyarakat.²

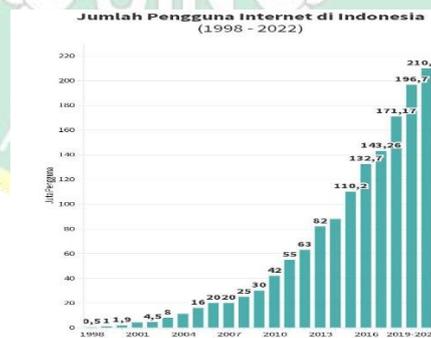
Dengan perkembangan budaya dan peradaban manusia, berimbas pada perkembangan teknologi yang pesat. Semakin maju suatu kebudayaan maka semakin maju pula teknologinya, karena teknologi erat hubungannya dengan perkembangan dari kebudayaan yang maju itu.³ Menurut Jacob siklus perkembangan iptek dibagi menjadi lima tahap atau diasumsikan dengan lima siklus Kondratieff, yaitu siklus yang berulang setiap 50 tahun sekali. Yang pertama dimulai dengan menggunakan revolusi teknologi (tahun 1760); kedua ditandai dengan terbentangnya jalur kereta api (tahun 1848); ketiga terdapat alat baru dengan ditemukannya ban yang bisa berjalan (tahun 1895); penemuan keempat

²Magwa Simuforosa, The impact of modern technology on the education attainment of adolescents, *International Journal of Education and Research*, Vol. 1, No. 9 Sep 2013

³Muhamad Ngafifi, Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia dalam Perspektif Sosial Budaya, *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi*, Vol. 2, No. 1 2014, hlm.36

adanya energi atom dan motorisasi massal (tahun 1945); dan terakhir perkembangan mikroelektronik dan bioteknologi.⁴

Hasil survei yang pernah dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan dalam artikel resminya bahwa jumlah pengguna internet di negara Indonesia terus semakin tinggi berdasarkan tahun-tahun sebelumnya. Pada periode tahun 2021-2022 ada 210.03 juta jiwa berdasarkan total populasi 272.69 juta jiwa penduduk Indonesia tahun 2021 yang memakai internet. Hal ini membuat tingkat rasio penggunaan internet di Indonesia pun meningkat sebesar 77, 02%. Pulau Jawa merupakan pengguna internet terbanyak dengan angka mencapai 43,92%, dan kemudian di posisi kedua adalah pulau Sumatra dengan 16,63%. Melihat dari tingkat penetrasi internet berdasarkan usianya, kelompok yang paling berkontribusi yaitu kelompok yang berusia 19-34 tahun sebesar 25,68%, selanjutnya kelompok usia 35-54 sebesar 27,68%.⁵ Berkembang pesatnya internet saat ini menimbulkan sebuah kebiasaan baru, yaitu kebiasaan online. Hampir semua orang bergantung pada media sosial untuk mencari informasi yang ditujunya karena mudah diakses dan cepat.



Gambar 1
(Sumber: dataindonesia.id. screenshot)

Dibandingkan menggunakan media massa lainnya misalnya televisi, radio, koran, media sosial telah menjadi makanan sehari-hari kita dari

⁴Muhamad Ngafifi, *Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia dalam Perspektif Sosial Budaya*, hlm. 36

⁵<https://apjii.or.id/>, diakses pada tanggal 31 oktober 2022

bangun tidur sampai tidur lagi. Banyak kelebihan dari media sosial terutama untuk soal kecepatan informasi dan kemudahan dalam menciptakan dan mengelolanya, serta mampu dikelola oleh perorangan. Hal inilah yang sulit untuk dilakukan oleh media massa seperti media cetak, karena lambatnya penyebaran informasi jika ada hal penting yang perlu disebarluaskan dengan segera. Oleh karena itu, banyak perorangan ataupun lembaga-lembaga membuat media sosial.

Tujuan membuat media sosial beragam, misalnya hanya untuk hiburan atau sebagai media dakwah. Lembaga-lembaga atau organisasi masyarakat yang berbasis Islam biasanya memanfaatkan media sosial untuk media informasi sekaligus media dakwah. Media sosial juga berguna bagi dunia Islam, karena nantinya dapat digunakan oleh para da'i atau pendakwah untuk menyebarkan informasi Islam, mencari referensi untuk materi dakwah dan menonton hal-hal yg bernilai dakwah.⁶ Kemudian adanya istilah ruang virtual yang mana kita dapat melihat yang ada dibalik layar seperti ada didepan mata atau nyata. Ruang virtual memungkinkan pengguna untuk menggunakan ruang didalamnya seluas-luasnya di media sosial, memperluas jaringan dan menampilkan identitas diri mereka yang berbeda dari kehidupan di dunia nyata.⁷

Indonesia sebagai negara yang masyarakatnya beragama Islam terbanyak di dunia memiliki banyak aliran yang berkembang. Masing-masing penganut paham tersebut memiliki organisasi sebagai wahana perjuangan ideologisnya. Ormas Islam menggunakan berbagai cara untuk menyebarkan informasi kepada kadernya dan masyarakat luas, salah satunya melalui pemanfaatan media sosial. Diera seperti ini memang sebuah keharusan menggunakan media sosial untuk media dakwah mengingat sekarang masyarakat lebih sering mengakses internet. Itulah

⁶Effendi Sadly, Manajemen Dakwah Media Sosial: Telaah terhadap Perkembangan Metode Dakwah Islam, *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis (JRMB)* Vol. 3, No. 2, November 2018

⁷Errika Dwi Setya Watie, Komunikasi dan Media Sosial, *Jurnal THE MESSENGER*, Vol. 3, No. 1, Juli 2011, hlm. 70

mengapa penting bagi ormas untuk membuat konten Islami yang menarik di media sosial.

Salah satu ormas Islam Indonesia yang membuat media sosial adalah Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU). Sebagai organisasi kemasyarakatan terbesar di Indonesia, NU memiliki massa dari berbagai golongan seperti ulama, kyai, santri, politikus, dan masyarakat adat lainnya yang diharapkan dapat menjawab persoalan sosial, agama, budaya, dan lainnya. Implementasi kebijakan dari seluruh respon NU dilakukan dengan turun kelapangan secara langsung.⁸ Salah satu ormas terbesar ini memiliki media sosial bernama NU Online. Ormas NU sendiri memiliki sejarah panjang dibidang media, sejak berdirinya NU di Surabaya tahun 1926, terbitlah majalah pertama di tahun 1927 pada bulan juni yang berbahasa jawa yaitu *Swara Nahdlatoel Oelama*.⁹ Dari tahun ke tahun dengan terus berkembangnya NU, NU terus menerbitkan majalah yang pada saat itu populer untuk menyampaikan informasi hingga pada era digital ini NU menciptakan NU Online berdasarkan rekomendasi muktamar NU tahun 1999. Situs NU Online dibuat sejak tahun 2002 dan diresmikan pada tahun 2003, berusaha untuk beradaptasi dengan perubahan sosial yang disebabkan oleh perkembangan teknologi. NU Online digunakan sebagai sumber informasi dan publikasi terkait kegiatan organisasi NU dan sebagai sarana untuk mengkomunikasikan pandangan NU terhadap isu-isu terkini, serta masalah politik, agama, ekonomi dan sosial budaya.¹⁰ Namun NU Online tidak hanya untuk warga NU saja, warga yang bukan NU pun dapat mengakses NU Online dengan mudah.

NU Online menerbitkan beragam media sosial yang dapat dinikmati oleh masyarakat, salah satunya ialah instagram. Instagram NU Online dengan nama akun @nuonline_id yang dibuat pada bulan Februari 2016

⁸Abdul Mun'im DZ, *Teknologi sebagai Tradisi, Refleksi Pengalaman 4 Tahun NU Online*, (Jakarta: NU Online, 2007). hlm. 122

⁹<https://alif.iddi>, akses pada tanggal 22 Februari 2022

¹⁰Abdul Mun'im DZ, *Teknologi sebagai Tradisi, Refleksi Pengalaman 4 Tahun NU Online*, hlm. 122

merupakan situs resmi Nahdlatul Ulama (NU) memiliki jumlah pengikut yang cukup banyak dibandingkan dengan akun organisasi masyarakat lainnya yaitu sebanyak 1 juta pengikut, dan sudah mengunggah foto dan video sebanyak 9 ribu unggahan. Jumlah likes and comment (suka dan komentar) untuk unggahan di instagram lebih banyak jumlahnya dibanding dengan jumlah unggahan yang di media sosial lainnya seperti facebook dan twitter. Rata-rata jumlah suka dan komentar yang ada di setiap unggahan instagram ribuan suka dan ratusan untuk komentarnya, yang artinya masyarakat juga menyambut positif dari setiap unggahan yang @nuonline_id berikan. @nuonline_id selalu memberikan konten yang menarik, up to date (terkini) dengan mengikuti permasalahan-permasalahan yang sedang terjadi di kalangan masyarakat khususnya bagi muslim, karena kontennya berisi video pembelajar seperti sejarah, fiqih sehari-hari, ilmu tauhid, dll. membuat quotes (kata-kata mutiara) yang pernah diucapkan oleh orang berpengaruh di bidang agama, dengan desain yang bagus serta memanfaatkan fitur-fitur yang diberikan oleh instagram. Hampir setiap hari @nuonline_id mengunggah foto dan video di instagramnya, hal ini karena nu online memiliki visi untuk terus menyiarkan dan menegaskan ajaran Islam *Ahlussunnah wal jamaah* dan terus menyebarluaskan kegiatan-kegiatan ke-NU-an.

Menjadikan media sosial sebagai sarana dakwah sudah pasti harus dipersiapkan di segala bidang. Secara khusus, pengunduhan konten Islami yang terus menerus. Sehubungan dengan terciptanya media sosial, maka diperlukan publikasi yang cepat dan mampu menarik perhatian pembaca.. Maka dari itu pada media sosial dibutuhkan sebuah perencanaan yang terorganisir, terarah dan dikendalikan menggunakan aturan yang sesuai. Hal ini dapat tercapai bila fungsi-fungsi manajemen diterapkan. Penerapan fungsi manajemen menjadi salah satu taktik agar media sosial tersebut sanggup bekerja secara efektif & efisien. Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka judul penelitian ini adalah "Manajemen Dakwah Virtual pada Akun Instagram NU Online".

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penafsiran judul, maka perlu ditonjolkan kata-kata yang mewakili bahasan utama penelitian ini:

1. Manajemen Dakwah

Secara bahasa, kata manajemen diambil dari bahasa Inggris, berawal dari kata *manajemen*, yang mempunyai pelaksanaan, tata usaha dan pengelolaan.¹¹ Menurut GR. Terry, istilah manajemen mengacu pada seni atau ilmu yang berisi tentang proses tertentu dapat dilakukan mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan dalam setiap fungsi dan arah tersebut untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.¹² Manajemen merupakan hal yang esensial (perlu) bagi individu maupun kelompok dalam suatu organisasi guna mencapai tujuan yang menjadi tolak ukur keberhasilan. Untuk mencapai tujuan tersebut, diharapkan dengan tercapainya tujuan melalui proses yang baik melalui sumber daya manusia yang memadai, pengetahuan dan keterampilan agar operasi dapat berfungsi secara efektif.¹³

Ditinjau dari segi bahasa dakwah berarti panggilan, seruan, atau ajakan.¹⁴ Menurut ahli terkenal dari Indonesia, yaitu Dr. M. Quraish Shihab dakwah merupakan seruan kesadaran atau upaya untuk mengubah individu dan khalayak menjadi lebih baik. Bentuk dakwah bukan hanya upaya untuk meningkatkan pemahaman tentang perilaku dan sikap. Saat ini, dakwah harus lebih berperan dalam implementasi ajaran Islam dari berbagai aspek.¹⁵ Merujuk pada tuntunan Al-Qur'an dan Al-Hadits bagi umat Islam menjadikan dakwah itu wajib, salah satunya dalam QS. An-Nahl yang artinya:

¹¹Muhammad Munir & Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 9

¹²Hasibuan Malayu S.P, *Manajemen: Dasar, Pengertian dan Masalah*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2016), hlm. 2

¹³Syamsir Torang, *Organisasi dan Manajemen, (Perilaku, Struktur, Budaya & Perubahan Organisasi)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 165

¹⁴Rosyad Shaleh, *Manajemen Da'wah Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1993), hlm. 7

¹⁵Samsul Munir Amin, *Sejarah Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2014), hlm. 3

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik serta bantah lah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu-lah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia-lah yang mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk (QS. An-Nahl:125).¹⁶

Sedangkan dalam Al-Hadist, mengutip dari hadist yang diriwayatkan oleh Imam Tirmidzi:

Dari Khudzaifah r.a dari Nabi bersabda: Demi Dzat yang menguasai diriku, haruslah kamu mengajak kepada kebaikan dan haruslah kamu mencegah perbuatan yang munkar atau Allah akan menurunkan siksa-Nya kepadamu kemudian kamu berdoa kepada-Nya dimana Allah tidak mengabulkan permohonanmu.¹⁷

Jadi, maksud dari manajemen dakwah dalam penelitian ini yaitu proses perencanaan, pengelompokan, pengumpulan dan penempatan tenaga kerja pada tugas masing-masing yang mengarah pada aktivitas dakwah, mulai dari sebelum dimulainya pelaksanaan dakwah sampai dengan berakhirnya aktivitas dakwah, untuk mencapai tujuan yang dapat dikatakan berhasil.

2. Virtual

Ruang virtual adalah ruang yang dibuat melalui simulasi dan kemudian otak menangkap sesuatu di balik layar untuk menjadikannya kenyataan.¹⁸ Virtual juga dapat diartikan sebagai salah satu saluran distribusi Internet, dimana metode penyajiannya luas, kekinian (terkini), interaktif dan dua arah (two way communication).¹⁹ Intinya virtual merupakan sesuatu hal yang maya yang hanya bisa dilihat melalui layar dengan menggunakan sambungan internet.

¹⁶QS. An-Nahl ayat 125

¹⁷Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta Timur: Prenada Media, 2004), hlm. 40-41

¹⁸Maria Elena Puspasari, Pembentukan Ruang Virtual Media Interaktif dalam Proses Edukasi, *Jurnal CREATIVITAS* Vol. 3, No. 2, Juli 2014

¹⁹Rina Dewi Astuti, dkk, *Cyber Communication*, diakses dalam <http://bl5-cyber.blogspot.com/> pada tanggal 3 maret 2022

Munculnya internet sendiri membuka kemungkinan-kemungkinan baru bagi perkembangan dan penyebaran pesan-pesan dakwah. Dakwah virtual adalah dakwah yang dilakukan dalam bentuk media digital atau media teknologi informasi melalui televisi, radio, internet dan lain-lain. Sebagian orang mengakui bahwa jangkauan dakwah lebih besar dan efektif bila dilakukan melalui media virtual. Media penyiaran kemudian menjadi titik tolak pencarian bentuk media dakwah yang ideal, lebih cocok untuk perkembangan sekarang dan masa depan. Maka arti virtual dalam penelitian ini adalah media sosial sebagai alat untuk berdakwah secara tidak nyata atau bertemu secara tidak langsung.

3. Media Sosial Instagram

Menurut Van Dijk, media sosial adalah platform media yang berfokus pada kehadiran pengguna untuk memfasilitasi aktivitas dan kolaborasi mereka. Dalam hal ini, media sosial dapat dilihat sebagai fasilitator jaringan dan tautan sosial yang meningkatkan interaksi antar pengguna.²⁰ Para ahli menyimpulkan bahwa media sosial adalah alat (perantara) di internet yang memungkinkan penggunanya untuk hadir dan berinteraksi secara virtual, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial.²¹

Dari perbedaan pengertian di atas, dapat ditegaskan bahwa media sosial memiliki caranya sendiri dalam membantu umat manusia dalam hubungan sosial di era teknologi ini. Dalam konteks ini, Dr. Rulli Nasrullah M.Sc. mengungkapkan dalam bukunya *Social Media* bahwa: Media sosial merupakan platform yang terlihat

²⁰Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Jakarta: Simbiosis, 2016), hlm. 11

²¹Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, hlm.

di media siber, sehingga media sosial yang ada tidak jauh berbeda dengan karakteristik media siber. Adapun karakteristik media yaitu:

- Jaringan
- Informasi
- Arsip hubungan
- Simulasi sosial
- Konten oleh pengguna

Adapun macam-macam media sosial, sebagai berikut:

- Facebook
- Youtube
- Instagram
- Twitter
- Blog
- Dsb.²²

Instagram merupakan media sosial yang banyak disukai anak muda saat ini. Media sosial instagram adalah alat perpesanan (aplikasi) yang memungkinkan anda berkomunikasi dengan audiens yang lebih luas dengan berbagi foto atau video, yang mencakup fungsi lain seperti DM (pesan langsung), komentar, live, dll. Instagram (alias IG atau Insta) adalah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan video, menerapkan filter digital, dan mengeksponnya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk Instagram itu sendiri.²³

Instagram dibentuk oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger melalui perusahaan Burbn, Inc. berdiri pada tahun 2010, lalu instagram diakuisisi oleh facebook pada tahun 2012 dan tahun 2016

²²Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi*, hlm. 15

²³Retno Widia Agustin & Mutiara Ayu, The Impact of Using Instagram for Increasing Vocabulary and Listenin Skill, *Journal of English Language Teaching and Learning (JELTL)*, Vol. 2, No. 1 Juni 2021

instagram memperkenalkan tampilan baru misalnya gambaran instagram dalam waktu ini. Instagram biasanya dapat digunakan pada perangkat yang memiliki sistem operasi iOS, Android dan Windows 10. Aplikasi instagram mudah ditemukan pada Apple App Store dan Google Play kemudian diunduh.²⁴ Sehingga dapat dikatakan bahwa media sosial yang dibahas dalam penelitian ini merupakan sumber daya tambahan menggunakan aplikasi instagram, yang memungkinkan seseorang untuk berdakwah tetapi tidak bertatap muka atau secara langsung.

C. Rumusan Masalah

Fokus penelitian ini adalah bagaimana manajemen dakwah berbasis virtual yang ada di salah satu media sosial NU online apakah sesuai dengan teori manajemen yang ada, berdasarkan kasus tersebut maka dapat ditarik suatu rumusan masalah, yaitu: Bagaimana Manajemen Dakwah Virtual pada Akun Instagram NU Online?

D. Tujuan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan diatas, maka penelitian ini bertujuan:

- a. Untuk mengetahui bagaimana manajemen dakwah virtual pada akun instagram nu online.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat kita ambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran teori manajemen dakwah NU berbasis web di akun instagram, terlepas dari apakah teori manajemen tersebut sudah umum digunakan.

²⁴https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram#cite_note-Facebook-9, di akses pada tanggal 10 November 2022

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dimaksudkan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan memperkaya bahan pustaka UIN SAIZU Purwokerto.

F. Telaah Pustaka

Dalam telaah pustaka, teori-teori yang berkaitan dengan kasus yang sedang diteliti disajikan dan ditampilkan deskripsi singkat dari penelitian sebelumnya untuk membandingkan dan memfasilitasi proses penelitian.²⁵ Menurut Senn, telaah pustaka memberikan cara bagaimana langkah-langkah yang diambil untuk merumuskan kerangka penelitian, mendekati hipotesis yang dibentuk, dan memilih metode pengumpulan data yang tepat.²⁶

Dalam penelitian ini, penulis memaparkan beberapa penelitian sebelumnya berdasarkan beberapa sumber, yaitu skripsi yang terkait, sehingga penelitian saat ini dan sebelumnya tidak sama.

Pertama, skripsi yang berjudul “Strategi Dakwah Melalui Pemasaran Media Online pada Situs www.sahabatqsa.com”. Disusun oleh Nurrochman, Jurusan Manajemen Dakwah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, tahun 2014.²⁷ Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana strategi dakwah melalui media online dalam situs www.sahabatqsa.com. Dan untuk mengetahui konten dakwah apa saja yang dapat dijadikan sebuah media pemasaran pada media online dalam situs www.sahabatqsa.com. Kemudian penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis studi kasus, yang menjelaskan makna apa yang diteliti pada kajian tersebut. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa konten dakwah dalam media online situs www.sahabatqsa.com memiliki lima konten yaitu: kabar Al-Aqsa dan Palestina, Kita Bergerak

²⁵Koentjaraningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: Gramedia, 1989), hlm. 9

²⁶Cik Hasan Bisri, *Metode Penelitian*, (Makasar: Pustaka Pelajar, 2001), hlm. 389

²⁷Nurrochman, *Strategi Dakwah Melalui Pemasaran Media Online pada Situs www.sahabatqsa.com*, *Skripsi* (Yogyakarta: Jurusan Manajemen Dakwah, UIN Sunan Kalijaga, 2014)

Terus, Mendobrak Pintu Maut Gaza, Menyapa Al-Aqsa dan Palestina, dan analisa. Penelitian diatas jelas berbeda dengan apa yang peneliti teliti, pada penelitian diatas menjelaskan tentang strategi dakwahnya sebuah website online sedangkan yang peneliti tulis tentang manajemen dakwah yang ada di media sosial. Meskipun sama-sama melalui media online dan menggunakan metode yang sama yaitu kualitatif namun objeknya juga berbeda.

Kedua, skripsi yang berjudul “Dakwah di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram)”. Disusun oleh Imas Mutiawati, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Walisongo Semarang, tahun 2018.²⁸ Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam dan memahami tentang penggunaan serta bentuk dakwah Islam yang dapat dilakukan melalui media sosial instagram. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penentuan sumber data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari hasil penelitian inia dalah instagram dapat digunakan untuk media dakwah, karena kian maraknya pengguna instagram di Indonesia dan berdakwah menggunakan instagram mencakup tiga metode dakwah, yaitu dengan bilqolam, billisan dan bilhal. Perbedaan dengan penelitian diatas adalah peneliti diatas melakukan penelitian terhadap keseluruhan kegiatan dakwah yang dilakukan di instagram, sedangkan penulis hanya berfokus pada kegiatan dakwah yang dilakukan oleh akun instagram @nuonline_id saja. Kesamaan pada kedua penelitian ini juga terdapat pada metode penelitiannya yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif.

Ketiga, skripsi berjudul “Dakwah Melalui Konten Video Ceramah dalam Media Youtube (Studi pada Mahasiswa komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2015-2017)”.²⁹ Disusun oleh Yogi Ridho, Jurusan

²⁸Imas Mutiawati, *Dakwah Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram), Skripsi*, (Semarang: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Walisongo Semarang, 2018)

²⁹Yogi Ridho, *Dakwah Melalui Konten Video Ceramah dalam Media Youtube (Studi pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2015-2017), Skripsi*, (Salatiga: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Salatiga, 2018)

Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Salatiga, tahun 2018. Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui penerapan dakwah melalui konten video ceramah dalam media youtube pada mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam IAIN Salatiga. 2) Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan youtube sebagai dakwah. Penelitian ini menggunakan strategi kualitatif pendekatan perkembangan (developmental studies) dengan teori Hypodermic Needle Theory atau teori jarum suntik. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi, analisis data serta validitas data dan meliputi uji validitas, perpanjangan pengamatan, ketekunan penelitian dan triangulasi kemudian penulis menarik kesimpulan dari hasil informasi yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa mampu mencari apa saja materi dakwah yang diinginkan maupun dibutuhkan dalam konten-konten video islami. Penelitian diatas berbeda dengan apa yang peneliti tulis, penelitian diatas fokus penyampaian ajaran Islamnya dijadikan konten video yang dingguh melalui youtube. Sedangkan yang peneliti tulis adalah tentang manajemen dakwah yang dilakukan suatu lembaga melalui salah satu media sosialnya yaitu Instagram.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman penelitian dan kelancaran penelitian ini, penulis menguraikan sistematika penulisan penelitian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari Latar Belakang Masalah, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional, Rumusan Masalah, Tujuan Masalah dan Manfaat Penelitian dan Telaah Pustaka. Tujuan dari bab ini adalah untuk memberikan gambaran umum dan pedoman kerangka penelitian agar ide-ide tersusun secara sistematis.

BAB II KERANGKA TEORI, berisi tentang teori-teori umum mengenai Manajemen Dakwah Virtual, dengan rincian: pengertian manajemen dakwah, virtual, dan media social.

BAB III METODE PENELITIAN, dalam bab ini akan memaparkan mengenai metode penelitian yaitu: Jenis Penelitian, Pendekatan Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.

BAB IV HASIL & PEMBAHASAN, bab empat berisi laporan hasil penelitian tentang penyajian dan analisis data. Pembahasan dalam bab ini tentang: gambaran umum perjalanan nu online dan pembahsan mengenai unsur-unsur manajemen yang diaplikasikan dalam berdakwah.

BAB V KESIMPULAN, berisi tentang penutup yang meliputi kesimpulan, saran, dan kata penutup. Bagian akhir meliputi daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.



BAB II

KERANGKA TEORI

A. Pengertian Manajemen Dakwah

1. Manajemen

Manajemen sangat penting bagi seseorang karena melalui manajemen dapat mempercepat tercapainya pekerjaan atau tujuan. Ada tiga alasan utama mengapa manajemen diperlukan, yaitu untuk mencapai tujuan, menjaga keseimbangan antara tujuan yang saling bertentangan, dan untuk mencapai efisiensi dan efektivitas.³⁰ Secara bahasa, istilah manajemen berawal dari bahasa Inggris yaitu *management* yang memiliki arti suatu proses ketatalaksanaan, tata pimpinan dan pengelolaan dalam mengatur kelompok yang memiliki misi untuk dituju.³¹ Sedangkan pengertian dari kata manajemen menurut istilah berdasarkan pandangan para ahli adalah sebagai berikut:

- a. Menurut Mary Parker Follet, manajemen merupakan sebuah seni untuk menyelesaikan pekerjaan dengan bantuan seorang supervisor yang tugasnya memimpin dan membimbing bawahannya agar tujuan yang direncanakan tercapai.³²
- b. Menurut G.R. Terry, manajemen adalah suatu proses yang mengacu pada perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan dengan menggunakan seni dan ilmu pengetahuan tertentu untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan pada setiap aktivitas.³³

³⁰M. Anang Firmansyah & Budi W. Mahardika, *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 1.

³¹Muhammad Munir & Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana:2009), hlm.

³²Burhanudin Gesi, Rahmat laan, & Fauziah Lamaya, *Manajemen dan Eksekutif*, *Jurnal Manajemen*, Vol. 3, No. 2, Oktober 2019.

³³Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen dasar, Pengertian dan Masalah*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2016), hlm. 2

- c. Menurut Marno, manajemen adalah keterampilan dan kemampuan individu untuk memanfaatkan sumber daya organisasi sendiri melalui kerjasama di antara para anggotanya untuk menggapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.³⁴
- d. Howarld Calisle mengatakan bahwa manajemen memiliki arti kegiatan yang memanfaatkan keberadaan banyak orang sedemikian rupa sehingga menjadi kelompok yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang disepakati bersama melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pengelolaan dan koordinasi sumber daya yang ada.³⁵

Dalam proses manajemen ada kaitannya dengan unsur, karena unsur merupakan komponen yang dapat membantu terwujudnya tujuan organisasi dan anggota yang ada didalamnya dengan baik. Malayu S. P Hasibuan membagi unsur manajemen menjadi enam, yaitu:³⁶

1. Man

Man (manusia, orang-orang, tenaga kerja) keberadaan manusia adalah untuk membuat dan menjalannya tujuan tersebut, karena kemampuan manusia dapat menentukan keberhasilan dalam proses yang berlangsung.

2. Money

Money (uang yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan) merupakan unsur manajemen yang penting, karena digunakan sebagai alat tukar dan alat pengukur nilai. Uang tersebut digunakan untuk membeli alat-alat yang perlu dibeli atau untuk membayar bonus karyawan dan berapa hasil dari investasi tersebut.

³⁴Husaini dan Happy Fitria, Manajemen Kepemimpinan Pada Lembaga pendidikan Islam, *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan)*, Vol. 4, No. 1, Januari 2019.

³⁵Arsam, *Manajemen dan Strategi Dakwah*, (Purwokerto: STAIN Press, 2016), hlm. 2-3.

³⁶Malayu S. P Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), hlm. 2

3. Machines

Mesin (mesin atau alat yang diharapkan untuk mencapai tujuan). Peranan mesin atau alat bantu kerja sangat dibutuhkan karena dapat mempermudah dan meringankan pekerjaan manusia, sehingga lebih efisien dan menguntungkan.

4. Methods

Methods (cara untuk mencapai tujuan yang diinginkan). Prosedur untuk memfasilitasi tujuan yang diberikan dengan mempertimbangkan tujuan, fasilitas yang ada, investasi waktu dan uang serta proses bisnis.

5. Materials

Materials (perlengkapan dan peralatan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan). Materi dan manusia tidak dapat dipisahkan, karena apabila suatu keinginan dianggap berhasil itu pasti ada peranan pada materi yang disampaikan. Materi merupakan salah satu sugesti untuk melihat kemampuan manusia, semakin baik kemampuan manusia maka semakin baik pula hasilnya.

6. Market

Market (pasar untuk mendistribusikan barang atau jasa yang dihasilkan), dalam perusahaan, pasar memiliki peranan penting dalam mencapai tujuan terakhir untuk memasarkan produk barang yang telah selesai proses produksi. Penguasaan pasar sangat penting karena apabila barang tidak memenuhi kriteria konsumen maka proses produksi bisa terhenti dan dapat mengakibatkan kerugian perusahaan tersebut.

2. Dakwah

Pembahasan mengenai dakwah akan selalu dibahas lantaran dakwah merupakan salah satu cara yang dapat mengubah kondisi rakyat dan meningkatkan pemahaman agama. Ditinjau dari segi bahasa kata dakwah diambil dari bahasa Arab yaitu *Da'a*, *Yad'u*, *Da'watan* yang berarti memanggil, menyeru, atau mengajak. Kata dakwah dalam

bentuk mashdar atau asalnya memiliki makna panggilan, seruan atau ajakan. Orang yang melakukan kegiatan dakwah biasa disebut da'i atau masyarakat umum menyebutnya penceramah dan orang yang menerima pesan dakwah yaitu disebut dengan mad'u.³⁷ Maksud dari aktivitas dakwah adalah setiap aktivitas yang disengaja dan direncanakan dalam bentuk sikap, ucapan yang didalamnya mengandung ajakan dan himbauan, baik secara langsung maupun tidak langsung kepada individu, orang, dan kelompok. Dalam pengertian beberapa para ahli dakwah diartikan sebagai berikut:

- a. Prof. Toha Yahya Oemar, memberikan pandangannya tentang pengertian dakwah yaitu upaya yang dilakukan untuk mengajak manusia secara bijak agar hidup sesuai dengan perintah Allah SWT demi kebaikan manusia didunia dan akhirat.
- b. Menurut Syaikh Ali Makhfudz, pengertian dakwah dijelaskan dalam bukunya yang berjudul Hidayatul Mursyidin adalah bahwa dakwah: a) mendorong manusia agar berbuat baik dan mengikuti petunjuk (hidayah) dalam hidupnya, b) mengajak manusia untuk berbuat baik dan mencegah kejahatan, c) memungkinkan mereka di dunia dan di akhirat menjadi bahagia.
- c. Hamka Ya'qub mengartikan seruan da'i kepada umatnya untuk selalu menaati perintah Allah dan menjauhi yang dilarang atau *Amar ma'ruf Nahi munkar*.³⁸

Kesimpulan berdasarkan pengertian dakwah diatas adalah Dakwah berarti mengajak manusia untuk berjalan dengan bijak sehingga mampu berbuat kebaikan dan menahan diri dari perbuatan buruk. Jiwa mereka akan terinspirasi untuk lebih mendalami yang diajarkan oleh agama Islam, menghayati dan mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari. Tujuan utama dakwah adalah mencapai

³⁷Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), hlm.

³⁸Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu*, hlm. 2.

kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat yang diridhoi Allah SWT. Dalam agama Islam dakwah merupakan kewajiban individu umat, oleh karena itu Islam secara umum dianggap juga sebagai agama dakwah. Artinya agama yang harus disebarkan kepada seluruh umat manusia di mana pun dan kapan pun. Hal ini juga disebutkan dalam beberapa ayat Al-Qur'an salah satunya adalah QS. An-Nahl.

Pemahaman berdasarkan tugas dakwah yaitu dakwah Islam dapat menjadi pengetahuan umum, lebih mudah dipahami dan umat manusia. Sebaliknya, dengan tidak adanya dakwah, pemahaman masyarakat tentang Islam dapat dipatahkan atau disalahtafsirkan. Selain itu, misi dakwah adalah menegakkan nilai-nilai Islam, meningkatkan akhlak, mengoreksi perbuatan menyimpang, dan membantu umat keluar dari kegelapan spiritual.³⁹ Kegiatan dakwah juga membutuhkan unsur atau komponen yang mendukung terlaksananya kegiatan dakwah. Dalam buku yang ditulis oleh Wahidin Saputra, mengatakan bahwa unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terkait dengan setiap kegiatan dakwah untuk mencapai tujuan yang diinginkan, unsur-unsur berikut ini adalah:⁴⁰

1. Da'i (Pelaku Dakwah)

Secara teori da'i yaitu seseorang yang menyampaikan dan menyebarluaskan tentang ajaran-ajaran agama Islam kepada masyarakat, sedangkan secara sederhana da'i dapat dimaknai dengan dua cara. Pertama, seorang da'i, yaitu setiap muslim/muslimah yang mengamalkan ajaran Islam sebagai kewajiban dengan perintah "balligu 'anni walaw ayah" atau sampaikan dariku walau satu ayat. Maksudnya, mengungkapkan ilmu dakwah tadi dapat disampaikan pada

³⁹Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, hlm. 9.

⁴⁰Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2011), hlm. 289.

orang terdekat misalnya anak, keluarga atau bahkan untuk diri sendiri. Jadi, pengertian da'i diatas lebih bersifat menyeluruh lantaran seluruh orang Islam dapat dianggap sebagai da'i karena menyampaikan ajaran agama Islam.

Kedua, orang yang dapat disebut da'i yaitu orang yang mempunyai skill tertentu dalam bidang berdakwah dan menyampaikan pesan-pesan agama dengan kemampuan penguasaan metode, teori, maupun konsep tertentu. Seperti saat seorang da'i ceramah, da'i tersebut akan menyesuaikan tema apa yang akan disampaikan terlebih dulu.

2. Mad'u (Penerima Dakwah)

Penerima dakwah adalah individu yang menjadi sasaran seorang dai untuk menyampaikan pesan dakwah, baik tertulis maupun lisan. Bagi masyarakat yang belum beragama Islam, dakwah tersebut bertujuan mengajak mereka untuk lebih mengenal Islam. Bagi umat Islam, dakwah berusaha untuk melihat lebih dalam dan memperkuat iman, Islam dan ihsan. Penerima dakwah juga disebutkan dalam Al-Qur'an, contohnya dalam QS. Al-Baqarah ayat 2 mengatakan bahwa jenis mad'u terbagi menjadi tiga yaitu: mukmin, kafir dan munafik. Dari tiga tipe mad'u masih bisa dibagi lagi dalam berbagai macam pengelompokan, seperti mad'u yang mukmin menurut QS. Fatir ayat 32 dibagi tiga, yaitu: dzalim linafsih (orang yang mengabaikan hidupnya), muqtashid (orang yang kebaikan dan keburukan sama jumlahnya) dan sabiqun bi al-akhirat (orang yang cepat mengamalkan dan memahami Al-Qur'an).

Mohammad Abduh mengelompokkan Mad'u menjadi tiga bagian:

- a. Golongan intelektual, yaitu yang mencintai kebenaran dan dapat berpikir kritis dapat dengan cepat memahami makna suatu masalah.

- b. Orang awam, yaitu orang biasa, yang tidak mampu berpikir kritis dan menyeluruh, tidak mampu memahami konsep-konsep tinggi.
- c. Sebuah kelompok yang berada di antara dua kelompok di atas ingin mendiskusikan sesuatu, tetapi hanya sampai batas tertentu, tidak dapat memeriksa masalah tersebut dengan baik.⁴¹

3. Maddah (Materi Dakwah)

Materi dakwah berisi pesan-pesan ajaran Islam yang ditransmisikan dari da'i ke mad'u. Semua materi dakwah terutama bersumber dari dua sumber ajaran Islam, yaitu:

- a. Al-qur'an merupakan sumber yang menjadi landasan utama dan pertama dalam pembuatan materi dakwah. Karena Al-quran diturunkan sebagai petunjuk bagi umat Islam. Seorang da'i tidak mungkin mengambil materi dakwah tanpa ada dalil yang menguatkan pernyataannya.
- b. Sumber hadis lainnya adalah pernyataan Nabi Muhammad SAW. atau tindakannya atau kata-katanya. Sebelum mengambil sebuah hadist untuk dijadikan landasan, seorang da'i harus melihat terlebih dahulu apakah hadist tersebut benar bersifat shohih atau tidak. Dengan menguasai materi-materi dakwah yang bersumber dari hadist, maka da'i tersebut mempunyai sarana untuk berdakwah.

Secara umum materi dakwah dapat dikelompokkan menjadi empat masalah pokok yaitu:

1) Masalah keimanan (aqidah)

⁴¹Mohammas Hasan, *Metodologi & Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), hlm. 68-69.

- 2) Masalah keislaman (syariat)
- 3) Masalah budi pekerti (akhlakul karimah)
- 4) Masalah mu'amalah (interaksi sosial).⁴²

4. Wasilah (Media Dakwah)

Media dakwah adalah alat bantu yang digunakan da'i dalam penyampaian materi dakwah kepada penerimanya. Hamza Ya'qub membagi media dakwah menjadi lima jenis yaitu lisan, tulisan, gambar, audio-visual dan moral:

- 1) Lisan adalah media untuk berdakwah yang dianggap paling sederhana, karena da'i menyampaikan materinya bermodalkan ucapan dan suara. Contoh dakwah melalui media ini berupa pidato, ceramah, penyuluhan, kepemimpinan dan sebagainya.
- 2) Tulisan, mencari bukti materi dakwah dengan menggunakan majalah, koran, spanduk, kartu indeks, dll.
- 3) Sebuah seni yang memiliki unsur gambar
- 4) Audiovisual, penggunaan alat bantu dalam media dakwah yang bisa didengarkan atau dilihat, bisa juga keduanya. Contohnya, televisi, radio, youtube, dll.
- 5) Akhlak, melalui perbuatan seorang da'i yang mana perbuatan tersebut menjadi contoh baik untuk diambil hikmahnya agar mad'u dapat melihat contoh yang nyata, dan seorang da'i bisa lebih mendapatkan kepercayaan dari jamaahnya.⁴³

5. Thariqah (Metode Dakwah)

Buku berjudul Metode Dakwah karya M. Munir, mengemukakan pendapatnya bahwa metode dakwah adalah

⁴²M. Munir dan Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 24-28.

⁴³Aminudin, Konsep Dasar Dakwah, *Jurnal Al-Munzir*, Vol. 9, No. 1, Mei 2016.

cara tepat yang dapat dilakukan pendakwah untuk menyampaikan materi dakwah kepada jamaahnya, sehingga pesan-pesannya dapat tersampaikan.⁴⁴ Inilah beberapa metode-metode dakwah yang dapat diaplikasikan:

- a. Dakwah bil Lisan, yaitu metode dakwah yang paling mudah dilakukan siapa saja, dengan lisan kita dapat menyampaikan sedikit atau banyak materi dakwah. contohnya pengucapan secara spontan, ceramah, pengajian dalam majelis ta'lim dan pembahasan masalah.
- b. Dakwah bil Kitab, merupakan cara dakwah yang disampaikan melalui tulisan untuk menyampaikan pesan dakwah seperti surat kabar, majalah, buku dan lain-lain.
- c. Dakwah menggunakan alat bantu elektronik yaitu metode penyampaian pesan dakwah dengan memanfaatkan siaran pada televisi, penyampaian di radio, melihat video dihandphone, melihat youtube di komputer dan lain-lain.
- d. Dakwah bil Hal, yaitu metode dakwah melalui perbuatan yang dilakukan seorang da'i yang dapat dilihat dan menjadi contoh langsung untuk mad'u.⁴⁵

6. Atsar (Efek Dakwah)

Atsar yaitu tanggapan atau reaksi yang diberikan mad'u setelah menerima pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i dengan menggunakan maddah, wasilah dan thariqat.

3. Manajemen Dakwah

Menurut A. Rosyad Saleh, menggabungkan istilah manajemen dan dakwah menjadi manajemen dakwah yaitu proses perencanaan,

⁴⁴M. Munir, *Metode Dakwah*, cet. Ke-3 (Jakarta: Kecana, 2009), hlm.7.

⁴⁵Rafi'udin, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 1997), hlm. 48.

pengelompokan, pengawasan serta pemberian tugas kepada para pelaksana kemudian menggunakan mereka untuk mencapai hal apa yang telah disepakati.⁴⁶

Arti lain manajemen dakwah adalah proses pengelolaan dakwah yang efisien dan efektif dalam organisasi yang terencana untuk mencapai tujuan yang menjadi sasaran organisasi tersebut. Manajemen dakwah adalah upaya yang dilakukan organisasi yang mana mereka yang terkait dengan tujuan organisasi merencanakan bersama untuk mengimplementasikannya.⁴⁷

4. Fungsi Manajemen Dakwah

Beberapa pendapat ahli tentang kegiatan manajemen. Secara umum, fungsi manajemen menurut G.R. Terry yaitu POAC dibagi menjadi empat bidang, ada perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan. Fungsi manajemen dakwah mengacu pada fungsi manajemen yang umumnya diarahkan untuk kepentingan dakwah. Penjelasannya adalah sebagai berikut:

a. Perencanaan (planning)

Perencanaan manajemen dakwah berarti menyusun planning-planning terlebih dahulu sebelum melakukan aktivitas dakwah. Perencanaan sebagai dasar dan titik tolak berdasarkan aktivitas pelaksanaan selanjutnya. Perencanaan menyangkut tentang sasaran atau tujuan berdasarkan suatu organisasi, memutuskan taktik untuk mencapai tujuan dan menyusun urutan planning-planning untuk disatukan dan dikoordinasikan aktivitas-aktivitas tersebut. Perencanaan dakwah dapat dilakukan secara efektif apabila kegiatan persiapan dan perencanaan yang matang dilakukan jauh-jauh hari sehingga pelaksanaan dakwah berjalan lebih baik dan teratur.

⁴⁶Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu*, hlm. 287.

⁴⁷Awaludin Pimay, *Manajemen Dakwah Sebuah Pengantar*, (Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu, 2013), hlm. 4.

Dalam proses perencanaan terdapat ketentuan-ketentuan berikut:

- 1) Jenis kegiatan apakah yang nantinya akan dilakukan.
- 2) Tindakan apa saja yang perlu dilakukan selama kegiatan.
- 3) Peraturan-peraturan yang ditujukan sebagai acuan kegiatan.
- 4) Pedoman dan target yang menjadi tujuan kegiatan.
- 5) Anggota yang melaksanakan rencana.
- 6) Merencanakan waktu eksekusi.
- 7) Diperlukan anggaran yang besar.⁴⁸

b. Pengorganisasian (*organizing*)

Pengorganisasian merupakan mengelompokkan orang-orang untuk ditempatkan di setiap divisi sesuai dengan tugas wewenang, tanggung jawab dengan tujuan tercapainya tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Langkah-langkah untuk melakukan pengorganisasian dakwah sebagai berikut:

- 1) Mengelompokkan dan membagi tindakan-tindakan dakwah.
- 2) Menentukan dan merumuskan tugas dari setiap divisi dan memilih personil untuk menyetujui divisi tersebut.
- 3) Memberikan wewenang dan tanggung jawab kepada ketua divisi atas bawahannya dan kegiatan divisi tersebut.
- 4) Menciptakan jalinan kerja.

c. Pelaksanaan (*actuating*)

Merupakan suatu usaha mengarahkan anggota-anggota organisasi atau perusahaan sebaik mungkin agar mencapai sasaran atau tujuan bersama, dan seorang pemimpin dapat memberikan motivasi, memberikan arahan, mempengaruhi, dan memberikan komando atau perintah. Beberapa langkah-langkah yang dapat dilakukan dalam proses penggerakan:

- 1) Pemberian motivasi (*Motivating*)

⁴⁸Antoni Athoilah, *Dasar-dasar Manajemen*, (Bandung: Pustaka Setia, 2010), hlm. 98.

Motivasi dalam sebuah organisasi diartikan sebagai usaha yang dilakukan oleh manajer atau pemimpin dalam memberikan pengertian, semangat, dan dorongan kepada para bawahannya agar dapat bekerja secara ikhlas dan mendukung visi misi organisasi sehingga dapat tercapailah tujuan sesuai dengan tugas yang diembannya.

2) Melakukan bimbingan

Selain memberikan motivasi kepada bawahannya, seorang manajer atau pemimpin juga harus memberikan perintah atau petunjuk kepada bawahannya yang bersifat menjerumus kearah sasaran dakwah yang telah ditetapkan. Pemimpin dapat menjamin terselenggaranya kegiatan dakwah sesuai dengan rencana berdasarkan kondisi yang telah ditetapkan sebelumnya. Jadi, apa tujuannya, bisa diwujudkan.

3) Menyelenggarakan komunikasi yang baik bagi anggota

Organisasi merupakan sebuah kelompok yang berada di wadah yang sama, yang mempunyai tujuan yang sama untuk dicapai bersama. Melalui komunikasi yang baik, diharapkan anggota-anggota yang ada didalam tim dapat bergotong royong mewujudkan kesuksesan. Dalam aktivitas dakwah, komunikasi yang bersifat efektif dan efisien antara pemimpin dengan bawahannya dapat membuat pola hubungan dalam organisasi menjadi harmonis. Apabila komunikasi tidak jelas, dapat menjadikan kesalahpahaman antar anggota yang dapat menimbulkan ketidakteraturan.

4) Menegembangkan dan meningkatkan hubungan anggota.

Untuk mewujudkan harmonisasi dan sinkronisasi dalam sebuah lembaga atau tim, diperlukannya sebuah jalinan hubungan atau koordinasi. Dalam menjalin hubungan, dapat mencegah atau meminimalisir kekacauan di masa yang akan datang. Anggota lembaga menyadari bahwa membangun relasi juga merupakan

kegiatan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan dakwah.⁴⁹

d. Pengawasan (controlling)

Tahap terakhir menurut fungsi manajemen adalah pengawasan. Pengawasan merupakan aktivitas yang bisa memutuskan pekerjaan apa yang telah dilaksanakan, menilainya, dan memperbaiki jika terjadi kesalahan selama proses mencapai tujuan agar pelaksanaan pekerjaan sesuai dengan rencana. Dengan melakukan pengawasan, seorang pemimpin dapat mencegah penyimpangan, menghentikan kekeliruan, dan mengusahakan pendekatan. Pengawasan dilakukan dibagian akhir dimana tugas seorang manajer untuk melihat hasil kerja dari bawahannya dan melakukan evaluasi bila diperlukan.

B. Definisi Virtual

Ruang virtual adalah mode kinerja hiper-realitas berbasis simulasi realitas yang memungkinkan otak untuk melihat sesuatu di balik layar sebagai kenyataan. Virtual juga diartikan sebagai salah satu saluran distribusi Internet, dimana metode penyajiannya luas, up-to-date, interaktif dan komunikasi dua arah. Inti dari virtual adalah sesuatu yang maya yang hanya dapat dilihat pada sambungan layar internet.

Dakwah virtual berasal dari kata visual yang berarti mengubah suatu konsep kemudian menyampaikan gagasan yang mengandung unsur dakwah atau perasaan dalam bentuk seni gambar/lukisan, tulisan, video, grafik dan lain-lain, untuk dilihat dan dinikmati dengan menggunakan komputer dan internet.⁵⁰ Dakwah virtual di sini mengacu pada kegiatan dakwah yang dilakukan dengan menggunakan media online agar para da'i dapat menguasai teknologi tersebut dan memudahkan penyebarannya.⁵¹

⁴⁹Awaludin Pimay, *Manajemen Dakwah*, hlm. 11

⁵⁰Tim Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm. 821.

⁵¹Oemar Hamalik, *Media Pendidikan*, (Bandung: PT. Citra Aditiya Bakti, 1989), hlm.35.

C. Definisi Media Sosial Instagram

Menurut Van Dijk, media sosial merupakan sebuah wadah digital yang berfokus pada keberadaan pengguna yang memotivasi mereka dalam bertingkah dan bekerjasama antar pengguna, sehingga media sosial dapat dilihat sebagai mediator online yang meningkatkan interaksi antar pengguna dan mewakili ikatan sosial.⁵² Media sosial atau jejaring sosial, adalah bagian dari media baru (yaitu semua media digital interaktif dan digital). Media sosial menghilangkan keterbatasan manusia dalam bersosialisasi dan tidak terpengaruh oleh keterbatasan ruang dan waktu. Media sosial memungkinkan orang untuk berkomunikasi satu sama lain kapan saja dan di mana saja (terlepas dari jarak fisik). Fitur lain dari layanan berbasis web adalah Consumer Generated Content (CGC), yang memungkinkan orang menyebarkan informasi. Media sosial dapat menawarkan manfaat besar jika digunakan dengan benar.⁵³

Seorang ahli menyimpulkan bahwa media sosial adalah sebuah sumber daya (fasilitator) di internet yang memungkinkan pengguna untuk saling menyapa, berkolaborasi, bertukar pesan dengan orang lain dan membangun ikatan sosial melalui kehidupan virtual. Dari perbedaan pengertian di atas, dapat ditegaskan bahwa media sosial memiliki caranya sendiri dalam membantu umat manusia dalam hubungan sosial di era teknologi ini. Dalam konteks ini, dr. Rulli Nasrullah M.Sc. di dalam bukunya yang berjudul “Media Sosial” memberikan beberapa karakteristik yang ada pada media sosial antara lain:

1. Partisipasi. Partisipasi yang dilakukan oleh pengguna dapat memberikan kontribusi dan umpan balik pada individu yang tertarik.

⁵²Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Jakarta: Simbiosis, 2016), hlm. 11.

⁵³Rizky Briandana, dkk, Da'wah Communication and Social Media: The Interpretation of Millennials in Southeast Asia, *International Journal of Economics and Business Administration*, Vol. 8, Special Issue 1, 2020.

2. Keterbukaan. Media sosial memberikan transparansi kepada pengguna, misalnya dengan mengizinkan mereka berkomentar atau mencari informasi pengguna berdasarkan konten media sosial.
3. Percakapan. Memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antar pengguna.
4. Komunitas. Di jejaring sosial, sangat mungkin untuk membentuk komunitas di mana berbagai topik / minat lain dibahas, yang dapat meningkatkan komunikasi.
5. Keterhubungan. Media sosial berkembang pesat, salah satunya adalah kemampuan untuk menciptakan koneksi antar pengguna, misalnya adanya peluang menghubungkan (link) ke halaman web yang berbagai macam isinya.⁵⁴

Media sosial dapat juga digunakan untuk mengkomunikasikan dakwah. Pemahaman tentang karakteristik pengguna media dan minatnya (penuh atau tidak) dapat membantu mengembangkan prinsip dakwah melalui media sosial karena media sosial dapat mengubah penggunanya menjadi komunikator massa. Dakwah melalui media sosial dinilai sangat efektif karena mampu menembus batas ruang dan waktu dengan biaya yang relatif murah. Faktor-faktor tersebut membuat pesan dakwah melalui media sosial menjadi pilihan dan menarik khalayak karena mereka dapat dengan bebas memilih materi dakwah apa yang ingin dicari dan menghindari paksaan dari orang lain.

Instagram adalah media sosial untuk berbagi foto dan video yang dengan cepat mendapatkan popularitasnya, menjadi salah satu pilihan yang banyak diminati dengan total lebih dari 200 juta pengguna dan 13% dari seluruh pengguna media sosial, instagram menempati peringkat keempat setelah Facebook, Twitter, dan Pinterest. Instagram merupakan aplikasi media sosial yang dapat membagikan kegiatan dalam kehidupan sehari-hari dengan orang lain, mulai dari aktivitas, gaya hidup, hobi, dan minat

⁵⁴Nisa Khairuni, Dampak Positif dan Negatif Sosial Media terhadap Pendidikan Akhlak Anak, *Jurnal Edukasi*, Vol. 2, No. 1 2016

hingga foto dan video. Instagram mudah digunakan dan anda bisa mulai dengan mengunduhnya, mengatur nama pengguna, mengatur kata sandi, dan terakhir memposting foto untuk dilihat orang lain. Pengguna juga dapat langsung mengunduh konten yang telah mereka ambil atau simpan dari galeri ponsel mereka. Seperti jejaring sosial lainnya, membuat instagram juga dapat memiliki pengikut seperti anggota keluarga, teman, atau orang asing yang dapat mengikuti pembaruan langsung pengguna dengan memposting gambar dan video. Profil yang dibuat berisi informasi pribadi dan foto untuk mengidentifikasi akun. Orang-orang membuat akun publik dengan akses langsung atau akun pribadi yang memerlukan izin instagrammer sebelum mereka dapat melihat kiriman. Setelah pengikut mengikuti instagrammer. Orang yang melihat postingan tersebut dapat berinteraksi dengan pengguna. Cara termudah adalah dengan mengklik tombol suka atau tinggalkan komentar untuk mengungkapkan pendapat anda tentang postingan tersebut.⁵⁵

Selama beberapa tahun terakhir, instagram menjadi semakin disukai sebagai pilihan platform media sosial oleh generasi milenial Indonesia. Pada 2022, Indonesia menempati urutan keempat terbanyak pengguna instagram didunia setelah Brasil, India, dan Amerika Serikat. Negara ini dianggap memiliki komunitas instagram terbesar di Asia dan Pasifik. Instagram menjadi platform media sosial paling populer bagi generasi milenial karena kesederhanaannya, efisiensinya, dan ketersediaannya yang menarik secara bertahap diperbarui dengan fitur-fitur yang menarik. Adapun beberapa fitur-fitur yang ada sebagai berikut:

- a) Biografi (bio), Biografinya tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk memberikan informasi biasa, tetapi juga berfungsi sebagai cara untuk mendapatkan informasi pribadi pemilik akun. Bio Instagram sendiri merupakan bagian penting dari sebuah profil Instagram. Kapan kita bertemu seseorang secara pribadi,

⁵⁵Ali J. Al-Kandari, The Influence of Culture on Instagram Use, *Journal of Advances in Information Technology*, Vol. 7, No. 1, February 2016

penampilan luar dan perilaku mempengaruhi yang pertama kesan. Demikian pula, bio Instagram adalah bagian integral dari kesan pertama di Instagram. Berdasarkan pengamatan, setiap akun memiliki keunikan tersendiri dalam menggunakan kutipan favoritnya atau penggalan ayat di bio Instagram mereka. Kutipan ini dapat berupa motto, kata-kata mutiara, visi-misi, atau pengingat diri.

- b) Feed, adalah halaman profil utama untuk membagikan foto atau video.
- c) Instastory, dilengkapi dengan berbagai emoticon, gambar bergerak, dan filter yang memungkinkan pengguna lebih bebas berkreasi dan mengekspresikan diri. Sedangkan highlight adalah sebuah kepanjangan dari Instastory, fitur highlight ini sangat digemari oleh kalangan milenial, karena fitur ini memungkinkan pengguna untuk menyimpan Instastory sebelumnya yang telah dibagikan.
- d) Sorotan adalah ruang di profil pengguna tempat cerita yang sebelumnya telah dibagikan dapat ditambahkan, memungkinkan mereka untuk menyajikan cerita mereka selama lebih dari 24 jam.
- e) Arsip, adalah alat yang tepat bagi mereka yang membutuhkan aplikasi untuk menyimpan ide-ide baru. Selain itu, mereka dapat menyimpan foto dari akun yang mereka ikuti, dan akun yang tidak mereka mengikuti. Fitur ini sama seperti aplikasi pinterest dimana pengguna dapat menyimpan file yang mereka suka dan membuatnya lebih mudah ditemukan. Penggunaan fitur arsip bermanfaat karena pengguna dapat menyimpan file berurutan berdasarkan map yang diinginkan.
- f) Hashtag, adalah fitur atau konten di instagram yang penggunanya dapat dengan mudah untuk menambahkan topik tertentu seperti hashtag untuk momen penting agar pengguna lain dengan mudah menemukan topik yang sama dan dapat mengategorikan berbagai foto atau video yang sama. Fitur ini memudahkan untuk

menemukan foto atau video, jika ingin mencari topik tentang Islam di instagram dengan judul tertentu akan muncul beberapa rekomendasi foto atau video yang populer.

- g) Mention, adalah fitur atau konten instagram yang berfungsi menandai akun instagram milik pengguna lain, sehingga pengguna yang kita mention mengetahui postingan kita saat itu. Mention dapat pula memudahkan untuk memanggil dan menyapa teman dalam postingan foto atau video orang lain, memberikan pesan unik baik dari akun kita maupun akun lain, serta mempersingkat waktu kita saat ingin menyebut nama akun agar tidak terjadi kesalahan saat kita mau untuk memasukkannya ke dalam keterangan.
- h) Follow merupakan fitur atau konten utama menurut instagram, karena instagram adalah alat komunikasi, komunikasi adalah ketika ada hubungan antara pengguna instagram lainnya, jadi teman atau orang lain menggunakan istilah untuk mengikuti pengguna.
- i) Likes & Comments adalah sebuah fitur atau konten instagram yang memungkinkan kita untuk mengetahui kualitas sebuah foto atau video yang kita bagikan, juga berdasarkan makna atau penjelasan dari gambar yang dimaksud pada caption tersebut, dapat dilihat dari jumlah suka pada suatu postingan. Komentar, digunakan untuk memberikan apresiasi atau timbal balik dari pengguna lain atas postingan yang sudah diunggah, komentar bukan hanya kritik, saran dan kebanggaan, tetapi juga masukan, tergantung konten apa yang kita bagikan serta memudahkan untuk menjaga komunikasi di dalamnya.⁵⁶
- j) Dm (Direct Message) adalah pesan langsung, fitur yang diberikan instagram ini dapat digunakan untuk mengirim atau menerima

⁵⁶Okta Rahmayani & Reski Nofrialdi, The Effect of Utilization of Social Media Instagram @Nanarfshop on Buying Interest of Fisipol Students University Ekasakti Padang, *Journal of Law Politic and HUmalities*, Vol. 2, No. 2, February 2022

pesan baik berupa foto, video atau suara. Pesan bersifat lebih privasi dibandingkan dengan komentar, karena pesan intagram hanya dapat dilihat oleh penggunanya saja.

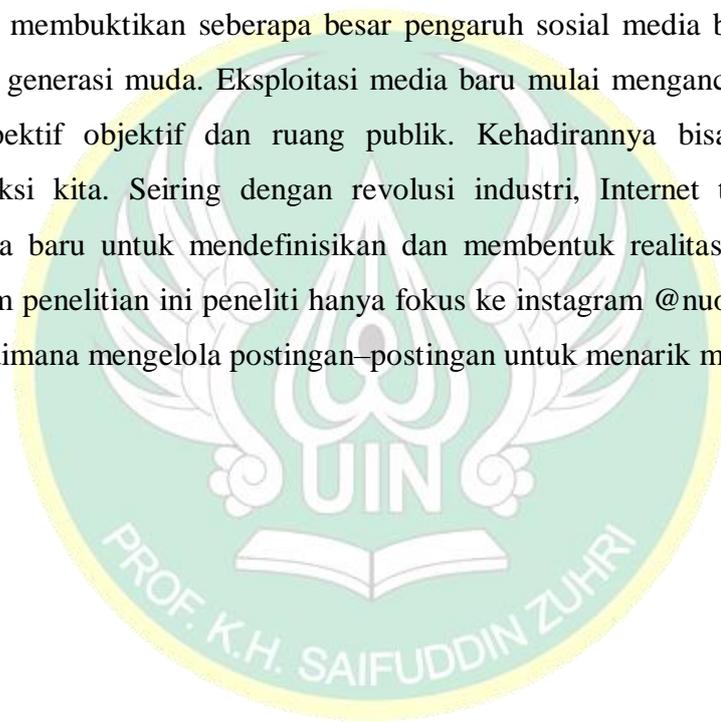
- k) Arroba, adalah fitur instagram yang mana pengguna dapat menandai teman dalam unggahannya.
- l) Efek foto atau filter, adalah fitur yang digunakan pengguna untuk membuat foto atau video yang akan diunggah menjadi lebih menarik, banyak filter yang bisa dipilih oleh pengguna.
- m) Kamera, untuk mengambil foto atau video saat pengguna menggunakan instagram.

Kelebihan instagram adalah : 1). Adanya pilihan untuk memasukkan informasi yang jelas dan detail nantinya akan ditampilkan pada setiap postingan foto, seperti: memasukkan lokasi, waktu, dan bahkan pengguna dapat memasukkan biografi atau personal information, yaitu informasi tentang akun pengguna di kehidupan nyata. 2). Instagram dapat mengetahui kebutuhan, kebiasaan, dan preferensi masing-masing pengguna sehingga secara otomatis instagram akan merekomendasikan topik-topik populer kepada pengguna yang mungkin akan disukai. 3). Dapat diakses kapan saja dan dimana saja asalkan terkoneksi dengan internet. 4). Penyajiannya menarik dan mudah dipahami oleh semua pengguna jenis ponsel. 5). Komunikasi dilakukan melalui banyak fitur seperti komentar, live, tagar (#), mention, share, like bahkan pesan pribadi. 6). Untuk menggunakan aplikasi instagram, anda cukup mengunduhnya melalui operator Anda.

Keunggulan lain dari instagram yaitu menjadi tempat mencari ketenaran bagi orang yang ingin terkenal. Serta menjadi tempat yang dengan mudah untuk mencari berbagai informasi mulai dari berita, hiburan, iklan produk hingga kegiatan sehari-hari orang lain. Dari kacamata pemimpin industri instagram adalah media sosial yang dianggap sebagai alat periklanan paling efektif di dunia. Pentingnya instagram

sebagai alat periklanan ditunjukkan oleh fakta bahwa sebagian besar manajer menginvestasikan personel khusus dalam mengelola instagram dan mengalokasikan dana khusus untuk beriklan melalui instagram.

Memahami ciri-ciri pengguna media sosial penting untuk mengembangkan dakwah online, karena untuk menentukan sasaran dakwah. Da'i dapat memimpin interaksi yang efektif dengan memahami minat pengguna media sosial (yang dapat memberikan arah pada pendekatan dakwah) untuk menyampaikan materi tertentu. Perubahan media baru semakin besar bagi sebuah komunitas. Berbagai penelitian telah membuktikan seberapa besar pengaruh sosial media baru, terutama pada generasi muda. Eksploitasi media baru mulai mengancam eksistensi perspektif objektif dan ruang publik. Kehadirannya bisa mengurangi koneksi kita. Seiring dengan revolusi industri, Internet telah menjadi media baru untuk mendefinisikan dan membentuk realitas kita. Namun dalam penelitian ini peneliti hanya fokus ke instagram @nuonline_id saja. Bagaimana mengelola postingan-postingan untuk menarik masyarakat.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan dari data yang terkumpul, penelitian yang akan digunakan dalam penulisan ini adalah menggunakan jenis penelitian kualitatif. Apa itu penelitian kualitatif? Kualitatif adalah penelitian terhadap kondisi alam, studi eksplorasi terhadap pengalaman hidup dan kehidupan sehari-hari di dunia. Target dari studi kualitatif adalah “menghasilkan deskripsi yang kaya dan pemahaman mendalam tentang fenomena yang menarik, yaitu pengalaman budaya atau pengalaman hidup orang-orang di alam”.⁵⁷ Setelah menentukan jenis penelitian ini, maka penulis akan menggunakan pendekatan deskriptif dalam pengumpulan datanya, yaitu suatu proses dimana informasi dikumpulkan melalui tulisan atau pernyataan dari kerabat dan kemudian dilengkapi dengan kata-kata dan gambar bukan angka. Buku Rosady Ruslan juga menyebutkan bahwa menurut Strauss dan Corbin, penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang dapat menghasilkan penemuan baru namun tidak dilakukan melalui proses statistik.⁵⁸

Menurut Bogdan dan Taylor, interpretasi dalam penelitian kualitatif adalah mekanisme penelitian yang dapat menghasilkan data deskriptif berupa ungkapan tertulis atau lisan dari perilaku manusia yang sedang atau sudah diamati.⁵⁹ Sedangkan menurut penulis lain yaitu Denzin dan Lincoln, penjelasan dari penelitian kualitatif adalah penggunaan latar belakang keilmuan dalam penelitian untuk menginterpretasikan realitas yang terjadi dan dilakukan melalui berbagai macam metode yang ada.⁶⁰

⁵⁷Joan K. Magilvy and Eileen Thomas, A First Qualitative Project: Qualitative Descriptive Design for Novice Researchers, *JSPN*, Vol. 14, No. 4, October 2009, hlm. 5

⁵⁸Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003), hlm. 212

⁵⁹Maelong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 4

⁶⁰Maelong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hlm. 5

Dari pernyataan diatas dapat menarik kesimpulan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang mencoba memahami pengalaman melalui subjek yang diteliti, contohnya melalui perilaku, melakukan observasi, memberikan motivasi, melakukan tindakan, dll secara holistik (menyeluruh), menggunakan metode deskriptif berupa istilah-istilah dengan konsep metode ilmiah yang berbeda.⁶¹

Asal penelitian kualitatif yaitu dari bidang pendidikan dan ilmu sosial karena menggunakan studi kompleks tentang perilaku manusia untuk mengetahui hasil dari penelitian. Menurut Burns and Grove, penelitian kualitatif yaitu pendekatan secara sistematis dan subyektif untuk menyoroti, mengungkapkan, dan meningkatkan makna dari pengalaman sehari-hari dari subjek yang dituju. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk memeriksa perilaku subjek, sudut pandang yang berbeda, dan pengalaman dalam kehidupan secara mendalam untuk mengungkap situasi hubungan antar manusia melalui kerangka umum. Creswell mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai berikut: “Penelitian kualitatif adalah proses yang mengeksplorasi pemahaman menurut metode yang berbeda, tradisi penelitian yang dengan sendirinya memeriksa masalah sosial atau manusia itu sendiri. Peneliti membuat gambar besar, kemudian menganalisis kata-kata, lalu melaporkan informasi tentang subjek penelitian, dan melakukan penelitian di lingkungan alami.”

Penelitian kualitatif adalah pendekatan interpretatif dan naturalistik, yang didasarkan pada pengamatan dan interpretasi persepsi orang tentang peristiwa yang berbeda. Sifat pertanyaan penelitian memberikan dasar yang kuat untuk melakukan penelitian ini dengan pendekatan kualitatif seperti dalam studi kualitatif kita dapat mengeksplorasi dan menerangi fenomena, terutama berfokus pada jenis pertanyaan 'apa?' dan 'bagaimana?'. Identifikasi variabel bukanlah tugas yang mudah; dan harus dieksplorasi memberikan gambaran yang luas tentang topik yang diteliti. Salah satu alasan untuk melakukan penelitian

⁶¹Maelong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hlm. 6

ini melalui pendekatan kualitatif adalah untuk menyajikan pandangan rinci tentang topik dari perspektif karyawan yang telah menjadi sasaran pengawasan, serta pemahaman mereka tentang hal itu dalam pengaturan alami wawancara dan observasi. Pengumpulan data yang ekstensif dari berbagai sumber, adalah tulang punggung dari setiap penelitian kualitatif.⁶² Untuk alasan ini, peneliti telah mengumpulkan data melalui berbagai cara seperti tatap muka, wawancara, teks, dan lain-lain, itulah sebabnya peneliti memilih pendekatan kualitatif untuk melakukan presentasi riset.

Menurut sugiono penelitian kualitatif cocok digunakan apabila:

1. Apabila masalah didalam penelitian belum jelas, atau masih remang-remang. Metode kualitatif cocok digunakan pada kondisi tersebut, sebab apabila terjadi masalah peneliti akan langsung turun ke lapangan sehingga akan ditemukan solusinya.
2. Bila digunakan untuk memahami hubungan sosial. Hubungan sosial yang kompleks dapat diselesaikan melalui metode kualitatif oleh peneliti, termasuk observasi dan wawancara mendalam terhadap subjek yang diteliti.
3. Cocok digunakan dalam hal mengembangkan sebuah teori, khususnya teori yang didapatkan dari data-data lapangan.
4. Metode kualitatif tepat untuk memastikan keakuratan informasi sosial. Seringkali sulit untuk menentukan kebenaran data sosial menggunakan teknik pengumpulan data yang dipadukan dengan metode kualitatif. Dengan demikian, jika terjadi kesalahan pada salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan, maka teknik pengumpulan data lainnya dapat menggantikan teknik itu agar penelitian tetap berlanjut.⁶³

⁶²Shahid Khan, Qualitative Reseach Method – Phenomenology, *Journal Asian Social Science*, Vol. 10, No. 21 Oktober 2014, hlm. 300-301

⁶³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 57

Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah orang yang mengumpulkan data dari hasil mengajukan pertanyaan dalam wawancara secara pribadi atau kelompok, membuat pengamatan dan mencatat catatan, mungkin berpartisipasi dalam suatu peristiwa dan merenungkan partisipasi tersebut, atau mengambil foto. Kualitatif data penelitian biasanya data teks, narasi, dan cerita diceritakan oleh orang-orang tentang pengalaman mereka yang direkam secara digital, di tape, dalam film, atau dalam foto, atau dalam catatan yang diambil oleh peneliti. Data ini kemudian diperiksa secara deskriptif untuk diperhatikan kesamaan dan perbedaan data, kategori, pola, dan tema yang kemudian dideskripsikan dan terkadang ditafsirkan untuk memberikan deskripsi yang kaya tentang pengalaman yang dialami. Sandelowski pernah menulis bahwa desain deskriptif kualitatif memfasilitasi “ringkasan komprehensif dari suatu peristiwa yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari”⁶⁴

Pertanyaan penelitian, tentu saja, adalah elemen penting untuk menginformasikan semua aspek penelitian. Dalam deskriptif kualitatif pertanyaan yang diajukan biasanya merupakan pertanyaan sederhana yang menimbulkan tanggapan dalam batas-batas sempit untuk memfasilitasi analisis dan refleksi. Seringkali jawabannya berupa cerita tunggal yang menggambarkan pengalaman hidup seseorang. Misalnya, bagaimana seorang remaja menggambarkan pengalaman menggunakan hp sendiri dan membuat akun sosial media mereka?

Sampel untuk studi deskriptif kualitatif lebih mudah dicari daripada desain kualitatif lainnya. Para narasumber dalam jenis penelitian ini harus memiliki beberapa kualifikasi: Mereka telah mengalami fenomena yang diidentifikasi untuk penelitian; mereka harus dapat berkomunikasi dengan peneliti; dan mereka bersedia menceritakan kisah mereka.

⁶⁴Joan K. Magilvy and Eileen Thomas, hlm. 6

B. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer dan data sekunder:

- a. Data Primer

Data primer, yaitu data yang didapatkan langsung dari hasil penelitian lapangan melalui wawancara dengan beberapa narasumber. Data primer dengan kata lain yaitu data yang disiapkan oleh penulis untuk diberikan kepada sumber pertama atau objek pertama ditempat penelitian⁶⁵. Setelah penulis mengumpulkan hasil wawancara dari sumbernya, maka dikumpulkan dan dijadikan topik penelitian sebagai data primer.

Data primer biasanya bersifat spesifik karena disesuaikan oleh kebutuhan peneliti serta menggunakan prosedur yang paling sesuai dengan masalah penelitian. Pada setiap kesempatan pengumpulan data primer, data baru akan dikumpulkan agar dapat digunakan sebagai referensi oleh peneliti lain atau disebut data sekunder. Data tersebut dapat digunakan untuk: (1) deskripsi atribut kontemporer dan historis, (2) penelitian komparatif atau replikasi dari penelitian asli, (3) analisis ulang (menanyakan pertanyaan baru dari data yang awalnya tidak ditujukan), (4) desain penelitian dan kemajuan metodologi, dan (5) pengajaran dan pembelajaran.⁶⁶

- b. Data Sekunder

Apa itu data sekunder? Sederhananya, data sekunder adalah kumpulan data yang tidak diperoleh langsung oleh penulis, atau analisis yang lebih rinci dari data-data yang telah orang lain kumpulkankemudian digunakan sebagai referensi.⁶⁷ Dengan adanya data sekunder adalah guna melengkapi data primer,

⁶⁵Sugiyono, *Metodo Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2018), hlm. 456

⁶⁶Joop J. Hox and Hennie R. Boeije, Data Collection, Primary vs Secondary, *Journal Encyclopedia of Social Measurement*, Volume 1 tahun 2005

⁶⁷Fellipe Silva Martins, Julio Araujo Carneiro da Cunha, and Fernando Antonio Riberio Serra, Secondary Data in Research – Uses and Opportunities, *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, Vol. 7, No. 3, Sep/Dec. 2018, hlm. 2

melalui bantuan pihak kedua.⁶⁸ Adapun bentuk dari data sekunder misalnya dalam penelitian ini data didapat dari postingan–postingan di instagram, jurnal, majalah, artikel, berita yang berkaitan, dan lain-lain.

Memanfaatkan adanya informasi ini dapat menawarkan pilihan yang layak bagi peneliti yang mungkin memiliki waktu dan sumber daya terbatas. Analisis sekunder adalah latihan realitas yang menerapkan prinsip dasar penelitian yang sama seperti penelitian dengan data primer dan mencakup langkah-langkah yang harus diikuti seperti dalam metode penelitian apa pun. Proses analisis sekunder terletak pada pelaksanaan penelitian, bidang penelitian dan pertanyaan pilihan metode yang diikuti oleh peneliti. Metode penelitian tergantung pada bagaimana peneliti mengumpulkan, menganalisis dan menginterpretasikan bahan penelitian. Dalam analisis sekunder menggunakan metode secara sistematis yang menggunakan langkah-langkah tepat dan evaluatif dalam berjalannya proses penelitian.⁶⁹

2. Sumber Data

Sumber data yang sudah disiapkan dalam penelitian ini adalah menggunakan bantuan dari seorang informan atau narasumber, narasumber adalah orang yang memberikan segala informasi yang berkaitan dengan penelitian, karena informan tersebut berhungan secara langsung atau mempunyai pengalaman dengan apa yang menjadi subjek penelitian.⁷⁰ Penulis menggunakan beberapa informan guna mengetahui bagaimana manajemen dakwah di instagram @nuonline_id.

⁶⁸Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 39

⁶⁹Melissa P. Johnston, Secondary Data Analysis: A Method of which the Time Has Come, *Journal Qualitative and Quantitative Methods in Libraries (QQML)*, 3:619–626 tahun 2014

⁷⁰Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), hlm. 129

C. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini melihat postingan-postingan instagram @nuonline_id dan mewawancarai orang-orang yang terkait dalam proses penulisan. Kantor pusatnya terletak di Jl. Kramat Raya 164, Gedung PBNU, Lt. 5, Jakarta, Indonesia. Waktu pelaksanaan dimulai pada bulan Oktober 2022.

D. Subjek & Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian menjadi sumber utama dalam penelitian yang sangat dibutuhkan, karena jika tidak ada subjek maka penelitian tidak berjalan. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah narasumber dan berbagai data yang hendak diteliti, yaitu informasi dari admin atau editor atau staff manajemen instagram @nuonline_id serta data-data lainnya seperti jurnal, struktur organisasi dan lain-lain. Narasumber dalam penelitian ini adalah Bapak Ahmad Naufa Khoirul Faizun sebagai admin dan Bapak Ahmad Mundzir sebagai manajer.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan titik fokus dalam sebuah penelitian. Objek dalam penelitian disini adalah fungsi-fungsi manajemen dakwah yang dilakukan oleh instagram @nuonline_id.

E. Teknik Pengumpulan Data

Lexy J Moelong mengatakan bahwa para peneliti kualitatif cara mengumpulkan datanya yaitu dengan menuliskan informasi yang terkumpul dari informan yang berupa kata-kata dari tulisan atau secara lisan kemudian ditulis dalam bentuk deskriptif. Pentingnya metode pengumpulan data ini, karena informasi yang dikumpulkan akan digunakan dan penjelasannya dapat memberikan gambaran metodologi apa yang akan digunakan serta hasil pendekatan analitisnya.

Beberapa metode yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan sengaja dan terencana melalui penglihatan, pengamatan terhadap peristiwa-peristiwa yang terjadi.⁷¹ Peneliti sebelum melakukan observasi, terlebih dahulu sudah membuat rencana-rencana apa yang akan dilakukan selama proses observasi, misal, sebelum mengobservasi peneliti sudah menentukan target yang akan menjadi titik fokus pengamatan, kemudian peneliti melakukan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung. Dari hasil observasi penelitian ini, penulis dapat menarik kesimpulan tentang peristiwa, tempat, pelaku dan lain-lain yang dapat memberikan informasi yang realistis. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi non partisipan karena peneliti tidak mengikutsertakan diri dalam proses manajemen dakwah instagram @nuonline_id.

2. Wawancara

Wawancara dapat dikatan sebagai sebuah teknik dalam mencari data yang dilakukan dengan menjalin interaksi komunikasi secara langsung dengan subjek, responden atau informan.⁷² Wawancara digunakan untuk mengumpulkan informasi dari individu satu ke individu lainnya, menggunakan serangkaian yang telah ditentukan pertanyaan atau serangkaian bidang minat. Wawancara sering direkam dan ditranskripsi. Mereka bisa menjadi terstruktur atau tidak terstruktur; mereka bisa mengikuti naskah yang ditulis dengan ketat yang meniru survei atau menjadi terinspirasi oleh serangkaian pertanyaan longgar yang mengundang orang yang diwawancarai untuk mengekspresikan diri mereka lebih bebas. Pewawancara perlu secara aktif mendengarkan dan bertanya, menyelidiki, dan meminta lebih lanjut untuk mengumpulkan data yang lebih kaya.

⁷¹A. Rifqi Amin, *Sistem Pembelajaran Pendidikan Agama Islam pada Perguruan Tinggi Umum*, (Yogyakarta: Deepublish, 2014), hlm. 125

⁷²Yatim Riyanto, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Surabaya: Penerbit SIC, 2010), hlm. 8

Penulis melakukan wawancara secara mendalam, untuk memperoleh hasil wawancara yang yang baik alangkah baiknya mengabadikan dengan merekam atau menggunakan pesan. Tujuan dari wawancara yaitu untuk mendapatkan informasi dari narasumber yang terpercaya. Dalam menelitian ini, peneliti mewawancarai Bapak Ahmad Naufa Khaoirul Faizun sebagai penyelia/editor dan Ibu Putri Hidayani sebagai admin instagram.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara memperoleh informasi atau data berupa foto, arsip, buku atau tokoh tertulis berupa laporan dan data penunjang penelitian.⁷³ Dalam penelitian ini, dokmentasi diperoleh dari postingan-postingan instagram @nuonline_id mengenai manajemen dakwahnya.

F. Teknik Analisis Data

Menurut seorang ahli yang bernama Patton yang dimaksud analisis data, yaitu proses yang dilakukan untuk mengelompokkan urutan data, mengelompokkannya ke dalam pola, kategori, dan deskripsi dasar yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.⁷⁴ Menurut ahli lainnya, Noeng Muhadjir, beliau mengungkapkan bahwa konsep analisis data adalah usaha mencari catatan-catatan biasa atau catatan hasil wawancara, dan kemudian disusun untuk menambah pengetahuan peneliti tentang kasus yang sedang diselidiki secara detail dan berbagi informasi dengan orang lain.⁷⁵ Tujuan dari analisi data adalah diharapkan agar seorang peneliti mendapatkan makna dari hubungan setiap variable sehingga dapat menjawab masalah yang ada dalam penelitian. Analisis data hanyalah proses mengubah data

⁷³Sugiyono, *Metodo Penelitian Kuantitatif*, hlm. 476

⁷⁴Lexy J. Meolong, *Metode penelitian Kualitatif*, hlm. 103

⁷⁵Ahmad Rijali, Analisis Data Kualitatif, *Jurnal Alhadharah*, Vol. 17 No. 33 Januari – Juni 2018

yang dikumpulkan menjadi informasi yang bermakna.⁷⁶ Dibawah ini beberapa cara untuk mendapatkan analisis data dalam penelitian⁷⁷:

1. Reduksi Data

Langkah pertama dapat dilakukan dengan cara reduksi data. Informasi direduksi dengan cara meringkas dan memilih mana informasi yang dianggap penting dan informasi yang tidak penting sesuai dengan topik penelitian. Tujuan reduksi data yaitu digunakan untuk menyederhanakan data yang sudah terkumpul selama menggali informasi dan data dari sumber data. Data ini didapat dari hasil wawancara, survey, pengamatan langsung ke lapangan dan sebagainya.

Data yang sudah didapat kemudian dikumpulkan menjadi beberapa kelompok, yaitu kelompok tidak penting, kurang penting, dan sangat penting. Data yang kurang penting tersebut dapat langsung dibuang oleh peneliti, sedangkan data yang masuk dalam kelompok kurang penting dipilih lagi sehingga peneliti menyisakan data yang bersifat sangat penting. Pengelompokan data guna memudahkan peneliti sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan dapat mewakili semua data yang ada, sehingga menjadi informasi yang jelas dan dapat menjawab suatu permasalahan.

2. Penyajian Data

Setelah menyelesaikan tahap pertama, tahap yang kedua yaitu penyajian data. Penyajian data dilakukan agar peneliti melihat keseluruhan data yang sudah terkumpul. Pada tahap ini penulis berusaha untuk mengelompokkan dan menyajikan data sesuai dengan objek kajian. Bentuk penyajian data pun beragam dapat disajikan dalam bentuk grafik, tabel, teks atau lainnya, sehingga data tersebut dapat tersampaikan kepada orang lain dengan mudah. Proses penyajian data diperlukan dalam penelitian kualitatif kerana digunakan untuk

⁷⁶Hamed Taherdoost, Different Type of Data Analysis; Data Analysis Methods and Technique in Reseach Projects, *Journal International Journal of Academic Research in Management*, Vol. 9 No. 1, 2020

⁷⁷Ahmad Rijali, Analisis Data Kualitatif, *Jurnal Alhadharah*, Vol. 17, 2018, hlm. 58

menampilkan kumpulan data dengan rapi, sistematis, terorganisir dan sebagainya. Sehingga data yang ditampilkan bukan data mentah namun data yang memudahkan pembaca lain.

3. Menarik Kesimpulan

Tahap terakhir dari analisis data kualitatif yaitu menarik kesimpulan, disini peneliti akan memberikan kesimpulan sesuai dengan apa yang peneliti dapatkan saat proses penelitian. Data yang sudah diambil seperti postingan–postingan instagram, hasil wawancara, dan lain-lain, akan dijadikan kesimpulan yang lebih jelas. Proses menarik kesimpulan dapat terlaksana apabila semua data yang banyak disederhanakan kemudian disusun, dapat menggunakan bantuan media tertentu.



BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perjalanan NU Online

1. Sejarah Berdirinya Media NU dan Instagram @nuonline_id

Memasuki tahun 2000an teknologi dunia berkembang dengan sangat pesat. Mulai dari kebutuhan sehari-hari sampai pembelajaran pun tak lepas dari teknologi. Sehari-hari kita disandingkan dengan teknologi, mulai dari *handphone* hingga peralatan yang ada didapur pun ada yang menggunakan teknologi. Inilah salah satu yang menjadi tantangan bagi orang-orang yang menyebarkan ilmu keagamaan (da'i) untuk dapat berbaur mengikuti perkembangan zaman, guna menyampaikan ilmu yang mudah diterima oleh kalangan masyarakat. Dimana masyarakat yang kian sibuk berurusan dengan dunia dan berpikiran maju agar tidak lalai melaksanakan kewajibannya sebagai hamba Allah swt.

Nahdlatul Ulama (NU) merupakan salah satu organisasi masyarakat besar di Indonesia. Sejak berdirinya, NU menjadi salah satu pelopor sejarah kemerdekaan bangsa ini, karena para ulama NU beserta santri-santrinya membantu dalam perjuangan melawan penjajah saat itu. Seiring berjalannya waktu, NU mulai dikenal oleh lebih banyak orang sehingga dibuatlah program atau strategi pengenalan NU. Pada masa itu menggunakan media masa khususnya media cetak menjadi alternatif yang dapat menyampaikan atau mendapatkan informasi. Mulailah dari sini perjalanan media massa NU. Banyak media cetak yang didirikan oleh NU dan mengalami perkembangan, namun sangat disayangkan, media-media yang didirikan NU tidak dapat bertahan lama dan tidak ada tindak lanjut yang jelas. Beberapa media cetak yang pernah diterbitkan oleh NU sebagai berikut:

- a. Setelah NU berdiri selama satu tahun, NU menerbitkan majalah bulanan bernama *Swara Nahdlatuel Oelama* yang menggunakan aksara Pegon atau bahasa Jawa. Hal ini dimaksudkan karena target audiensnya telah disesuaikan dengan latar belakang kalangan santri, namun pada saat penulisan iklan di majalah ini ditulis menggunakan huruf Latin dan Melayu. Direktur pertama surat kabar ini adalah H. Hasan Gipo yang juga merupakan Presiden Tanfidziyah Hoofdbestuur Nahdlatuel Oelama. Beliau dibantu oleh Ahmad Dahlan Bin Muhammad Ahid sebagai anggota.⁷⁸ Majalah inilah yang menjadi pelopor media-media cetak NU lainnya.
- b. Selanjutnya terbitlah majalah *Oetoesan Nahdlatuel Oelama* (ONO), dikatakan bahwa majalah ini terbilang unik karena awalnya dalam pemberitaan majalah ini akan menggunakan bahasa jawa, namun ternyata setelah dicetak majalah ini menggunakan bahasa melayu atas usulan dari berbagai pihak untuk mengganti bahasa yang akan digunakan. Diketahui surat kabar ini diterbitkan sampai tahun 1930.
- c. Berita *Nahdlatuel Oelama*, majalah ini dipimpin oleh salah satu tokoh NU yaitu Machfoed Shiddiq yang diterbitkan pada tahun 1931. Majalah inipun juga tidak berjalan begitu lama, arsip terakhir yang ditemukan yaitu pada tanggal 1 Februari 1937.
- d. *Soeloeh Nahdlatuel Oelama*, pertama kali diterbitkan pada bulan April tahun 1941 yang berkantor di Tebuireng Jawa Timur. Majalah ini berisi tentang keorganisasian dan pemberitaan mengenai madrasah.
- e. Media cetak NU juga terus berkembang bahkan setelah Indonesia merdeka. Hal ini ditunjukkan NU menerbitkan majalah pada tahun 1955 yaitu Duta Masyarakat. Surat kabar ini digunakan untuk kegiatan kampanye partai NU, karena NU sendiri telah keluar dari

⁷⁸<https://www.nu.or.id/fragmen/swara-nahdlatuel-oelama-pelopor-pers-nu-dLtA3>, diakses pada tanggal 1 Desember 2022

Masyumi pada tahun 1952 untuk mendirikan partai politik sendiri. Diharapkan surat kabar ini menjadi peluang NU dalam bidang permedias, namun sayangnya surat kabar ini pun tidak bertahan lama karena kurangnya perhatian dari masyarakat. Edisi terakhir yang diterbitkan surat kabar ini tertanggal 30 Oktober tahun 1971.

- f. Pada tahun 1985 NU secara resmi menerbitkan tabloid yang bernama Warta NU. Kemunculannya terbilang cukup berhasil, terbukti dengan keberadaannya yang populer dikalangan masyarakat dan penerbitannya cukup lama. Berkat keberhasilan media cetak inipun NU menghasilkan penulis-penulis yang handal. Namun, akhirnya pada tahun 2005 Warta NU sudah tidak menerbitkan edisi lagi.⁷⁹
- g. Jurnal *Tashiwirul Afar* adalah jurnal yang diterbitkan pada tahun 1997 saat terjadi Mukhtamar di Cipasung. Jurnal inilah satu-satunya jurnal resmi NU yang masih terbit dan beredar luas di masyarakat.

Itulah beberapa media massa yang pernah diterbitkan oleh NU. Namun sangat disayangkan perjalanan media cetak NU tidak bisa bertahan lama di lingkungan masyarakat, hal inilah yang menjadi perbincangan warga NU untuk membuat inovasi baru menerbitkan media masa yang dapat bertahan lama dan mengikuti zaman. Setelah melalui beberapa perbincangan, ketua PBNU pada saat itu mempertimbangkan pembentukan media massa digital. Menurutnya, mengandalkan majalah dan koran saja tidak cukup untuk menyampaikan informasi secara efektif apalagi jika informasi tersebut bersifat penting, mengingat NU sudah menjadi organisasi yang besar.

Menindaklanjuti permasalahan yang menjadi hambatan pada media cetak NU, pada Mukhtamar NU ke-30 pada tahun 1999 di Lirboyo,

⁷⁹Fahrudin Hasan Aziz, Modernisasi Media Massa Nahdlatul Ulama: Studi Kasus NU Online Tahun 2003-2018, *Historical Studies Journal*, Vol. 3, No. 02 tahun 2021

usulan pembentukan media massa digital disetujui oleh petinggi-petinggi NU. Website tersebut diluncurkan pada tanggal 11 Juli 2003 di Florres Room Hotel Borrobudur Jakarta dengan dihadiri oleh sekitar 1500-an orang dari berbagai kalangan, seperti kyai, politisi, manteri, aktivis organisasi, pejabat daerah dan hingga beberapa masyarakat umum. Peresmian website dilakukan oleh pengasuh pondok pesantren Al-Hikam Malang yaitu KH. Hasyim Muzadi yang merangkap menjabat sebagai ketua PBNU, beliau menekan tombol laptop untuk menandakan bahwa website NU Online sudah dapat diakses. Setelah resmi dibentuk, informasi atau berita yang pertama kali menghiasi beranda NU Online adalah informasi mengenai organisasi dan kegiatan acara pada dilakukan oleh NU. Awalnya NU Online memang mengalami masa kesulitan dikarenakan kurangnya tenaga ahli teknologi dan kurangnya fasilitas pada saat itu.

Dilihat dari perjalanan NU Online, website ini mengalami perkembangan yang peneliti bagi menjadi tiga periode, yaitu; pertama, periode tahun 2003-2005. Ini adalah awal mula berdirinya NU Online, dimana masa awal-awal adalah masa yang penting karena dijadikan pondasi yang akan menentukan kelanjutan dari perkembangan NU online. Perekrutan anggota pada periode ini kebanyakan diisi oleh pemuda-pemudi NU, melalui pertimbangan memanfaatkan jiwa semangat anak muda yang kala itu media digital memang diminati banyak anak muda. Langkah awal yaitu pembentukan struktur organisasi, dan diputuskan yang menjadi pemimpin pertama NU Online adalah Abdul Mun'im DZ serta didampingi oleh beberapa rekan kerja yang ikut andil dalam pembentukan NU Online. Langkah selanjutnya yaitu melakukan pengadaan berbagai fasilitas penunjang, infrastruktur yang memada'i juga sangat penting untuk keberlangsungan berjalannya suatu media massa, gedung atau kantor pertama NU Online adalah bertempat di Surabaya, Jawa Timur. Peningkatan lainnya yang dilakukan NU online tahap awal adalah

dengan menyajikan berbagai kolom berita sehingga dilakukan penambahan kontributor untuk menulis berbagai berita. Akhir dari perjuangan periode awal pada tahun 2005 adalah NU Online mendapatkan penghargaan sebagai media massa berbasis online terbaik di Indonesia versi Majalah Aktif kategori sosial dan kemasyarakatan.

Periode kedua pada tahun 2006 sampai tahun 2009. Pada periode ini dilakukan perombakan pada struktur organisasi, namun Abdul Mun'im masih diberikan kepercayaan untuk menjabat lagi sebagai ketua NU Online karena beliau mampu membawa rekan-rekannya berjuang dan mendapatkan kemajuan yang besar pada NU Online. Maraknya *smartphone* pada tahun 2007 membuat jumlah pengunjung pada web NU Online meningkat dengan sangat pesat. Banyak orang juga yang sudah mempunyai media sosial sehingga membuat NU online pun mudah untuk melakukan promosi. Penyampaian informasi pun menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat, karena NU Online memberikan informasi berdasarkan apa yang terjadi dan tidak menyebarkan kebencian. Periode ketiga terjadi pada tahun 2010-sekarang. Pada periode ini terjadi persaingan dengan media-media serupa yang dibentuk oleh ormas lainnya. Hal inipun menjadikan NU Online untuk terus menerus meningkatkan kualitas websitenya, dengan tetap memegang visi misi yang sudah dibangun. Sampai saat ini NU Online sudah memiliki berbagai macam kanal dalam websitenya, seperti kanal warta berisi tentang berita daerah, nasional sampai internasional yang berhubungan dengan NU atau agama Islam, kanal keislaman yang berisi tentang ajaran Islam dalam lingkupan *Ahlussunnah wal jamaah*, kanal hikmah, kanal khutbah, kanal tausyiah, kanal tokoh, dan lain-lain. Kini website NU online sudah berdiri selama 19 tahun dengan perjalanan yang luar biasa.

Instagram @nuonline_id merupakan kelanjutan dari media web yang dimiliki oleh (www.nu.or.id). Instagram mulai populer di

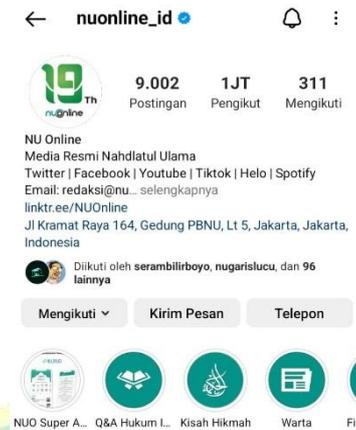
Indonesia pada tahun 2015-an. Sebelumnya NU Online sudah mempunyai media sosial seperti facebook dan twitter, maka dari itu NU Online juga membuat akun instagram untuk menyebarkan dakwah dengan mengikuti perkembangan dan apa yang diminati oleh masyarakat pada saat itu. Dengan harapan dapat memberikan pelayanan yang mudah dan terjangkau bagi masyarakat yang ingin mendapatkan informasi tentang NU dan agama Islam. Lalu saat ini NU Online juga bekerjasama dengan hello, spotify, dan yang terbaru adalah tiktok. Akun instagram @nuonline_id dibuat pada bulan Februari tahun 2016 dengan postingan pertama pada tanggal 14 Februari 2016 berupa quotes dari KH. A. Mostofa Bisri (Gus Mus).



*Gambar 2. Tampilan postingan pertama instagram @nuonline_id
(Sumber: dokumen pribadi peneliti, screenshot)*

Pembukaan untuk resminya akun @nuonline_id adalah dengan kata mutiara yang pernah diucapkan oleh Gus Mus, beliau mengingatkan kita untuk tidak berburuk sangaka, agar tidak sombong, dan agar dapat mengendalikan amarah. Dengan seiring berjalannya waktu hingga kini instagram @nuonline_id sudah mendapatkan pengikut sebanyak 1 juta *followers* dan ribuan postingan mengenai keislaman. Bukan hal yang mudah untuk mendapatkan pengikut yang begitu banyak, untuk tetap menjaga eksistensinya @nuonline_id

selama bertahun-tahun tetap konsisten untuk terus mengunggah postingan-postingan yang membangun.



*Gambar 3. Tampilan instagram @nuonline_id terbaru
(Sumber: dokumen pribadi peneliti. Screenshot)*

Tujuan adanya instagram @nuonline_id adalah untuk menyebarkan dakwah Islam dengan melihat kebutuhan masyarakat. Modernisasi yang terjadi mengharuskan NU memiliki akun instagram agar tidak ketinggalan zaman. Masyarakat saat ini apalagi masyarakat madani memang lebih suka pada hal yang praktis agar dapat dilakukan barengan dengan pekerjaan yang lain.

2. Lokasi Kantor NU Online

Lokasi kantor instagram @nuonline_id terletak di gedung PBNU Jl. Kramat Raya 164, Gedung PBNU, Lt. 5, Jakarta, Jakarta Pusat, Indonesia.

3. Visi dan Misi NU Online

Visi

Menjadi penyedia informasi ke-NU-an dan keislaman yang menyejukkan dan terpercaya.

Misi

- 1) Menjadi pilihan pertama untuk memperoleh informasi ke-NU-an dan keislaman yang terpercaya.

- 2) Menghasilkan informasi yang menyejukkan dan mendorong sikap keagamaan yang berkeadilan, moderat, dan menghargai keberagaman.
- 3) Menghasilkan produk informasi yang berkualitas.
- 4) Menjadi ruang untuk mengembangkan sikap profesionalitas yang tinggi disertai semangat berkhidmah untuk umat dan bangsa.

4. Struktur Organisasi NU Online

- **Manajer** : Ahmad Mundzir
- **Penyelia Media Sosial** : Ahmad hanan, Ahmad Naufa Khoirul Faizun, Putri Handayani
- **Desainer** : Aceng Dartta
- **Fotografer** : Suwitno
- **Videographer** : Agung Setyo Utomo, Ahmad Ghozali Husain, Faisal Hary Hakim, M. Kholilur Rohman, Moh. Irfan, Muhammad Syarif Hidayat, Nana Rismana, Rezi Ahmad, Saiful Amar

5. Tema-tema dakwah dalam akun instagram @nuonline_id

a. Do'a/ shalawat

Unggahan NU Online yang pertama ada do'a-do'a harian atau shalawat. Dalam postingannya tidak selalu do'a-do'a khusus seperti do'a gerhana, do'a lailatul qodr, dan lain-lain. Dalam unggahan tersebut dijelaskan pula kandungan beserta pembahasan ringan bisa berupa kutipan Al-Qur'an maupun Hadist Nabi. Sholawat munjiyat itu sendiri adalah "shalawat penyelamat". Penamaan bacaan shalawat di atas tidak terlepas dari kronologi 'asal usul' shalawat tersebut, yang bermula dari sebuah peristiwa yang dialami oleh salah satu orang 'arif.

Shalawat munjiyat juga banyak tercantum dalam wirid-wirid dan hizib-hizib yang banyak dipraktekkan di banyak pondo pesantren. Hal ini menunjukkan betapa luar biasanya keutamaan membaca shalawat munjiyat. Namun akan lebih afdhal jika dalam mengamalkan shalawat munjiyat atas petunjuk dari seorang guru (mujiz) yang mengarahkan kita untuk mengamalkan membaca shalawat munjiyat, agar kadar bacaan yang kita amalkan dapat lebih efektif dan tepat.



Gambar 4. Contoh tema do'a/ shalawat
(Sumber: dokumen pribadi peneliti. Screenshot)

b. Quotes

Quotes adalah kata yang diambil dari buku, teks, atau pidato dari seseorang. Salah satu quotes atau kata mutiara yang diunggah oleh instagram @nuonline_id yaitu “Dzikir itu dahsyat sekali. Bisa membuat hati yang goyah, yang tidak tenang, bahkan yang kufur pun bisa lunak dan akhirnya sadar.” –KH. Miftachul Akhyar-. Beliau merupakan seorang ulama yang hingga saat ini masih menjabat sebagai Rais ‘Aam Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) atau sebagai pemimpin tertinggi dalam organisasi NU

sejak tahun 2018. Beliau juga pernah menjabat sebagai Ketua Umum Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tahun 2020.



*Gambar 5. Contoh tema quotes
(Sumber: dokumen pribadi peneliti. Screenshot)*

c. Infografis

Infografis adalah sebuah postingan yang berisi visualisasi, grafik, dan ada tambahan sedikit teks sebagai keterangan yang digunakan agar memudahkan para pembacanya. Instagram @nuonline_id menyajikan infografis untuk menarik orang-orang untuk melihat, dengan visual gambar yang bagus tanpa sadar orang akan melihat dan membaca. Salah satu contohnya adalah informasi seperti gambar dibawah, *Shalat Rebo Wekasan* yaitu hari rabu terakhir pada bulan Shafar dalam kalender hijriyah. Shalat tersebut dilakukan untuk usaha meminta do'a kepada Allah agar bisa menjauhkan dirinya dari segala penyakit dan musibah. Kebanyakan orang akan lebih tertarik membaca hal-hal yang penjelasannya jelas dan mudah dipahami dibandingkan dengan harus membaca satu halaman penuh. Maka dari itu, membuat infografis dibutuhkan keahlian dan kreativitas yang tinggi.



Gambar 6. Contoh tema infografis
(Sumber: dokumen pribadi peneliti. Screenshot)

d. Video

Selanjutnya ada unggahan video, dalam instagram ada fitur yang dapat membagikan sebuah video bernama reels. Banyak tema pembahasan yang menggunakan video diunggah oleh NU Online seperti pentingnya akhlak terpuji, kisah-kisah wali, shalat, dan lain-lain. Contoh dibawah ini temanya yaitu tentang rencana perjalanan hidup yang Allah berikan kepada manusia. Berikut cuplikannya: *“Allah selalu punya cara untuk membuat hamba-Nya menangis dan tertawa. Boleh jadi kau sedang menangis, tapi sedetik kemudian Allah membuatmu tertawa dengan cara-Nya. Bisa jadi kau sedang tertawa, sejurus kemudian kau menangis tersedu-sedu oleh cara-Nya. Bukti tak ada yang abadi di dunia. Maka, ikuti alurnya saja”*. - Gus Baha



Gambar 6. Contoh tema video
(Sumber: dokumen pribadi peneliti. Screenshot)

e. Kartun atau Karikatur

Kartun atau karikatur bukan hal yang asing bagi masyarakat. Kita sering melihat di televisi yang kebanyakan menceritakan kisah anak-anak. Karikatur merupakan sebuah seni menggambar yang dapat menyerupai makhluk hidup, contohnya manusia. Di bawah ini merupakan contoh karikatur dari seseorang yang mengajak untuk bangkit usai pandemic covid-19 agar anak cucu kita dapat menikmati warisan alam.

“Usai pandemi menghantam nilai sosial kebersamaan masyarakat yang lebih padu menjadi normative baru yang fardu untuk dikembang-biakan. Semangat voluntarisme sebagai ibadah bergerak untuk memperkuat tangkai dan akar yang kelak dituai sebagai warisan bumi kepada anak serta cucu-cucunya. Dengan begitu, merawat jagat adalah merawat masa depan.” –NU Online



*Gambar 7. Contoh tema kartun
(Sumber: dokumen pribadi peneliti. Screenshot)*

f. Berita

Dalam unggahan instagram @nuonline_id akan ada postingan mengenai berita-berita terkini tentang apa yang sedang terjadi atau viral. Dalam unggahan instagram tidak memberikan keterangan secara jelas, dalam unggahan instagram hanya akan di perlihatkan gambar sampul berita dan judul saja. Biasanya dalam satu unggahan akan ada beberapa berita, mengenai keterangan lengkapnya nanti akan diarahkan ke website NU Online (www.nu.or.id) melalui link. Berita tersebut merupakan hasil dari para jurnalis NU yang tersebar di seluruh Indonesia. Numun, isi berita dalam web NU hanya berita yang berhubungan tentang keagamaan dan kegiatan organisasi. Contohnya, seperti pada gambar dibawah yaitu kegiatan yang dilakukan organisasi NU Malang melakukan kegiatan relawan di Kanjuruhan atas tragedi saat acara pertandingan sepak bola, dengan mendirikan posko untuk membantu mencarikan orang hilang dan bantuan lainnya.



Gambar 8. Contoh tema berita
(Sumber: dokumen pribadi peneliti. Screenshot)

B. PEMBAHASAN

Masyarakat saat ini merupakan era modern yang ditandai dengan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Ada banyak hal dalam bidang teknologi media sosial, salah satu media sosial yang paling banyak digunakan adalah instagram. Instagram merupakan media sosial yang dapat digunakan oleh semua kalangan usia, mulai dari anak-anak hingga lansia, karena instagram cukup mudah digunakan dan memiliki banyak fitur. Salah satu cara berdakwah untuk menyesuaikan masyarakat saat ini adalah ikut serta dalam perkembangan zaman dengan memanfaatkan media sosial. Untuk mendapatkan pencapaian dakwah agar berjalan dengan lancar berdasarkan tujuan maka dibutuhkan sebuah pengaturan yang sesuai dengan fungsi-fungsi manajemen, yang mana dibutuhkan sarana atau alat bantu pada aktivitas dakwah yang berlangsung. Pengaturan diamambil dari kata *dabbara* (dalam bahasa arab) yang artinya mengatur, hal ini terdapat pada firman Allah Swt, yang artinya:

“Dia mengatur urusan langit ke bumi, kemudian (urusan) itu naik kepadanya dalam satu hari yang kadarnya adalah seribu tahun menurut perhitunganmu” (As-Sajdah: 05).⁸⁰

Berdasarkan ayat di atas, hakikatnya adalah Allah SWT adalah pengatur (al-mudabbir/pengelola) alam, keteraturan alam semesta merupakan kesaksian atas kebesaran Allah dalam mengatur alam semesta. Akan tetapi, karena manusia telah diangkat sebagai khalifah (pemimpin) di muka bumi, maka manusia harus menguasai dan mengatur bumi dengan sebaik-baiknya.⁸¹ Dikatakan bahwa Allah memperlihatkan kehendaknya dengan mengatakan bahwa manusia pun dapat menjadi pemimpin dan memberikan kepercayaan kepada manusia lainnya untuk menjadi pemimpin di dunia, dengan cara mengikuti aturan Allah agar semua rencana yang tersusun dipermudahkannya oleh Allah.

Dalam proses manajemen tidak pernah lepas dari unsur-unsur manajemen, karena apabila tidak adanya unsur yang mendukung maka proses manajemen akan terjadi kendala. Adapun fungsi-fungsi manajerial yang dilakukan oleh instagram @nuonline_id:

1. Perencanaan

Perencanaan merupakan bagian penting dalam berbagai kegiatan berupa menampung segala sesuatu yang berhubungan dengan pekerjaan untuk mencapai target atau tujuan yang optimal. Perencanaan adalah langkah awal dari setiap tindakan, yang menentukan strategi bagaimana mencapai hasil maksimal dari tindakan tersebut. Perencanaan menentukan segala tindakan dan sumber daya untuk mencapai target atau tujuan. Langkah awal untuk melakukan perencanaan adalah menentukan tujuan dari apa yang akan dicapai. Jika tidak adanya perencanaan suatu tujuan itu tidak akan atau sulit untuk tercapai, karena mereka berjalan tidak sesuai dengan arah.

⁸⁰Al-Qur'an Karim

⁸¹Selvina Haniva, “Manajemen Dakwah Ustadz Adi Hidayat pada Akun Instagram @adhihidayatofficial”, *Skripsi*, (Banjarmasin, UIN Antasari, 2021), hal. 19

Menurut Islam proses perencanaan tidak hanya penting, namun sangat dianjurkan, hal ini bahkan sudah Allah contohkan dalam firman-Nya bahwa Allah menciptakan bumi dan langit dan apa yang ada antara keduanya tanpa hikmah atau pelajaran, maka bagi orang-orang yang beranggapan bahwa penciptaan itu sia-sia adalah orang-orang yang kafir.⁸² Di surah lain, Allah berfirman bahwa ketika manusia ingin membuat rencana, alangkah baiknya melihat keadaan atau situasi dan kondisi di masa lalu, masa kini, dan prediksi masa depan. Perencanaan merupakan kegiatan awal dalam sebuah kesuksesan. Menurut Al-Qur'an, kesuksesan yang harus dicapai manusia adalah kesuksesan di dunia dan di akhirat, jadi manusia harus merencanakan sesuatu dari sudut pandang kedua alam tersebut. Lebih jauh lagi, al-Qur'an menjelaskan bahwasannya dengan membuat perencanaan manusia harus memikirkan bukan untuk diri sendiri saja namun untuk kebahagiaan orang lain. Kesuksesan dan kebahagiaan disini berarti tim pengelola akun @nuonline_id berhasil memberikan ilmu yang bermanfaat bagi masyarakat luas dan menyebarkan kebahagiaan dalam postingan-postingan yang positif.

Dalam proses postingan @nuonline_id pun tidak lupa tim untuk menyiapkan rencana-rencana apa saja yang bisa mendukung lancarnya kegiatan dakwah. Seperti dalam wawancara dengan salah satu narasumber:

“mungkin tahun 2020an atau awal 2021 kita fokus ke tutorial yang memang targetnya itu muslim kota. Karena kalau akun-akun NU yang lain kan banyak rata-rata itu masih pengajian dan lain sebagainya. Sedangkan tutorial ibadah misalnya pakai mukena itu belum ada, kalau masyarakat santri itu pasti sudah tahu, tapi kalau masyarakat kota hal-hal seperti itu penting. Jadi kita fokus kesitu si tutorial sama *sowan*.”⁸³

⁸²Tafsir QS. Shad ayat 27

⁸³Hasil wawancara dengan Penyelia Media Sosial/Admin, Bapak Ahmad Naufa Khoirul Faizun, Minggu, 30 Oktober 2022. Pada pukul 16.00 – 18.00 WIB, di kantor PBNU Lt. 5 yang beralamat di jl. Kramat Raya 164, Jakarta, Indonesia.

Dari hasil wawancara diatas, pihak intagram @nuonline_id itu sudah menentukan rencana pada tahun 2020 untuk lebih fokus kepada postingan yang mengajarkan tata cara-tata cara dalam beribadah, karena pusat sasarannya adalah orang-orang yang tinggal di kota. Mengajak mereka untuk lebih tahu beribadah yang sesuai dengan syariat Islam berhaluan *ahlussunah wal jam'ah*. Tidak hanya tahu materinya saja namun ada pembelajaran dan contoh praktik dalam postingan tersebut. Berikut penjabaran perencanaan apa saja yang digunakan @nuonline_id dengan melibatkan unsur manajemen:

- a. Unsur pertama yang kita butuhkan dalam proses manajemen adalah *Man* (manusia/tenaga kerja). Keberadaan manusia adalah untuk membuat dan menjalankan tujuan tersebut. Dalam perumusan perencanaan yang dilakukan oleh tim instagram nu online adalah semua anggota yang tergabung dalam organisasi nu online khususnya tim konten kreatif.
- b. Selanjutnya adalah *Material* (materi yang disiapkan untuk mencapai tujuan). Dalam proses dakwah nu online materi yang direncanakan adalah apa yang akan da'i sampaikan kepada penonton untuk belajar agama Islam. Seperti contoh pada gambar dibawah ini, pemateri menyampaikan apa sih makna dari mahalul qiyam itu? Sebelum memulai video, tim dan pemateri akan melakukan *briefing* terlebih dahulu dan melakukan riset agar apa yang nantinya disampaikan oleh pemateri itu adalah fakta bukan sesuatu yang mengada-ada dan melalui riwayat yang dapat dipercaya. Durasi dalam fitur reels di intagram kini selama 90 detik, sehingga dalam penyampaian materipun dibuat sepraktis dan senyaman mungkin agar penonton itu tidak bosan untuk mendengarkannya. Materi yang diunggah dalam instagram nu online itu berisi tentang doa/sholawat, fiqih, amalan sehari-hari, dan lain-lain.



Gambar 9. Contoh unggahan tema mauled nabi
(Sumber: dokumen pribadi peneliti. Ss)

- c. *Machine* (alat atau fasilitas yang digunakan untuk memperlancar kegiatan). Menyiapkan properti dan fasilitas di lokasi yang akan digunakan untuk pembuatan konten. Pada unggahan dibawah karena untuk acara shalawatan sehingga disediakan tim hadrah. Sudah sepantasnya tim menyiapkan apa-apa saja yang dibutuhkan oleh pengisi agar pesan dakwah tersampaikan kepada penonton.



*Gambar 10 & 11. Contoh unggahan @nuonline_id
(Sumber: dokumen pribadi peneliti. Ss)*

- d. Menentukan biaya (*Money*) yang dikeluarkan. Pengeluaran dalam perencanaan juga diperlukan, guna membeli alat-alat, membayar pembicara dan para tenaga ahli.
- e. *Method* atau metode adalah cara untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Melihat dari objek penelitian yang penulis tuju yaitu instagram nu online. Maka metode yang mereka gunakan adalah menggunakan metode audiovisual dengan mengunggah foto dan video di instagram.
- f. Merencanakan target atau mad'u yang akan menerima pesan dakwah dari postingan instagram nu online (*Market*). Dari hasil wawancara dibawah ini, sasaran dakwah yang direncanakan oleh tim nu online adalah untuk seluruh masyarakat Indonesia yang beragama Islam, khususnya masyarakat yang tinggal diperkotaan.

“kita itu harus pinter-pinter ya dalam memulai percakapan diawal video, kalo pengajian didaerah itu sudah biasa kalo awalnya panjang, seperti penghormatannya banyak yah. Nah, kalo kita seperti itu udah nggak ada yang nonton. Jadi kita itu langsung saja mulai *to the point* ke intinya, misalnya ‘halo kakak-kakak hari ini kita akan membahas tentang apa gitu sambil sesekali diajak bercanda’. Seperti itulah, karena memang sasaran kita itu untuk orang-orang Islam kota ya”.⁸⁴
- g. Membuat kegiatan-kegiatan yang akan dijadikan prioritas atau didahulukan dan mana yang akan dikemudiankan. Seperti contoh hari ini bertepatan dengan hari memperingati maulid nabi atau hari khusus, sehingga @nuonline_id pun akan mengunggah konten yang berhubungan dengan maulid nabi terlebih dahulu.

“kita ada rapat mingguan terus rapat bulanan, rapat mingguan itu lebih pada evaluasi atau mungkin ada masukan-masukan. Terus rapat bulanan itu masing-masing admin meminta masukan kepada tim kreatif untuk

⁸⁴Hasil wawancara dengan Penyelia Media Sosial/Admin, Bapak Ahmad Naufa Khoiril Faizun, Minggu, 30 Oktober 2022. Pada pukul 16.00 – 18.00 WIB, di kantor PBNU Lt. 5 yang beralamat di jl. Kramat Raya 164, Jakarta, Indonesia.

membuat kalender kerja atau proyeksi. Misalnya besok bulan November, nah bulan November ini yang diinginkan admin apa saja? Nah kalau yang tayangan kan ada 2 macam, tayangan yang bersifat *timeless* (ini yang tidak tergantung momentum) kaya do'a makan itu kan bisa diunggah kapan saja. Itu biasanya tim kreatif sudah ada, atau ambil di web yang sudah ada atau dari riset dari apa yang sedang ramai dibahas".⁸⁵



Gambar 9. Contoh unggahan tema mauleid nabi
(Sumber: dokumen pribadi peneliti. Ss)

Dalam rapat rutin, tim membuat proyeksi atau konten apa yang akan di sampaikan ke masyarakat berdasarkan dari hasil riset (melalui hal-hal yang sedang ramai dibicarakan publik lewat twitter atau google tren), melalui narasi tv, narasi news dan lain-lain yang sekiranya dari sudut pandang tim itu layak untuk diangkat.

- h. Membuat peraturan-peraturan yang ditujukan sebagai acuan kegiatan. Berikut adalah peraturan yang direncanakan agar proses dakwah nu online di instagram terus berjalan:
 - 1) Di luar isu atau tema insidental, admin IG harus membuat proyeksi setiap bulan dan mingguan dengan memperhatikan

⁸⁵Hasil wawancara dengan Penyelia Media Sosial/Admin, Bapak Ahmad Naufa Khoiril Faizun, Minggu, 30 Oktober 2022. Pada pukul 16.00 – 18.00 WIB, di kantor PBNU Lt. 5 yang beralamat di jl. Kramat Raya 164, Jakarta, Indonesia.

hal-hal sebagai berikut: Jumlah minimal postingan di dalam ‘cerita’ adalah 10 kali posting, jumlah minimal postingan di dalam ‘postingan reguler’ adalah 7 kali posting, jumlah minimal reel sejumlah 2 video.

- 2) Postingan harus random, baik berupa desain flyer, video, kutip teks, dan postingan berlatar musik tertentu.
- 3) Semua postingan instastory harus disorot supaya jika ada netizen ingin menemukan topik tertentu bisa mudah melacak di instastory, serta akses kemanfaatan yang lebih berjangka lama daripada instastory yang hanya mempunyai umur 24 jam saja.
- 4) Postingan yang direncanakan adalah postingan yang diambil baik dari website NU Online atau medsos NU Online, baik mengcopy file kemudian diposting dengan menyebutkan sumber NU Online, atau sharelink hidup, baik berupa teks, foto, maupun video.
- 5) Postingan yang terencana harus memperhatikan keterlibatan berbagai macam kanal di NU Online dengan asas pemerataan persebaran konten. Contohnya adalah setiap hari harus ada konten terencana dari konten ubudiyah, syariah, bahsul masail, ekonomi syariah yang bersifat timeless dan masih relevan.
- 6) Konten ini perlu berputar secara terus menerus dan harus direncanakan dengan baik sehingga terjadi persebaran ulang secara merata. Begitu pula hikmah, tafsir, kesehatan, masak memasak, dan lain sebagainya.
- 7) Model postingan harus beragam, tidak monoton flyer saja, namun harus random dari sharelink di instastory, membuat meme atau flyer sendiri secara khusus, sharelink medsos NU Online secara bergantian di instastory.
- 8) Berita dalam bentuk feed slide ditiadakan kecuali foto kedua ketiga related dalam satu frame berita yang sama.⁸⁶

Dari pernyataan diatas, menegaskan bahwa perencanaan merupakan hal yang paling mendasar dan diperlukan dalam merencanakan tujuan, agar tujuan tersebut dapat terwujud dengan lancar dan tanpa hambatan.

2. Pengorganisasian

Pengorganisasian adalah proses pengelompokkan individu sesuai dengan kemampuannya agar dapat menjalankan apa yang menjadi

⁸⁶Dokumen dari NU Online

wewenang, tugas dan tanggung jawabnya, sehingga tercipta suatu organisasi yang dapat digerakkan sebagai satu kesatuan untuk tujuan yang telah direncanakan bersama. Pengorganisasian atau mekanisme pembagian tugas dalam suatu lembaga atau organisasi sangat penting dilakukan agar program organisasi dapat tercapai dengan mudah dan cepat. Pengorganisasian adalah bagian dari penentuan, pengelompokan, dan penyatuan berbagai macam kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam pengorganisasian, pimpinan atau pemimpin lembaga harus menempatkan sumber daya manusia atau karyawan pada jabatan yang sesuai dengan kompetensinya. Pengorganisasian harus dilakukan berdasarkan pemahaman tentang tujuan organisasi yang dipahami oleh seluruh karyawan, pembagian kerja yang jelas, tata cara penetapan cara kerja, evaluasi dan hukuman yang jelas, pendelegasian wewenang sesuai tugas dan fungsi masing-masing jabatan dan kejelasan jalur koordinasi dalam lembaga.

Dalam instagram @nuonline_id pun senantiasa mengarahkan dan memberikan tugas kepada orang yang ahli dalam bidangnya. Apalagi @nuonline_id ini merupakan platform besar yang tidak bisa asal mengunggah konten, dan sudah menjadi rujukan orang-orang modern sekarang. Namun, bagi anggota yang dalam proses bekerja bisa meningkatkan skill lainnya dapat naik jabatan atau jenjang karir. Metode yang digunakan untuk perekrutan anggota saat ini adalah dengan cara merekrut anggota secara tertutup, maksudnya melalui kenalan untuk diajak bergabung kemudian diuji coba terlebih dahulu untuk melihat kemampuan kinerja individu apakah sesuai dengan yang diharapkan oleh tim. Individu-individu yang dituju adalah individu yang ahli dalam bidang teknologi informasi, dakwah, dan fotografi.

“kadang orang NU sendiri melihat ini (konten) apa kok nggak mutu, saya pernah itu posting di komunitas youtube tentang doa-doa atau apa... ada yang komen jaman sekarang kok postingannya begini, saya malu sebagai warga NU, kurang kelaslah kasarannya. Makanya kita

harus memahami medan dakwahnya dan menyesuaikan dengan objek.”⁸⁷

Pentingnya penempatan orang yang tepat dalam suatu organisasi publik inilah yang menjadi salah satu berkembangnya suatu organisasi dakwah. Karena pemilihan tema dan cara penyampaiannya yang menarik dan mudah dipahami orang khalayak umum.

3. Penggerakan

Fungsi penggerakan dalam proses dakwah merupakan fungsi manajemen yang berhubungan langsung dengan teknis pelaksanaan, sehingga ketiga fungsi manajemen yang lain dapat berjalan secara efektif. Dalam proses melakukan fungsi penggerakan agar berjalan dengan optimal dapat menggunakan teknik-tektik berikut, yang pertama, memberikan penjelasan secara jelas kepada seluruh masyarakat yang ada didalam organisasi. Kedua, mengusakan masyarakat organisasi menyadari, memahami, dan menerima dengan baik tujuan yang telah ditetapkan. Ketiga, mengetahui struktur organisasi yang berlaku. Keempat, memperlakukan semua orang yang bergabung secara baik, memberikan penghargaan kepada orang yang berprestasi serta memberikan bimbingan dan petunjuk untuk semua anggota.

Penggerakan dakwah adalah inti dari manajemen dakwah, karena kegiatan dakwah telah dilaksanakan dan aktifitas yang telah direncanakan terealisasi, fungsi manajemen juga akan bersentuhan secara langsung dengan pelaku dakwah (khalayak). Adapun maksud dari penggerakan pada akun @nuonline_id adalah mengunggah konten-konten dakwah yang sudah direncanakan, maupun konten yang bersifat momentum atau konten yang diambil secara *dadakan*. Masyarakat sekarang lebih tertarik dengan isi kajian yang instan dan mudah

⁸⁷Hasil wawancara dengan Penyelia Media Sosial/Admin, Bapak Ahmad Naufa Khoirul Faizun, Minggu, 30 Oktober 2022. Pada pukul 16.00 – 18.00 WIB, di kantor PBNU Lt. 5 yang beralamat di jl. Kramat Raya 164, Jakarta, Indonesia.

dipahami. Maka dari itu, ini menjadi tantangan tersendiri bagi da'i NU agar lebih memperkenalkan diri lewat media.

“orang muslim kota itu tidak semuanya dapat pendidikan agama ya dari kecil, beda kalau kita tinggal didaerah. Sehingga banyak jarak budaya dari cara berfikir, kontennya, bicaranya, penyampaiannya, sampai pada fashionnya itu akan berpengaruh termasuk misalnya ada kalangan dia orang yang ingin mengidentifikasi muslim dia pingin ngaji tetapi tidak ingin kalau ngaji kok di madrasah. Dia ngaji di kafe, dia ingin tetap gaul tapi juga ngaji jadi terkesan orang yang modern.”⁸⁸

Selain itu disini tugas manajer adalah melakukan motivasi kepada bawahannya. Pemberian motivasi yang dilakukan dalam proses dakwah instagram @nuonline_id adalah dilakukannya tidak rutin maksudnya tidak dilakukan mingguan atau ada jadwal tertentu. saat even-even tertentu, atau pada saat kinerja para anggota menurun, tugas manajer untuk memberikan arahan serta mengingatkan kembali proyeksi apa, evaluasi, ideologi, dan tujuan dari organisasi tersebut. Setelah dilakukannya motivasi, seorang manajer juga diperlukan untuk memberikan bimbingan, yaitu dengan cara memantau kinerja bawahannya setidaknya pada saat rapat mingguan bersamaan dengan evaluasi kerja.

4. Pengawasan

Pengawasan merupakan salah satu tugas manajemen yang harus dilaksanakan. Pengawasan adalah proses pengendalian atau pemantauan kinerja kegiatan organisasi untuk memastikan bahwa semua pekerjaan yang dilakukan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Pengawasan dalam suatu organisasi atau lembaga dimaksudkan untuk mencegah terjadinya kesalahan. Fungsi pengawasan erat kaitannya dengan fungsi mengarahkan atau memerintah dalam penyelenggaraan kegiatan lembaga.

⁸⁸Hasil wawancara dengan Penyelia Media Sosial/Admin, Bapak Ahmad Naufa Khoirul Faizun, Minggu, 30 Oktober 2022. Pada pukul 16.00 – 18.00 WIB, di kantor PBNU Lt. 5 yang beralamat di jl. Kramat Raya 164, Jakarta, Indonesia.

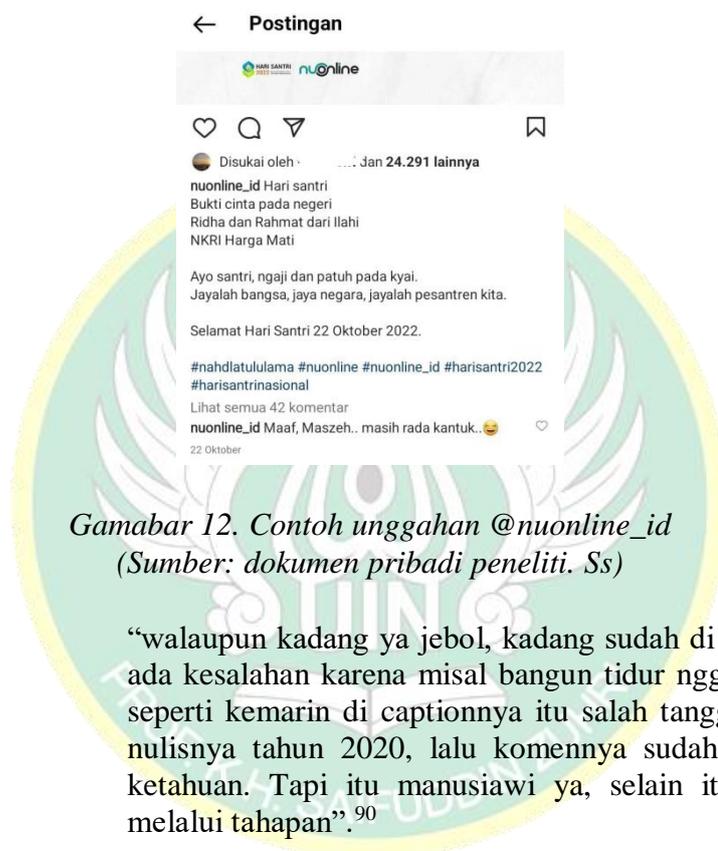
Dengan bantuan pengarahan, keberhasilan pelaksanaan tugas-tugas pribadi juga dievaluasi dan efisien serta kinerja operasi lembaga ditingkatkan. Pengarahan sekaligus mengembangkan situasi kerja yang lebih baik melalui pelatihan dan pengembangan profesional serta memberikan bimbingan langsung untuk memperbaiki kesalahan, kelalaian dan kekeliruan serta membantu memecahkan masalah yang dihadapi bawahan untuk menghindari kesalahan yang lebih serius. Pengendalian adalah suatu proses mengamati atau pemantauan pelaksanaan organisasi agar semua pekerjaan yang dilakukan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

Tugas pengawasan juga diartikan sebagai evaluasi yang menjadi tanggung jawab masing-masing pengawas. Evaluasi merupakan bagian penting dari kegiatan manajemen. Karena evaluasi menyangkut upaya peningkatan efektifitas dan efisiensi organisasi dalam mencapai tujuannya. Evaluasi atau pembinaan bertujuan untuk menilai kinerja apakah berjalan dengan baik atau gagal saat mengevaluasi nilai suatu program, produk, proyek, proses, atau tujuan. Oleh karena itu, dapat ditekankan bahwa evaluasi terhadap institusi harus bersifat menyeluruh dan ditujukan untuk mengukur tujuan utama peningkatan/ peningkatan *employee experience*.⁸⁹ Pengawasan dilihat dari aktifitas instagram serta melihat bagaimana respon dari para pembaca, apakah banyak yang melihat atau apakah komentarnya itu banyak yang positif atau negatif.

Dalam pandangan Islam, pengawasan dilakukan untuk membenarkan yang salah dan mengoreksi jika ada sesuatu yang keliru. Tolak ukur yang digunakan untuk melakukan pengawasan adalah tujuan yang sudah direncanakan, sehingga untuk mengontrol orang-orang harus menyadari terhadap tujuan organisasi itu. Dalam Islam dikenal dengan dua pengawasan, yaitu: 1). Pengawasan internal,

⁸⁹Miftahul Annisah Nurfitriya, dkk., Readiness of fashion education and training institutions management in facing the industrial revolution 4.0 and society 5.0, *Jurnal Pendidikan Vokasi*, Vol. 11, No. 3, 2021

maksudnya pengawasan yang berasal dari dalam diri sendiri. Dalam lingkungan organisasi, berarti kita harus sadar akan tugas kita yang sudah diberikan kepercayaan untuk menjalankan apa yang menjadi tujuan dalam organisasi tersebut. 2) . Pengawasan eksternal, berasal dari luar dirinya sendiri. Control ini dapat diwujudkan dalam bentuk pengawasan secara langsung dari atasan kepada bawahannya.



Gambar 12. Contoh unggahan @nuonline_id (Sumber: dokumen pribadi peneliti. Ss)

“walaupun kadang ya jebol, kadang sudah di upload malah ada kesalahan karena misal bangun tidur nggak ngeh, atau seperti kemarin di captionnya itu salah tanggal hari santri nulisnya tahun 2020, lalu komennya sudah banyak baru ketahuan. Tapi itu manusiawi ya, selain itu juga sudah melalui tahapan”.⁹⁰

“setelah itu (konten) diupload di grup, sehingga apabila ada kesalahan itu nanti ada yang mengoreksi. Di grup itukan banyak orang, ada redaktur website juga masuk digrup ini, untuk koordinasi. Intinya kita bisa saling mengoreksi dan digrup juga bisa ngasih masukan. Jadi, garis besarnya itu

⁹⁰Hasil wawancara dengan Penyelia Media Sosial/Admin, Bapak Ahmad Naufa Khoirul Faizun, Minggu, 30 Oktober 2022. Pada pukul 16.00 – 18.00 WIB, di kantor PBNU Lt. 5 yang beralamat di jl. Kramat Raya 164, Jakarta, Indonesia.

perencanaan, pembuatan, kurasi atau seleksi ini sudah benar belum, lalu publish”⁹¹

Salah satu contoh terjadi pada unggahan instagram pada gambar diatas, karena merasa sudah sesuai dengan apa yang akan ditulis, namun kadang kita lupa atau salah dalam penulisan. Tapi kesalahan diatas masih bisa dimaklumi karena dibidang kesalahan yang sedikit. Inilah peran seorang pengawas untuk selalu melakukan pengecekan terlebih dahulu agar tidak adanya kesalahan pada saat mengunggah konten.

Admin instagram sendiri mempunyai tugas untuk mengunggah, membuat workding. Sebagai admin mempunyai kewajiban jika ada komentar yang sangat perlu ditanggapi atau perlu diteruskan lebih lanjut ke meja redaksi maka disampaikan ke grup medsos untuk didiskusikan bersama. Manajer juga mengawasi, ini sudah diangkat belum, ini sudah proses, ini prosesnya bagaimana. Manajer hanya memerintahkan.

Kelebihannya yaitu menjadi media instagram lembaga keislaman terbesar di indonesian, dilihat dari jumlah followers. Sedangkan kelemahannya, bahwa instagram @nuonline_id ini merupakan instagram milik lembaga maka kita tidak bisa seenaknya, karena media organisasi merasa dimiliki semua orang. Banyak peraturan yang harus diperhatikan. Instagram @nuonline_id merasa tidak ada ancaman untuk saat ini, karena teknologi terus berkembang dan organisasi dakwah juga harus mengikuti zaman. Sebagai tim dari nu onlinepun tidak bisa menebak keinginan masyarakat. Bisa jadi nantinya beralih ke media sosial lain, maka dari itu diperlukan untuk beradaptasi dengan ancaman itu. Namun, media NU online tidak hanya

⁹¹Hasil wawancara dengan Penyelia Media Sosial/Admin, Bapak Ahmad Naufa Khoiril Faizun, Minggu, 30 Oktober 2022. Pada pukul 16.00 – 18.00 WIB, di kantor PBNU Lt. 5 yang beralamat di jl. Kramat Raya 164, Jakarta, Indonesia.

bertumpu pada instagram saja, karena nu online mempunyai platform medsos lainnya untuk tempat berdakwah.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Era modernisasi menjadikan hidup masyarakat berbaur dengan teknologi. Berkembangnya media sosial dari tahun ke tahun membuatnya menjadi wadah untuk ajang penyebaran segala informasi. Hal ini jugalah yang dilakukan oleh oknum-oknum tertentu untuk dimanfaatkan dalam menyebarkan ajaran agama Islam. Perjalanan media massa NU menjadikan tombak untuk terus maju dalam penyampaian informasi terkait keagamaan. Meskipun media massa didirikan oleh NU online tidak berjalan sesuai harapan tapi kiranya itu bisa menjadi rujukan agar membuat media massa yang lebih baik lagi, entah dalam bidang fasilitas atau manajemennya.

Manajemen merupakan suatu hal yang penting dalam suatu organisasi atau lembaga. Tujuan akan lebih mudah tercapai jika pengelolaan dalam suatu lembaga atau organisasi dapat dilakukan sesuai dengan unsur manajemen. Manajemen juga membuat proses pelaksanaan program lebih terstruktur dan terarah dalam organisasi. Manusia merupakan unsur utama yang sangat mempengaruhi proses manajemen. Revolusi industri dalam masyarakat merupakan kondisi yang tidak dapat dihindari. Istilah tersebut muncul karena teknologi yang canggih dan terus berkembang. Pengaruh dan akibat dari kondisi ini menyebabkan terjadinya revolusi dalam segala aspek kehidupan. Oleh karena itu, untuk menentukan tingkat kesiapan suatu lembaga perlu disusun suatu strategi dalam manajemen. POAC merupakan fungsi manajemen yang berlandaskan pada perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian. Keempat fungsi utama manajemen tersebut sering digunakan untuk menentukan sejauh mana proses manajemen dilakukan sehingga melalui keempat aspek tersebut dapat diketahui tingkat kesiapannya.

Dalam proses manajemen yang dilakukan oleh tim @nuonline_id sudah berjalan sesuai dengan fungsi-fungsi manajemen (POAC). Perencanaan @nuonline_id salah satunya adalah membuat perencanaan jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang. Membuat perencanaan diperlukan pada setiap kegiatan agar kegiatan tersebut dapat berjalan sesuai dengan yang diinginkan. Kemudian dilakukanlah pengorganisasian untuk menempati devisis-devisi yang ada. @nuonline_id menggunakan metode *place people according to their skills* (menempatkan orang sesuai dengan keahliannya), namun dalam @nuonline_id ada jenjang karir bagi anggota yang dianggap mampu. Seorang manajer di @nuonline_id memberikan motivasi dan bimbingan kepada bawahannya guna memberikan dorongan dan arahan apabila ada anggota yang merasa kesulitan dalam proses pelaksanaan dakwah. Pengawasan dalam @nuonline_id dilakukan oleh manajer dan admin medsos tersebut, namun adminlah yang lebih bertanggung jawab apabila terdapat komentar atau DM yang memang harus dibalas. Pengawasan yang dilakukan manajer hanya untuk melihat apakah hari ini sudah mengunggah tema dakwah sesuai dengan perencanaan atau tidak.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan tentang manajemen dakwah instagram @nuonline_id dalam menyebarkan dakwah islam, peneliti menghasilkan kesimpulan, bahwasanya setiap konten-konten atau unggahan yang diunggah oleh @nuonline_id selalu mendapatkan respon baik. Melihat dari jumlah like dan komentar yang ada. Masyarakat masih mau belajar tentang agama meskipun bersifat instan. Namun, perlu digarisbawahi walaupun konten-konten dakwah dalam @nuonline_id itu bersifat instan namun rujukan dan sumber ilmunya jelas. Hanya saja dibuat semenarik mungkin mengingat masyarakat sekarang lebih tertarik pada hal yang *to the point* (langsung) tidak berlete-tele.

B. Saran

Tanpa mengurangi keberhasilan manajemen dakwah yang dilakukan oleh instagram @nuonline_id, namun peneliti semata-mata

hanya bermaksud agar instagram @nuonline_id lebih berkembang pesat lagi, maka ada beberapa saran yang akan peneliti sampaikan:

1. Sebagai pengguna dan penikmat media sosial instagram, saya berharap instagram @nuonline_id dapat memanfaatkan fitur-fitur lainnya yang ada di instagram seperti live streaming.
2. Untuk perekrutan anggota mungkin dapat menggunakan perekrutan terbuka, bisa jadi masyarakat diluar sana ada yang tertarik untuk bergabung namun tidak pernah melihat adanya lowongan pekerjaan.

Masyarakat yang seiman, agar dapat menggunakan media sosial dengan bijak untuk tujuan yang baik dan saling menjaga kerukunan, keharmonisan atarmanusia.

C. Penutup

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat luar bisa berupa nikmat pikiran, nikmat sehat, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan keterbatasan dan kemampuan diri penulis. Penulis tidak lupa dan menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karenanya, kritik serta saran yang membangun sangat diharapkan. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang melihat skripsi ini khususnya mahasiswa manajemen dakwah di fakultas dakwah.

Daftar Pustaka

- Agustin, Retno Widia & Mutiara Ayu. 2021. "The Impact of Using Instagram For Increasing Vocabulary and Listenin Skill", *Journal of English Language Teaching and Learning (JELTL)* Volume 2 Nomor 1
- Al-Kandari, Ali J. 2016. The Influence of Culture on Instagram Use. *Journal of Advances in Information Technology* Volume 7 Nomor 1
- Amin, A. Rifqi. 2014. *Sistem Pembelajaran Pendidikan Agama Islam pada Perguruan Tinggi Umum*. Yogyakarta: Deepublish,
- Amin, Samsul Munir. 2014. *Sejarah Dakwah*. Jakarta: Amzah
- Aminudin. 2016. Konsep Dasar Dakwah. *Jurnal Al-Munzir* Volume 9 Nomor 1
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Arsam. 2016. *Manajemen dan Strategi Dakwah*. Purwokerto: STAIN Press
- Astuti, Rina Dewi, dkk. Cyber Communication, diakses dalam <http://bl5-cyber.blogspot.com/>
- Athoilah, Antoni. 2010. *Dasar-dasar Manajemen*. Bandung: Pustaka Setia
- Aziz, Fahrudin Hasan. 2021. Modernisasi Media Massa Nahdlatul Ulama: Studi Kasus NU Online Tahun 2003-2018. *Historical Studies Journal* Volume 3 Nomor 02
- Aziz, Moh. Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta Timur: Prenada Media
- Bisri, Cik Hasan. 2001. *Metode Penelitian*. Makasar: Pustaka Pelajar
- Briandana, Rizky, dkk. 2020. Da'wah Communication and Social Media: The Interpretation of Millennials in Southeast Asia. *International Journal of Economics and Business Administration* Volume 8 Special Issue 1
- Dz, Abdul Mun'im. 2007. *Teknologi sebagai Tradisi, Refleksi Pengalaman 4 Tahun NU Online*. Jakarta: NU Online
- Firmansyah, M. Anang & Budi W. Mahardika. 2018. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish
- Gesi, Burhanudin, Rahmat laan, & Fauziyah Lamaya. 2019. Manajemen dan Eksekutif. *Jurnal Manajemen* Volume 3 Nomor 2
- Hamalik, Oemar. 1989. *Media Pendidikan*. Bandung: PT. Citra Aditiya Bakti

Haniva, Selvina. 2021. Skripsi: *Manajemen Dakwah Ustadz Adi Hidayat pada Akun Instagram @adhihidayatofficial*. Jurusan Manajemen Dakwah, UIN Antasari

Hasan, Mohammad. 2013. *Metodologi & Pengembangan Ilmu Dakwah*. Surabaya: Pena Salsabila

Hasibuan, Malayu S. P. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara

Hasibuan, Malayu S.P. 2016. *Manajemen dasar, Pengertian dan Masalah*, Jakarta: PT. Bumi Aksara

<https://alif.iddi>

<https://apji.or.id/>

https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram#cite_note-Facebook-9

[https://imronkpi.blogspot.com/2010/12/4-apa,](https://imronkpi.blogspot.com/2010/12/4-apa)

<https://www.nu.or.id/fragmen/swara-nahdlatoel-oelama-pelopor-pers-nu-dLtA3>

Hox, Joop J. and Hennie R. Boeije. 2005. Data Collection, Primary vs. Secondary. *Encyclopedia of Social Measurement* Volume 1

Husaini & Happy Fitria. 2019. Manajemen Kepemimpinan Pada Lembaga pendidikan Islam. *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Sepervisi Pendidikan)* Volume 4 Nomor 1

Ilahi, Muhammad Munir & Wahyu. 2009. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana

J., Maelong, Lexy. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Johnston, Melissa P. 2014. Secondary Data Analysis: A Method of which the Time Has Come. *Journal Qualitative and Quantitative Methods in Libraries (QQML)* Volume 3

Khairuni, Nisa. 2016. Dampak Positif dan Negatif Sosial Media terhadap Pendidikan Akhlak Anak. *Jurnal Edukasi* Volume 2 Nomor 1

Khan, Shahid. 2014. Qualitative Research Method – Phenomenology. *Asian Social Science* Volume 10 Nomor 21

Koentjaraningrat. 2001. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia

- Magilvy, Joan K. and Eileen Thomas. 2009. A First Qualitative Project: Qualitative Descriptive Design for Novice Researchers *JSPN* Volume 14 Nomor 4
- Martins, Fellipe Silva, Julio Araujo Carneiro da Cunha, & Fernando Antonio Riberio Serra. 2018. Secondary Data In Research – Uses And Opportunities. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review* Volume 7 Nomor 3
- Munir, Muhammad. dan Wahyu Ilahi. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana
- Munir, Muhammad. 2009. *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana
- Mutiawati, Imas. 2018. Skripsi: *Dakwah Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram)*. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, UIN Walisongo Semarang
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Jakarta: Simbiosis
- Ngafifi, Muhamad. 2014. Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia dalam Perspektif Sosial Budaya, *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi* Volume 2 Nomor 1
- Nurfitriya, Miftahul Annisah, dkk. 2021. Readiness of fashion education and training institutions management in facing the industrial revolution 4.0 and society 5.0. *Jurnal Pendidikan Vokasi* Volume 11 Nomor 3
- Nurrochman. 2014. Skripsi: *Strategi Dakwah Melalui Pemasaran Media Online pada Situs www.sahabatqsa.com*. Jurusan Manajemen Dakwah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Pimay, Awaludin. 2013. *Manajemen Dakwah Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu
- Puspasari, Maria Elena. 2014. Pembentukan Ruang Virtual Media Interaktif dalam Proses Edukasi. *Jurnal CREATIVITAS* Volume 3 Nomor 2
- Rafi'udin. 1997. *Prinsip dan Strategi Dakwah*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Rahmayani, Okta & Reski Nofrialdi. 2022. The Effect of Utilization of Social Media Instagram @Nanarfshop on Buying Interest of Fisipol Students University Ekasakti Padang. *Journal of Law Politic and Humalities* Volume 2 Nomor 2
- Ridho, Yogi. 2018. Skripsi: *Dakwah Melalui Konten Video Ceramah dalam Media Youtube (Studi pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam*

angkatan 2015-2017). Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Salatiga

- Rijali, Ahmad. 2018. Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah* Volume 17
- Riyanto, Yatim. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: Penerbit SIC
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sadly, Effendi. 2018. Manajemen Dakwah Media Sosial: Telaah terhadap Perkembangan Metode Dakwah Islam. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis (JRMB)* Volume 3 Nomor 2
- Saputra, Wahidin. 2012. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Shaleh, Rosyad. 1993. *Manajemen Da'wah Islam*. Jakarta: Bulan Bintang
- Simuforosa, Magwa. 2013. The impact of modern technology on the education attainment of adolescents. *International Journal of Education and Reseach* Volume 1 Nomor 9
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suryabrata, Sumadi. 2003. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Taherdoost, Hamed. Different Type of Data Analysis; Data Analysis Methods and Technique in Reseach Projects. *International Journal of Academic Research in Management* Volume 9 Nomor 1
- Tim Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2005. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka
- Torang, Syamsir. 2013. *Organisasi dan Manajemen, (Perilaku, Struktur, Budaya & Perubahan Organisasi)*. Bandung: Alfabeta
- Watie, Errika Dwi Setya. 2011. Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal THE MESSENGER* Volume 3 Nomor 1

LAMPIRAN - LAMPIRAN





KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A, Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iaipurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: In.17/UPT.MAJ/Sti.005/009/2016

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

ULI HANIATUN NI MAH
1617103039

MATERI UJIAN	NILAI
1. Tes Tulis	70
2. Tartil	85
3. Kitabah	75
4. Praktek	80

NO SERI: MAJ-UM-2016-047

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI).

Purwokerto, 20 September 2016
Mudir Ma'had Al-Jami'ah,

Drs. H. M. Mukti, M.Pd.I
NIP. 19570521 198503 1 002



IAIN PURWOKERTO

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Telp. 0281-635624 Fax. 636553 Purwokerto 53126

SERTIFIKAT

Nomor: 0139/K.LPPM/KKN.44/11/2019

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Institut Agama Islam Negeri Purwokerto menyatakan bahwa :

Nama : ULI HANIATUN NI`MAH

NIM : 1617103039

Fakultas / Prodi : FD / MD

TELAH MENGIKUTI

Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan Ke-44 IAIN Purwokerto Tahun 2019 yang dilaksanakan mulai tanggal 15 Juli 2019 sampai dengan 28 Agustus 2019 dan dinyatakan LULUS dengan Nilai **88,5 (A)**.

Purwokerto, 18 November 2019
Ketua LPPM,

Dr. H. Ansori, M.Ag.
NIP. 19650407 199203 1 004

Pas Foto
3 x 4



SERTIFIKAT

Nomor : 132/In.17/Pan.PPL.FD/PP.009/IV/2019

Uli Haniatun Ni'mah

NIM. 1617103039

sebagai tanda yang bersangkutan mengikuti Praktik Pengalaman Lapangan (PPL)
Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto
Tahun Akademik 2018/2019 mulai tanggal 7 Januari - 18 Februari 2019
di **ADzikra Karang Lewas** dengan nilai **A** dan dinyatakan **LULUS**

Mengetahui,
Kabag TU Fakultas Dakwah



Dr. Nurkholis, M.S.I
NIP. 19711115 200312 1 001

Purwokerto, 08 April 2019



Mukhtar Efendi, S.I.P.
NIP. 19680203 199903 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553
www.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN
Nomor : B.2010 /UN.19/FD.J.BKI/ PP.07.3/8/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi menerangkan bahwa, mahasiswa tersebut di bawah benar – benar telah melaksanakan ujian Komprehensif pada hari Senin, tanggal 14 November 2022 dan dinyatakan LULUS

No	Nama	Nim	Nilai	No	Nama	Nim	Nilai
1	Uli Haniatun Ni'mah	1617103039	A	23	Dwi Nur Laeliyah	1817103036	B-
2	Muhamad Aziz M	1917103024	A-	24	Luthfi Amalia	1917103041	C+
3	Diah Ayu Fauziah	1917103034	B+	25	Vina Paramitha	1917103007	B+
4	Fatimatuzzahro L	1917103020	B+	26	Yuni Fara Setiawati	1917103004	A-
5	Naely Fauziah	1917103016	A	27	Dina Munawaroh	1917103002	A-
6	Angsit Ufki R	1817103006	A	28	Wafik Nur Azizah	1917103018	A-
7	Nadya Lutfiani	1817103030	A	29	Risa Ayu Noviana	1917103010	A
8	Nida Awalyatullaila	1917103005	A	30	Bunga Oktaviani	1917103044	A
9	Attika Savira Jasmine	1917103022	A	31	Miftahuth Thoriqotun Najah	1917103031	A
10	Dita Salsabila	1917103030	B+	32	Rizki Faradila	1917103022	B
11	Estri Lifiiana Suryo	1917103040	B+	33	Relik Sulistiyo	1817103034	A
12	Hani Fatimah	1917103019	B+	34	Leli Kurniatin	1617103017	B
13	Indana Zulfalillah	1917103027	A-	35	Ahmad Nawawi	1717103002	A-
14	Zahwa Latifah AR	1917103003	B+	36	Solihin	1717103043	A
15	Fetria Nuriski	1917103011	A-	37	Sova Ansyah	1717103043	A-
16	Laela Nur Ngabidah	1917103038	A-	38	Andreas Bahtiar	1717103006	A-
17	Himmatul Auliya Mustika Sari	1917103048	A-	39	Rias Indah Diniasih	1717103039	B+
18	Mugiarti	1817103028	A-	40	Muhammad Syarif Hidayatullah	1917103032	B+
19	Ardi Alfiansyah	1917103049	B-	41	Anisa Nur Afni S	1917103012	B
20	Nela Roswita Beni	1917103029	C+	42	Riski Nur K	1917103036	C+
21	Ardhina Zulfatun Muhimmah	1917103015	C+	43	Tri Ifa'iyah Hidayatika	1617103036	C+
22	A. Erwin Pauzi	1917103036	B-	44	Nofi Setianingsih	1817103031	B+

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Purwokerto, 11 November 2022
Ketua Jurusan,
Nisa Roswita Solihah, MA

وزارة الشؤون الدينية
الجامعة الإسلامية الحكومية بورنوبورنو
الوحدة لتنمية اللغة



IAIN PURWOKERTO www.iaipurwokerto.ac.id

مخبرون: شارع جنرال أحمد يولي رقم: ٨٣٣٦، هاتفه ٠٢٨-٦٣٨٦٢٤٤

الشهادة

الرقم: UPT. Bhs/17/PP.000/778/2016

تشهد الوحدة لتنمية اللغة بأن:

الاسم: أولي هنية النعمة
القسم: MD

قد استحق/استحققت الحصول على شهادة إجازة اللغة العربية بجميع مهاراتها على المستوى المتوسط وذلك بعد إتمام الدراسة التي عقدتها الوحدة لتنمية اللغة وفق المنهج المقرر بتقدير:

56
100
(IAIN PURWOKERTO مقبول)

22 سبتمبر 2016

الوحدة لتنمية اللغة،

Ag. Ag.

Ag.

Ag.

Ag.

Ag.

Ag.

Ag.

Ag.

Ag.

Ag.

Ag.

Ag.

Ag.

Ag.

Ag.

Ag.



رقم التوظيف : 19670307 199303 1 005



IAIN PURWOKERTO

**MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
INSTITUTE COLLEGE ON ISLAMIC STUDIES PURWOKERTO
LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT**

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Central Java Indonesia, www.iaipurwokerto.ac.id

CERTIFICATE

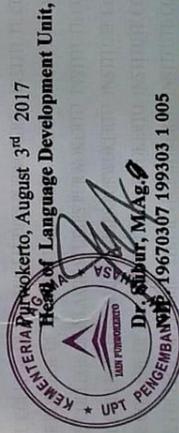
Number: *In.17/UPT.Bhs/PP.00.9/189/2017*

This is to certify that :

Name : **ULI HANIATUN NI MAH**
Study Program : **MD**

Has completed an English Language Course in Intermediate level organized by Language Development Unit with result as follows **IAIN PURWOKERTO**

SCORE: **57** GRADE: **FAIR**



SERTIFIKAT APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA
Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0281-635624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126



IAIN PURWOKERTO

No. IN.17/UPT-TIPD/2394//2023

SKALA PENILAIAN

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4.0
81-85	A-	3.6
76-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
65-70	B-	2.6

Diberikan Kepada:

ULI HANIATUN NI MAH
NIM: 1617103039

Tempat / Tgl. Lahir: Banyumas, 23 Desember 1997

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan **LULUS** Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program **Microsoft Office®** yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.

MATERI PENILAIAN

MATERI	NILAI
Microsoft Word	90 / B+
Microsoft Excel	75 / C
Microsoft Power Point	80 / C



Purwokerto, 07 Januari 2023
Kepala UPT TIPD



Dr. H. Fajar Hardoyono, S.Si, M.Sc
NIP. 19801215 200501 1 003

LAMPIRAN I

PEDOMAN WAWANCARA

Manajemen Dakwah Berbasis Dakwah Virtual di Media Sosial

(Studi Deskriptif pada Akun Instagram @nuonline_id dalam Menyiarkan Ajaran Islam *Ahlussunah Wal Jamaah*)

1. Menurut bapak manajemen itu apa?
2. Sejarah berdiri NU Online dan instagramnya itu kapan bu?
3. Struktur organisasi dari media massa yang ada di NU Online?
4. Perencanaa apa saja yang dibuat dari instagram untuk melakukan dakwah Islam?
5. Bagaimana proses pembagian orang-orang dalam organisasi instagram?
6. Proses pelaksanaannya bagaimana untuk memposting informasi instagram?
7. Apakah dilakukan proses pengawasan selama kegiatan dalam memposting informasi di instagram?



LAMPIRAN II

HASIL WAWANCARA

1. Menurut saya manajemen itu proses kita merencanakan apa yang akan menjadi tujuan, kemudian kita mengelompokkan orang berbakat sesuai dengan keahliannya masing-masing, lalu dilaksanakan, dan terakhir kita melakukan pengawasan sekaligus evaluasi.
2. Nu online secara umum didirikan tanggal 23, adapun media-media sosial lainnya adalah kelanjutan dari website resmi. Kalau instagram sendiri dibuat pada Februari tahun 2016. Kalau sejarah media NU itu panjang ya, dulu yang pertama itu namanya Swara Nahdatoel Oelama, kemudian ada ONO, ada Soeloeh Nahdatoel Oelama, dan lain-lain. Ya karena sekarang kan teknologi maju banyak aplikasi-aplikasi baru jadi mau tidak mau harus mengikuti.
3. Timnya terdiri dari penanggung jawab di setiap konten kreatif itu mas mundzir dulunya di tim kreatif lalu naik jabatan. Penyeliannya atau redaktornya ada saya, mba putri dan mas hanan. Masing- masing punya fokus mas hanan di twt dan fb, mba putri di ig, helo, dan tiktok, nah saya di youtube. Tapi saya juga kadang bantu-bantu di ig. Trus desainernya mas aceng, fotografernya mas witno, dan tim video yang markasnya ada di semarang.
4. Mungkin tahun 2020an atau awal 2021 kita fokus ke tutorial yang memang targetnya itu muslim kota. Karena kalau akun-akun NU yang lain kan banyak rata-rata itu masih pengajian dan lain sebagainya. Sedangkan tutorial ibadah misalnya pakai mukena itu belum ada, kalau masyarakat santri itu pasti sudah tahu, tapi kalau masyarakat kota hal-hal seperti itu penting. Jadi kita fokus kesitu si tutorial sama *sowan*. Kita ada rapat mingguan terus rapat bulanan, rapat mingguan itu lebih pada evaluasi atau mungkin ada masukan-masukan. Terus rapat bulanan itu masing-masing admin meminta masukan kepada tim kreatif untuk membuat kalender kerja atau proyeksi. Misalnya besok bulan November, nah bulan November ini yang diinginkan admin apa saja? Nah kalau yang tayangan kan ada 2 macam, tayangan yang bersifat *timeless* (ini yang tidak tergantung momentum) kaya do'a makan itu kan bisa diunggah

kapan saja. Itu biasanya tim kreatif sudah ada, atau ambil di web yang sudah ada atau dari riset dari apa yang sedang ramai dibahas. Kita itu harus pintar-pinter ya dalam memulai percakapan di awal video, kalo pengajian di daerah itu sudah biasa kalo awalnya panjang, seperti penghormatannya banyak yah. Nah, kalo kita seperti itu udah nggak ada yang nonton. Jadi kita itu langsung saja mulai *to the point* ke intinya, misalnya 'halo kakak-kakak hari ini kita akan membahas tentang apa gitu sambil sesekali diajak bercanda'. Seperti itulah, karena memang sasaran kita itu untuk orang-orang Islam kota ya.

5. Kadang orang NU sendiri melihat ini (konten) apa kok nggak mutu, saya pernah itu posting di komunitas youtube tentang doa-doa atau apa... ada yang komen jaman sekarang kok postingannya begini, saya malu sebagai warga NU, kurang kelaslah kasarannya. Makanya kita harus memahami medan dakwahnya dan menyesuaikan dengan objek. Setelah itu (konten) diupload di grup, sehingga apabila ada kesalahan itu nanti ada yang mengoreksi. Di grup itu kan banyak orang, ada redaktur website juga masuk di grup ini, untuk koordinasi. Intinya kita bisa saling mengoreksi dan di grup juga bisa ngasih masukan. Jadi, garis besarnya itu perencanaan, pembuatan, kurasi atau seleksi ini sudah benar belum, lalu publish.
6. Orang muslim kota itu tidak semuanya dapat pendidikan agama ya dari kecil, beda kalau kita tinggal di daerah. Sehingga banyak jarak budaya dari cara berfikir, kontennya, bicaranya, penyampaiannya, sampai pada fashionnya itu akan berpengaruh termasuk misalnya ada kalangan dia orang yang ingin mengidentifikasi muslim dia pingin ngaji tetapi tidak ingin kalau ngaji kok di madrasah. Dia ngaji di kafe, dia ingin tetap gaul tapi juga ngaji jadi terkesan orang yang modern.
7. Walaupun kadang ya jebol, kadang sudah di upload malah ada kesalahan karena misal bangun tidur nggak ngeh, atau seperti kemarin di captionnya itu salah tanggal hari santri nulisnya tahun 2020, lalu komennya sudah banyak baru ketahuan. Tapi itu manusiawi ya, selain itu juga sudah melalui tahapan.

DOKUMENTASI





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Uli Haniatun Ni'mah
NIM : 1617103039
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Banyumas, 23 Desember 1997
Alamat : Desa Tinggarjaya rt 03 rw 07 Kec. Jatilawang
Kab. Banyumas

B. Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal :

SD N 2 Tinggarjaya (2004-2010)

MTs Ma'arif NU 1 Jatilawang (2010-2013)

MA N Wonosobo (2013-1016)

Pendidikan Non Formal :

Ponpes. Al Falah Jatilawang

Ponpes. Darussalikin As Salafi Wonosobo

Ponpes. Ath-Thohiriyyah Purwokerto

