

**STRATEGI DIGITALISASI DAKWAH NU ONLINE DI ERA PANDEMI
COVID 19**



Oleh :

WAHYU TRI WIBOWO

NIM. 20202011001

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Diajukan kepada Program Magister Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas
Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk Memenuhi Salah
Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Magister Sosial

YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wahyu Tri Wibowo

NIM : 20202011001

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jenjang : Magister (S2)

Program studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Yogyakarta, November 2023

Saya yang menyatakan,



Wahyu Tri Wibowo

NIM: 20202011001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wahyu Tri Wibowo

NIM : 20202011001

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jenjang : Magister (S2)

Program studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas plagiasi.
Jika dikemudian hari terbukti bahwa naskah tesis saya ini bukan saya sendiri,
maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 09 November 2023

Saya yang menyatakan



Wahyu Tri Wibowo

NIM: 2020201101



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-2182/Un.02/DD/PP.00.9/12/2023

Tugas Akhir dengan judul : Strategi Digitalisasi Dakwah NU Online di Era Pandemi Covid-19

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : WAHYU TRI WIBOWO, S.Sos.,
Nomor Induk Mahasiswa : 20202011001
Telah diujikan pada : Rabu, 13 Desember 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. H. Zainudin, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 65850de99834b



Penguji II

Dr. Khadiq, S.Ag.,M.Hum
SIGNED

Valid ID: 6584e92c6bc5b



Penguji III

Drs. Lathiful Khuluq, M.A., BSW., Ph.D.
SIGNED

Valid ID: 65825663c9e88



Yogyakarta, 13 Desember 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 658510aa66594

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Ketua Program Studi Magister
Komunikasi dan Penyiaran Islam,
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb.

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul: **Strategi Digitalisasi Dakwah NU Online di Era Pandemi Covid 19.**

Oleh:

Nama : Wahyu Tri Wibowo
NIM : 20202011001
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Sosial.

Wassalamu'alaikum. wr. wb.

Yogyakarta, 10 Desember 2023

Pembimbing



Dr. H. Zainudin, M.Ag

NIP. 1966082719903

MOTTO

*“Jatuh Bangun Tentang Sebuah Kehidupan itu Hal yang biasa, Namun Jangan Lupa..
Tetaplah Berproses dan Bertawakal”*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim.

Dengan rahmat dan ridho Allah SWT. serta sholawat dan salam kepada junjungan Nabi agung Muhammad SAW., ananda persembahkan karya ini kepada:

1. Kedua orang tua yang sudah sangat berjasa dalam kehidupan ku selama ini. Sampai di titik ini ananda dapat menyelesaikan pendidikan S2 seperti apa yang kedua orang tuaku harapkan. bimbingan, dukungan moril maupun materil yang selama ini kalian berikan lah anak mu ini dapat menyelesaikan pendidikan sampai jenjang S-2.
2. Untuk kerabat, saudara, calon pasangan hidup, rekan-rekan media NU Online dan Optimisme Media, teman seperjuangan yang tak bisa 1satu per satu ananda sebutkan yang selama ini support secara batin maupun materi yang telah berjasa dalam membantu dalam penyelesaian perjuangan jenjang pendidikan S-2.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Wahyu Tri Wibowo. 2020201101001. Judul: Strategi Digitalisasi Dakwah NU Online di Era Pandemi Covid 19.

Perkembangan zaman yang penuh kemuktahiran memunculkan digitalisasi media. Dampak dari digitalisasi tersebut sangat pengaruh terhadap efektifitas sebuah informasi. Dimana ketika era pandemi yang merupakan problematika global. Kesenjangan informasi publik dan disinformasi data pada moment tersebut marak terjadi konten isi yang berkaitan dengan keislaman di era pandemi. Maka perlunya strategi khusus dalam pemanfaatan media sebagai informasi vital. Salah satunya yang mengoptimalkan media digital yaitu NU Online.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data meliputi observasi awal, literasi teks maupun media, wawancara dan terakhir adalah dengan dokumentasi. Penelitian ini bersifat lapangan dengan informan kunci atau narasumber utama yaitu Pimpinan Redaksi dan beberapa staff yang terkait yang bertempat di media NU Online yang berkantor pusat PBNU lantai 5, Jakarta Pusat. Peneliti menggunakan teori Holt yang menyatakan konsep strategi digital *next generation* yaitu *strategic, targeted, intergrated, dan measureable*.

Hasil penenetian ini menunjukkan bahwa strategi digitalisasi dakwah media NU Online terbilang sukses. Dengan di dukung tim yang mengedepankan profesionalitas, media NU Online bisa di katakan memiliki instrument media digital yang lengkap dalam pengoptimalan dan pengelolaan sebuah media digital. Capai tersebut merupakan hasil evaluasi yang dalam proses strategi digitalisasi media NU Online dan dapat terlihat dari traffic grafik pengunjung media NU Online yang tinggi dan memiliki efektifitas media digital cukup tinggi juga. Selanjutnya berperan aktif dalam media infomasi di era pandemi terbukti media NU Online menjadi media keislaman terpopuler dari kurun waktu 2020-2021, hal ini dibuktikan dalam media NU Online menjadi media keislaman terbaik Indonesia dan ikut andil dalam keberhasilan Indonesia keluar dari jeratan pandemi.

Kata kunci: Digitalisasi, Strategi, Optimalisasi

ABSTRACT

Wahyu Tri Wibowo. 2020201101001. Title: *Digitalization Strategy for NU Online Da'wah in the covid 19 Pandemic Era*

The modern era has given rise to the digitalization of media. The impact of digitalization greatly influences the effectiveness of information. Where during the pandemic era which is a global problem. Gaps in public information and data disinformation at this moment are rife with content related to Islam in the pandemic era. So there is a need for a special strategy in using the media as vital information. One of them that optimizes digital media is NU Online.

This research uses a descriptive qualitative research approach with data collection techniques including initial observation, text and media literacy, interviews and finally documentation. This research is field in nature with key informants or main sources, namely the Chief Editor and several related staff located at NU Online media at the PBNU head office, 5th floor, Central Jakarta. Researchers use Holt's theory which states the concept of next generation digital strategy, namely strategic, targeted, integrated and measurable.

The results of this research show that the digitalization strategy for NU Online's media da'wah is considered successful. Supported by a team that prioritizes professionalism, NU Online media can be said to have complete digital media instruments for optimizing and managing digital media. This achievement is the result of an evaluation in the digitalization strategy process for NU Online media and can be seen from the high traffic graph of visitors to NU Online media and the effectiveness of digital media is also quite high. Furthermore, playing an active role in information media in the pandemic era has proven that NU Online media has become the most popular Islamic media in the 2020-2021 period. This is proven by NU Online media becoming Indonesia's best Islamic media and contributing to Indonesia's success in getting out of the trap of the pandemic.

Keywords: *Digitalization, Strategy, Optimization*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf Arab ke dalam huruf latin yang digunakan dalam penyusunan tesis iniberpedoman pada surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Śā'	ś	s (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Hā'	ḥ	H (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Z (dengan titik di atas)
ر	Rā'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	Es dan Ye
ص	Sād	ṣ	s (dengan titik di bawah)
ض	Dād	ḍ	d (dengan titik di bawah)
ط	Tā'	ṭ	t (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	z (dengan titik dibawah)
ع	'Ayn	... ' ...	koma terbalik

غ	Gayn	G	Ge
ف	Fā'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
م	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Waw	W	We
ه	Hā'	H	H
ء	Hamzah	...'	Apostrof (tidak dilambangkan apabila terletak di awal kata)
ي	Yā'	Y	Ye

2. Vokal

a. Vokal tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin
----- [َ]	fathah	A
----- [ِ]	Kasrah	I
----- [ُ]	Dammah	U

Contoh:

كاتب - kataba

يذهب - yažhabu

سئل - su'ila

ذكر - žukira

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
سَيّ	fathah ya	dan Ai	A dan i
سَوّ	fathah wau	dan Au	A dan u

Contoh: كيف -kaifa هول – haul

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda:

Tanda	Huruf latin
أَ	Ā
إِ	Ī
ؤُ	Ū

4. Ta' Marbūṭah

Transliterasinya untuk ta' Marbūṭah ada dua:

a. Ta' Marbūṭah hidup

Ta' Marbūṭah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dammah, transliterasinya adalah /t/.

Contoh: مدينة المنورة – Madīnatul Munawwarah

b. Ta' Marbūṭah mati

Ta' Marbūṭah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Contoh: طلحة - Ṭalḥah

- c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta'marbūṭah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang “al” serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbūṭah itu ditransliterasikan dengan /h/.

Contoh: روضة الجنة - raudāh al-jannah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda syaddah, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh: ربنا - rabbanā نعم - nu'imma

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu “ال”. Namun, dalam transliterasi ini kata sandang dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

- a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu “al” diganti huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh: الرَّجُل - ar-rajul السَّيِّدَةُ - as-sayyidah

- b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya.

Contoh: الْقَلَمُ - al-qalamu الْجَلَالُ - al-jalālu

Jika diikuti oleh huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan tanda sambung.

7. Hamzah

Sebagaimana dinyatakan di depan, hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila terletak di awal kata, hamzah tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh: شئى – syai’ امرت – umirtu
النوء – an-nau’u تاخذون – ta’khudūn

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi’il (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harkat yang hilang, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وان الله لهو خير الرازيقن – *Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn* atau *Wa innallāha lahuwa khairur-rāziqīn*

فأوفوا الكيل والميزان – *Fa’aufū al-kaila wa al-mīzāna* atau *Fa’aufūlkaila wal-*
mīzāna

Catatan:

1. Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti yang berlaku dalam EYD, di antaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama dari dan permulaan kalimat. Bila nama dari itu didahului oleh kata sambung, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh: وما محمد الا رسول – *wa mā Muḥammadun illā rasūl*

أفلا يتدبرزن القرآن – *afalā yatadabbarūna al-qur'ān*

2. Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakt yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh: نصر الله وفتح قريب – *naṣrum minallāhi wa fathun qarīb*

لله الأمر جميعا – *lillāhi al-amru jamī'an*

الله اكبر – *allāh akbar*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, segala puji bagi syukur penulis haturkan kepada Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan ridho serta kemudahannya bagi penulis untuk menyelesaikan karya akhir yaitu tesis. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada baginda nabi Muhammad SAW., keluarganya, sahabatnya serta seluruh umat manusia. *Aamiin ya rabbal'alamin*

Tesis ini berjudul: **“Strategi Digitalisasi Dakwah NU Online di Era Pandemi Covid 19”**. Tesis ini merupakan bentuk karya ilmiah yang dihasilkan melalui penelitian sendiri oleh penulis. Secara teoritis tesis ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran baru bagi perkembangan ilmu pengetahuan terutama di bidang komunikasi. Secara teknis sesuai prosedural lembaga, tesis ini diajukan kepada Program Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar magister sosial.

Penulis sadar keberhasilan penulis menyelesaikan tesis ini karna dukungan berbagai pihak. Oleh karna itu, penulis mengucapkan terimakasih yang paling mendalam kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menempuh pendidikan lanjutan di Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
2. Ibu Dr. Hj. Marhumah, M.Pd. Selaku dekan fakultas dakwah dan komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan lanjut dalam program studi magister komunikasi dan penyiaran.
3. Bapak Dr. Hamdan Daulay, M.Si., MA. Selaku Ketua Prodi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN

Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan masukan dalam penyusunan tesis ini.

1. Bapak Dr. H. Zainudin, M.Ag sebagai dosen pembimbing tesis yang sudah sabar dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan dengan cepat dan baik, dalam proses tesis ini.
2. Bapak Dr. Khadiq, S. Ag., M.Hum selaku pembimbing akademik (PA) yang telah meluangkan waktunya memberikan bimbingan dalam penentuan topik penelitian ini.
3. Dosen program study magister komunikasi dan penyiaran islam fakultas dakwah dan komunikasi uin sunan kalijaga yang telah memberikan limpahan ilmu pengetahuan.
4. Civitas akademik fakultas dakwah dan komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
5. Almamater tercinta, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
6. Para Pimpinan Redaksi dan rekan-rekan Tim Media NU Online
7. Keluarga besar mahasiswa angkatan 2020 Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang saling mendukung satu sama lain untuk sama-sama menyelesaikan penulisan tesis ini.
8. Keluarga besar mahasiswa Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang menjadi teman berproses selama menempuh pendidikan disini, serta menjadi teman berbagi cerita dalam penulisan tugas akhir ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Tidak ada yang dapat penulis berikan sebagai tanda terimakasih, melainkan hanya doa yang tulus ikhlas. Semoga segala kebaikan yang diberikan semua pihak tercatat sebagai amal jariyah. Penulis menyadari, dalam penulisan tesis ini banyak sekali kekurangan. Maka dari itu kritik dan saran yang substansi dan membangun

sangat penulis butuhkan. Semoga karya ilmiah ini dapat dibaca secara keseluruhan dan dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Aamiin ya rabbal alamin.

Yogyakarta, 09November 2023



Wahyu Tri Wibowo

NIM.20202011001



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	x
KATA PENGANTAR	xvi
DAFTAR ISI	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Manfaat Penelitian	8
D. Kajian Pustaka.....	9
E. Kerangka Teori.....	17
1. Digitalisasi Media	17
2. Website.....	18
3. Media Sosial.....	19
4. Definisi Strategi	22
5. Strategi Digitalisasi Komunikasi	23
1. <i>Strategic</i> :	24
2. <i>Integrated</i> :	24
3. <i>Targeted</i> :	24

4. <i>Measureable:</i>	24
6. Metode Dakwah	25
7. Pesan dakwah	31
8. Media Dakwah	32
G. Metode Penelitian.....	36
1. Pendekatan Penelitian.....	36
2. Waktu Penelitian	39
3. Teknik Pengumpulan Data	40
1) Observasi.....	40
2) Wawancara	41
3) Dokumentasi.....	42
H. Teknik Keabsahan Data	42
J. Sistematika Penulisan	45
BAB II	47
GAMBARAN UMUM MEDIA NU ONLINE.....	47
A. Sejarah Media NU Online.....	47
B. Tim Redaksi NU Online.....	48
C. Visi Misi Visi	51
D. MediaNU Onile Berbasis Aplikasi	52
E. Pedoman Pers Media Nu Online	56
BAB III.....	61
STRATEGI DIGITALISASI DAKWAH NU ONLINE DI ERA PANDEMI COVID 19	61
A. <i>Strategic.</i>	61
B. <i>Targeted.</i>	66
C. <i>Integrated</i>	73
1) Instagram	80
2) Tiktok	85
3) Facebook	85

4) YouTube.....	86
5) Website NU.or.id.....	89
D. <i>Measureable</i>	94
BAB IV.....	114
PENUTUP.....	114
A. Kesimpulan	114
B. Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA.....	119
CURRICULUM VITAE.....	1233

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hadirnya zaman era baru yang dengan penuh kemuktahiran teknologi informasi dengan beralih ke dari konvensional berubah ke sistem digitalisasi. Ibarat kata seperti dua mata uang logam, memiliki dua sisi yang berbeda ketika membahas kehadiran sistem digitalisasi, banyak keuntungan yang di dapat jika kita bijak dalam menggunakan, namun juga tak sedikit dampak negatif yang timbulkan. Salah satunya dampak negatif yang ditimbulkan oleh kehadiran media sosial. Dari berbagai penelitian maupun survei rata-rata mengatakan pengguna media sosial dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Media sosial menjadi salah satu *platform* digitalisasi yang sangat digemari.

Kemunculan zaman baru dengan penuh kemuktahiran teknologi telah mengubah pola komunikasi budaya. Peralihan era pandemi dan pasca pandemi memberikan dampak yang signifikan. Takkala sistem tata muka atau *face to face* dalam semua aspek kehidupan diubah oleh era pandemi dalam beberapa tahun terakhir. Budaya berkomunikasi langsung pun menjadi hal yang menakutkan ketika era tersebut menjadi wabah virus yang melanda dunia. Pola komunikasi saat era tersebut menjadi carut marut, dampaknya menimbulkan diskomunikasi dan krisis komunikasi. Kemunculan platform-platform digital memberikan angin segar nan kemudahan dan menjadi

problem solver yang memberikan budaya komunikasi era baru yang kita sebut era digital.¹

Di perlukan metode yang cocok untuk dakwah saat ini, karena melihat cukup banyak metode yang telah dikemukakan dan dipraktekkan oleh para da'i dalam menyampaikan dakwah, seperti ceramah, diskusi, bimbingan dan penyuluhan, nasihat, panutan, pendidikan dan sebagainya. Semuanya dapat diterapkan sesuai dengan kondisi yang dihadapi. Tetapi harus digarisbawahi bahwa metode yang baik sekalipun tidak menjamin hasil yang baik secara otomatis, karena metode bukanlah satu-satunya kunci kesuksesan. Tetapi, keberhasilan dakwah ditunjang dengan seperangkat syarat, baik dari pribadi da'i, materi yang dikemukakan, objek dakwah, ataupun lain². Secara sederhananya dakwah dapat diartikan sebagai proses dinamis untuk menyosialisasikan pesan Al-Qur'an di tengah masyarakat yang beragam dan dapat membawa konsep dakwah *Rahmatan lil al-amin*.

Perkembangan mutakhir dunia internet saat ini memberikan pengaruh yang cukup signifikan bagi keberlangsungan dakwah Islam. Internet sebagai media baru dengan perangkat teknologinya, sebagai sebuah ruang artifisial digunakan oleh umat Islam sebagai media alternatif untuk menyampaikan informasi keislaman. Sifat dan karakter internet yang terbuka, demokratis,

¹ <https://kumparan.com/wahyu-tri-wibowo/refleksi-dan-tantangan-kemerdekaan-ri-di-masa-pandemi-1wM8EzZbwMF>

² Nurhidayat Muh. Said, "Metode Dakwah (Studi Al-Qur'an Surah an-Nahl Ayat 125)," *Jurnal Dakwah Tabligh* 16, no. 1 (2015): 78–89.

dapat diakses secara bebas, tanpa sekat, interkoneksi, dan interaktivitas menjadi daya tawar dalam mengenalkan wajah Islam di dunia. Umat Islam menggunakan internet sebagai media baru untuk menyebarkan risalah Islam baik untuk muslim maupun bagi kalangan non muslim.³

Penggunaan internet sebagai media dakwah disertai dengan berbagai kelebihan dan kekurangannya. Secara positif, internet menjadi media baru dakwah Islam yang dapat mentransmisikan pesan ajaran Islam secara efektif, terbuka, mudah diakses, dan dengan daya jangkauan yang luas baik dari sisi wilayah, ruang dan waktu. Selain itu, *cyber* dakwah dapat dijadikan sebagai salah satu upaya untuk menarasikan konten Islam dalam mengcounter isu-isu yang menyebabkan citra Islam terganggu. Secara negatif, karakter internet yang terbuka dan bebas akses memungkinkan adanya percampuran nilai-nilai sakral ajaran Islam dengan berbagai asupan informasi yang tidak jelas kredibilitas penyampai, bernada *hoax* dan *hatespeech*, serta informasi-informasi yang mengatasnamakan Islam dengan tujuan-tujuan tertentu.⁴

Melihat dari proses tersebut informasi bisa berpotensi membawa pesan-pesan yang menimbulkan kegaduhan seperti fenomena *hatespeech & hoax* dan hal tersebut biasanya massif menggunakan sistem *clickbait* di media digital seperti media sosial. Di tambah lagi ini hadirnya tantangan baru ketika pandemi

³ Ridwan Rustandi, "Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam," *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam* 3, no. 2 (2020): 84–95, <https://doi.org/10.23971/njppi.v3i2.1678>.

⁴ Rustandi.

covid-19 melanda diseluruh penjuru negeri. Fenomena hal tersebut sangat krusial dan sensitif dimasa era pandemi. Maka hal tersebut haruslah ada *problem solver* oleh berbagai pihak.

Dalam rangka menyikapi wabah atau pandemi ini pemerintah Indonesia terus berupaya mengurangi, atau bahkan memutus mata rantai penularan virus ini. Salah satu usahanya adalah menetapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) atau yang lebih akrab kita sebut dengan *lockdown*. Seperti zaman baru ketika biasa bertemu dengan langsung menjadi terhambat. Banyak isu berita informasi yang baik seperti kabar burung tak tentu kebenarannya di tambah lagi dengan banyak konten dengan menyebarkan *hate speech* dan banyak juga pengikutnya. Hal yang sering kali kita terlewat adalah dalam memilah isu, berita, opini yang menyesatkan yang menambah keriuhan pandemi ini kita harus pandai dan lebih bijak untuk hal tersebut. Hal inilah yang nantinya akan menyulitkan kita dalam melawan pandemi ini.⁵

Menilik masalah pandemi perlu kompetensi khusus yaitu seperti bidang kesehatan, bukan secara merta mempercayai orang tokoh atau orang awam yang dapat menyampaikan berita-berita secara membabi buta yang selanjutnya malah menjadi blunder dan menyesatkan. Melihat fenomena tersebut ada beberapa hujatan, cacian atau *Hate Speech*, berita *hoax* yang kembali beredar di *platform* media digital antara lain media sosial dan portal- portal *online* , dan ini

⁵ <https://www.kompasiana.com/wahyutriwibowo5328/600c4aa68ede4837bd57e582/bijak-dalam-bermedia>

mejadi masalah yang sangat serius ketika hal tersebut bersentuhan langsung dengan ranah agama. Masyarakat perlu memilah mana yang baik dan mana yang kurang tepat. Masalah tersebut dapat memancing dan memprovokasi terhadap diskomunikasi yang sengaja disebar jika tetap dibiarkan saja. Dari kacamata dampak negatif yang timbulkan oleh terpaan informasi media digital, maka perlunya *problem solver* yang konkret menyelesaikan masalah tersebut.⁶

Otoritas keagamaan di era media sosial menjadi sangat kabur. Saat ini publik lebih mengikuti apa yang mereka sukai, atau mengikuti seorang penceramah didasarkan pilihan politik. Kasus terbaru adalah persoalan beribadah di rumah, sudah sangat jelas Majelis Ulama Indonesia, Nahdlatul Ulama, dan Muhammadiyah telah menyatakan bahwa dalam kondisi wabah Covid 19, maka umat Islam dianjurkan untuk taraweh di rumah, tidak mudik lebaran, dan tidak ada shalat Idul Fitri, untuk memutus mata rantai penyebaran virus Covid 19. Namun pada kenyataannya, publik lebih memilih untuk mendengar ustadz media sosial yang tidak memiliki kejelasan latar belakang keilmuannya.⁷

Maka melihat realitas tersebut konsep dakwah yang mengedepankan Islam yang *Rahmatan lil 'alamin*, misi moderasi beragama dan

⁶ <https://kumparan.com/wahyu-tri-wibowo/refleksi-dan-tantangan-kemerdekaan-ri-di-masa-pandemi-1wM8EzZbwMF>

⁷ Fridiyanto. Firmansyah. M. Kholis Amrullah. Muhammad Rafii., “NAHDLATUL ULAMA DI TENGAH GELOMBANG DISRUPSI Meneguhkan Islam Nusantara, Mempertahankan NKRI,” in *NAHDLATUL ULAMA DI TENGAH GELOMBANG DISRUPSI Meneguhkan Islam Nusantara, Mempertahankan NKRI* (Bengkulu: Yayasan Sahabat Alam Rafflesia, 2021).

mengedapankan keramahan agama inilah yang kemudian mendorong umat untuk berbuat *amar ma'ruf nahyi munkar* yaitu menegakkan kebajikan sekaligus menghapuskan kebatilan menjadi suatu jawaban atas dinamika permasalahan saat ini yang dihadapi masyarakat. Dalam dakwah mengartikan perilaku Muslim dalam menjalankang Islam sebagai agama *rahmatd/an lil'alamin* yang harus didakwahkan kepada seluruh manusia. Dalam Islam, dakwah adalah media wasilah menuju jalan Allah. Berbagai hal yang dapat dijadikan sebagai sarana menyampaikan nilai-nilai Islam, itulah yang biasa dikenal sebagai media dakwah. Sampai dengan hari ini, media dakwah Islam setidaknya mempunyai lima jenis, yang diantaranya adalah media lisan sebagai rasanya paling sederhana, kemudian tulis, lukisan, audio visual dan akhlak⁸

Menurut Imam Abu Hamid bin Muhammad al-Ghazali dalam kitabnya *Bidâyatul Hidayah* menjelaskan bahwa lisan manusia terbagi atas dua jenis, yaitu lidah yang berada di dalam mulut dan lidah berupa *qalam* (pena). Salah satu metode dakwah yang digunakan oleh Nabi Muhammad SAW dan para sahabatnya adalah metode dakwah bil lisan. Metode dakwah bil lisan adalah menyampaikan dakwah Islam melalui penggunaan kata-kata seperti khitobah, ceramah, nasehat, diskusi. Dakwah bil lisan termasuk sebagai dakwah yang banyak dilakukan sejak zaman para nabi hingga saat ini,

⁸ Danur Putut Permadi, "Tantangan Dakwah Digital: Perspektif Herbert Marcuse," *Academic Journal of Da'wa and Communication* 4, no. 1 (2023): 95–112, <https://doi.org/10.22515/ajdc.v4i1.5519>.

namun perbedaannya di era digitalisasi ini adalah dakwah bil lisan lebih modern seiring dengan penggunaan media yang semakin meningkat. Satu asas yang harus diperhatikan dalam menjalankan strategi dakwah yang membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah. sikap bijak sebagai seorang penerima ilmu dalam kehadiran muslim-muslimah dalam berdakwah wajib ditegakan. Tidak terpengaruh situasi, begitupun sang pendakwah, harus tetap di jalan lurus, sesuai kondisi yang bersifat aktual layaknya di tengah pandemi covid 19.⁹

Keberhasilan indonesia keluar dari jeratan problem pandemi melibatkan peran berbagai komponen bangsa Indonesia, tak terkecuali organisasi keagamaan seperti NU. Peran NU sangat krusial dan terbukti dalam ikut membantu Indonesia dari jeratan problem-problem yang dihadapi negara kesatuan Indonesia. Nahdatul Ulama (NU) sebagai organisasi keagamaan terbesar di Indonesia dalam aktivitasnya dan telah berperan sebagai *civil society* nasional, perannya sangat krusial dalam konstruksi pemahaman masyarakat.

Apalagi Nahdlatul Ulama (NU) sebagai organisasi dakwah, tentunya membutuhkan ruang atau media yang dekat dengan sasaran dakwah untuk menyebarkan pesan-pesan yang sesuai dengan ajaran Islam. Melalui media digital, pesan yang disampaikan oleh organisasi tersebut diharapkan mampu

⁹ Agus Wahyu Triatmo, "Editorial Team :Dakwah Bil Lisan Dan Religiositas Generasi Milenial," *Jurnal of Da'Wa and Communication* 4, no. 1 (2023): 1–135, <https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/ajdc/article/view/6396/2417>.

mendorong informasi yang sejalan dengan nilai-nilai kebajikan ajaran Islam. Dengan hal tersebut NU dapat menjawab keresahan dan polemik yang dihadapi tantangan zaman digitalisasi di era pandemi seperti sekarang ini. Sejatinnya inilah momentum dalam mengoptimalkan pengguna media digital dalam segala pemanfaatan bidang dakwah. Maka dalam penelitian ingin mengetahui sejauh mana strategi digitalisasi dakwah NU di era pandemi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka dapat diuraikan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi digitalisasi dakwah NU di era pandemi covid 19?
2. Bagaimana proses strategi optimalisasi media digital dalam proses dakwah yang dilakukan Media NU Online ?

C. Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai beberapa manfaat sebagai berikut :

- 1) Akademis
 - a) Memberikan pengetahuan tentang Strategi Digitalisasi Dakwah NU di Era Pandemi covid 19
- 2) Praktis
 - a) Bagi penulis, penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk menerapkan ilmu yang telah didapat di bangku perkuliahan baik secara teori maupun di lapangan.

- b) Memperoleh gambaran dan penjelasan mengenai Strategi Digitalisasi Dakwah NU di Era Pandemi
- c) Kontribusi dalam hal literasi dakwah yang ramah dalam mengoptimalisasi media digital

D. Kajian Pustaka

Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian tesis atau kajian yang ingin diangkat peneliti antara lain yaitu:

1. Penelitian yang berjudul: “Digitalisasi Dakwah Sebagai Upaya Membangun Peradaban Baru Islam Di Masa Pandemi Covid-19” oleh Muhammad Himmatur Rizal dan Vika Rachmania Hidayah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang di terbitkan jurnal *Fastabiq: Jurnal Studi Islam* pada tahun 2021.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kepustakaan atau *library research*, yakni penelitian yang dilakukan melalui mengumpulkan data atau karya tulis ilmiah yang relevan dengan obyek penelitian, atau pengumpulan data yang bersifat kepustakaan, atau telaah yang dilaksanakan untuk memecahkan suatu masalah dengan mendasarkan secara spesifik pada penelaahan kritis dan mendalam terhadap bahan-bahan pustaka yang relevan. Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan historis. Pendekatan historis yang digunakan di sini dimaksudkan untuk meneliti sejarah metode dakwah pada zaman Rasulullah SAW

dan Sahabat Nabi. Dengan mengkomparasikan metode dakwah zaman Rasulullah SAW dan para sahabat Nabi selalu dijadikan contoh keberhasilan dakwah pada saat ini sebagai upaya membangun peradaban baru Islam di masa pandemi Covid-19.¹⁰

Di penelitian ini menganggap bahwa digitalisasi dakwah sebagai cara membangun peradaban baru di era *covid-19* dapat dilaksanakan melalui akun media sosial seperti *Instagram, Facebook, Youtube, Twitter*, dan akun media lainnya. Digitalisasi dakwah merupakan langkah untuk menyebarkan nilai-nilai Islam dengan memanfaatkan perkembangan IPTEK. Dalam melaksanakan dakwah, seorang da'i haruslah menunjukkan wajah islam yang ramah dan merangkul untuk semuanya. Sehingga pentingnya pengetahuan yang mumpuni, pengembangan soft skill dialektika dan penguasaan teknologi oleh seorang da'i sangat diperlukan untuk dapat melaksanakan kegiatan dakwah secara digital dengan baik dan ramah.¹¹ Perbedaan penelitian terdahulu terletak jelas pada subjek, obyek penelitian dan metode penelitian, penelitian yang saya teliti yaitu strategi digitalisasi dakwah NU di era pandemi, penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan analisis konten media NU

¹⁰ Muhammad Himmatur Riza, "Digitalisasi Dakwah Sebagai Upaya Membangun Peradaban Baru Islam Di Masa Pandemi Covid-19," *Fastabiq: Jurnal Studi Islam* 2, no. 1 (2021): 45–61, <https://doi.org/10.47281/fas.v2i1.33>.

¹¹ Riza.

Online serta menggunakan wawancara dengan narasumber yang terkait. Di penelitian terdahulu juga tidak menentukan lembaga maupun media dalam yang akan diteliti karena hanya menggunakan *library research* saja.

2. Penelitian yang kedua berjudul “Strategi dan Manajemen Dakwah Masa Pandemi Covid-19” oleh Uswatun Hasanah IAIN Madura, Indonesia dan Nikmawati Penyuluh Agama Islam KUA Pesangrahan Jakarta Selatan yang terbit di jurnal *IMEJ: Islamic Management and Empowerment Journal*, IAIN Salatiga. Penelitian ini melihat bagaimana strategi dan manajemen dakwah masyarakat Madura pada masa pandemic. Hasil penelitian ini bahwa strategi dan manajemen dakwah masyarakat madura pertama adalah dengan carat tatap muka, dakwah dilakukan sebagaimana biasa dengan yakni dilakukan dalam satu majelis yang kedua adalah dengan cara online. alasan pertama adalah hanya beberapa daerah yang masuk dalam zona merah, yang kedua adalah sebagian besar masyarakat Madura masih belum melek teknologi dan media social.¹²

Sementara alasan dilakukannya dakwah dengan cara daring/online adalah pertama karena kiai-kiai Madura tidak dapat

¹² Uswatun Hasanah and Nikmawati Penyuluh Agama Islam KUA Pesangrahan Jakarta Selatan, “Strategi Dan Manajemen Dakwah Masa Pandemi Covid-19 Masyarakat Madura,” *IMEJ: Islamic Management and Empowerment Journal* 3, no. 1 (2021): 49–62, <https://doi.org/10.18326/imej.v3i1.49-62>.

menghadiri undangan dari luar Madura sementara mereka memiliki jama'ah di luar Madura. Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif, studi lapangan data-data diperoleh melalui tiga cara yakni wawancara, dokumentasi dan observasi. Sedangkan objek penelitian ini adalah 3 majelis ta'lim yang ada di kabupaten Sumenep yang mewakili Madura pada umumnya.¹³ Perbedaan penelitian terdahulu terletak pada subjek, obyek penelitian, penelitian yang saya teliti yaitu strategi digitalisasi dakwah NU di era pandemi, penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan analisis konten media NU *Online* dan penelitian hanya memiliki kesamaan metode penelitian yang menggunakan kualitatif lapangan dengan wawancara, dokumentasi, observasi.

3. Penelitian terdahulu yang ketiga yaitu yang berjudul “Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan” oleh Athik Hidayatul Ummah dan M. Khairul Khatoni, M. Khairurromadhan, Universitas Islam Negeri Mataram. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang dan tantangan, serta model strategi Podcast sebagai media dakwah digital yang efektif. Metode penelitian yang digunakan adalah *library research* untuk menganalisis berbagai sumber pustaka dengan analisis mendalam untuk mengurai rumusan masalah penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

¹³ Hasanah and Penyuluh Agama Islam KUA Pesangrahan Jakarta Selatan.

Podcast menjadi media dakwah digital yang efektif karena dapat mentransformasi pengetahuan keagamaan kepada khalayak; dapat dikolaborasikan dengan media lain; alternatif media untuk mendiseminasikan konten audio baik individu maupun lembaga; dapat diakses dengan aman dan nyaman.

Adapun strategi yang dilakukan da'i untuk mengelola dakwah digital melalui Podcast, diantaranya mengenal karakteristik objek dakwah, menyusun pesan dakwah yang menarik, menggunakan metode dakwah yang sesuai, dan menggunakan media sesuai target.¹⁴ Perbedaan penelitian terdahulu terletak pada metode penelitian yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan metode *library research* untuk menganalisis berbagai sumber pustaka dengan analisis mendalam untuk mengurai rumusan masalah penelitiannya. Berbeda yang saya akan teliti yaitu strategi digitalisasi dakwah NU di era pandemi, penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan analisis konten media NU *Online* dengan pengumpulan data lapangan berupa wawancara, dokumentasi dan observasi.

4. Penelitian terdahulu yang keempat yaitu *Construction of Public Opinion about Religious Moderation on NU Online Instagram Accounts (@nuonline_id)* oleh Serin Himatus Soraya dan Wahyu Tri

¹⁴ Athik Hidayatul Ummah, M. Khairul Khatoni, and M. Khairurromadhan, "Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan," *Komunike* 12, no. 2 (2020): 210–34, <https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i2.2739>.

Wibowo, UIN Sunan Kalijaga ,Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode observasi *online* atau metode *library research online* dengan analisis *framing* dan meninjau langsung bagaimana media *online* tersebut dapat membingkai dan mengkonstruksikan paham moderasi beragama di Indonesia. Ditemukan bahwa akun *Instagram @nuonline_id*. telah mengkonstruksi opini publik tentang paham moderasi beragama dengan memframing konten postingan medianya yang berfokus pada aspek-aspek kehidupan masyarakat. Tidak hanya pada hubungan umat beragama saja, melainkan moderasi beragama ditunjukkan secara luas seperti mencangkup bidang politik, pendidikan, hukum, dan ekonomi. Hal ini selaras dengan konsep agama *Islam Rahmatallil 'alamin*.¹⁵

Perbedaan penelitian terdahulu terletak pada metode penelitian yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan metode *library research online* untuk menganalisis berbagai sumber pustaka dengan analisis mendalam untuk mengurai rumusan masalah penelitiannya. Data penelitian hanya fokus kepada media akun *Instagram @nuonline_id* dan fokus ke kajian kontruksi opini publik tentang moderasi beragama. Berbeda yang saya akan teliti yaitu strategi digitalisasi dakwah NU di era pandemi, penelitian ini

¹⁵ Serin Himatus Soraya and Wahyu Tri Wibowo, "Construction of Public Opinion about Religious Moderation on NU Online Instagram Accounts (@nuonline_id)," *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 15, no. 1 (2021): 111–23, <https://doi.org/10.24090/komunika.v15i1.4572>.

menggunakan deskriptif kualitatif dengan akan menganalisis semua media digital NU yang bernama NU *Online* dengan pengumpulan data lapangan berupa wawancara, dokumentasi dan observasi.

5. Penelitian Tesis yang berjudul E-Dakwah Nahdatul Ulama Dan Muhammadiyah: Penggunaan Twitter Sebagai Media Dakwah Kontemporer oleh Elvara Sadrina Magister Media dan Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNAIR. Berdasarkan analisis hasil dan pembahasan di atas disimpulkan bahwa konten e-dakwah kontemporer Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah memuat tentang aspek-aspek aqidah, syariah, akhlaq, dan muamalah dalam Islam. Konten aqidah, syariah, akhlaq, dan muamalah dalam akun twitter Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah berbeda. interaktivitas e-dakwah. Twitter @nu_online cenderung bersifat “searah” (one way interactivity) dalam bentuk tweet dan retweet, dimana admin hanya men-tweet dan me-retweet followers. Dalam pola interaktivitas searah ini, pertanyaan followers dalam akun twitter hampir tidak pernah direspon (reply) oleh admin.

Pola interaktivitas ini dipilih sebagai wujud kehati-hatian dan menghindari kemungkinan terjadinya perdebatan dan pertayaan yang berkelanjutan, seperti pada kasus tweet tentang ucapan selamat natal untuk umat interaktivitas e-dakwah dari konten yang disampaikan dalam akun twitter Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah mendapat

tanggapan yang positif dari followers karena mampu menciptakan pemahaman followers mengenai berbagai aspek tentang Islam. Twitter @nu_online cenderung bersifat “searah” (one way interactivity) dalam bentuk tweet dan retweet, dimana admin hanya men-tweet dan me-retweet followers. Dalam pola interaktivitas searah ini, pertanyaan followers dalam akun twitter hampir tidak pernah direspon (reply) oleh admin.

Hal ini membuktikan bahwa twitter @nu_online banyak diterima oleh semua kalangan masyarakat. Fake followers dalam akun twitter @nu_online bukan dari pihak admin atau redaksi tim nu_online tetapi dari pihak luar nu_online. Interaktivitas e-dakwah dalam akun twitter Muhammadiyah lebih bersifat “dua arah” (two ways interactivity) dalam bentuk tweet dan reply, di mana admin selalu menjawab/merespon terhadap pertanyaan/tanggapan followers. Dalam pola interaktivitas ini ada timbal balik atau pertukaran pesan (message exchange) antara pengirim dan penerima; dan memungkinkan terciptanya ruang diskusi inter-personal, kelompok, maupun publik yang sangat dinamis antara admin dan followers, termasuk terkait dengan konten- konten tweet yang memicu konflik (pro- kontra).

Followers dalam twitter @muhammadiyah mayoritas beragama Islam. Fake followers dalam twitter @muhammadiyah berasal dari followers dan simpatisan @muhammadiyah yang ingin

melihat twitter @muhammadiyah mempunyai banyak followers. Perbedaan penelitian terletak pada kajian subjek penelitian yaitu penelitian terdahulu meneliti fokus di media twitter saja dan meneliti 2 media NU dan Muhammadiyah. Terakhir penelitian belum tidak meneliti tentang fenomena di era pandemi¹⁶

E. Kerangka Teori

Kerangka teori ini sebagai landasan penelitian yang akan diangkat dengan berpatokan dengan teori atau materi-materi yang terkait dengan topik strategi digitalisasi dakwah media NU Online di Era Pandemi.

1. Digitalisasi Media

Media menjadi salah satu sarana yang wajib di zaman yang penuh kemuktakhiran ini. Melihat perkembangan iptek, perubahan yang signifikan terjadi pada media. Sebelumnya media terlahir secara analog yang terkemas di sistem konvensional. Sekarang media dibalut dengan sentuh digitalisasi dan menggunakan sistem online. Berikut ini adalah jenis-jenis media digitalisasi sistem online yang dapat digunakan, yaitu

- a) *Official Website* atau situs resmi yang dapat membantu untuk menjelaskan kepada publiknya tentang identitas organisasi secara lebih jelas.

¹⁶ E Shadrina, "E-Dakwah Nahdatul Ulama Dan Muhammadiyah: Penggunaan Twitter Sebagai Media Dakwah Kontemporer," *Tesis Media Dan Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Airlangga Surabaya*, 2015, 1–51,

- b) *Social network* atau jejaring sosial (media sosial) yang mampu menghubungkan semua orang untuk berinteraksi satu dengan yang lain.
- c) Intranet yang merupakan jaringan komunikasi internal organisasi untuk menunjang komunikasi publik internal .¹⁷

2. Website

Ada beberapa perbedaan dalam penulisan dari terminologi Website. Walaupun “Website” sudah secara umum dipakai, namun untuk *Associated Press Stylebook*, *Reuters*, *Microsoft*, *Academia*, dan kamus-kamus yang ada, penulisan yang mereka pakai adalah dengan menggunakan 2 kata, yaitu *web-site*. Hal ini karena “Web” bukanlah terminology umum, namun kependekan dari *World Wide Web*. Terjemahan bebasnya, *Website (web site)* adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada didalam *World Wide Web (WWW)* di internet. Sebuah halaman web adalah dokumen yang ditulis dalam format HTML (*Hyper Text Markup Language*), yang hampir selalu bisa diakses melalui HTTP, yaitu protokol yang menyampaikan informasi dari server website untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui

¹⁷ Yuliawati dan Enjang Pera Irawan. (2016). *Peran Cyber Public Relations Humas Polri dalam Memberikan Pelayanan Informasi Publik Secara Online (Studi Deskriptif tentang Penerapan Cyber Public Relations dalam Mengelola website humas.polri.go.id sebagai Implementasi Undang-undang Keterbukaan Informasi Publik*. Jurnal Politikom Indonesiana, Vol.1, No.1, Juli 2016.

web browser. Semua publikasi dari website-website tersebut dapat membentuk sebuah jaringan informasi yang sangat besar.

Website resmi (*Official Site*) dibangun sendiri oleh perusahaan dan disesuaikan dengan kebutuhan publikasi informasi perusahaan. Dengan Website resmi, perusahaan dapat menyajikan informasi-informasi terkait dengan perusahaan secara keseluruhan, baik berupa profil perusahaan, berita terkini, katalog produk/jasa, dan lain-lain. Sehingga brand awereness konsumen dapat meningkat. Situs atau *web* adalah kumpulan halaman di media internet yang berisi informasi dengan topik tertentu. Situs resmi perusahaan biasanya mencerminkan identitas perusahaan itu sendiri dan membangun hubungan dengan publiknya seperti contoh yang dikemukakan oleh Lattimore : Melalui situs *Web*, merk makanan menawarkan resep, promosi, *screen savers*, *meal planners* dan lusinan fitur lainnya untuk memperkuat ikatannya dengan konsumen.¹⁸

3. Media Sosial

Dalam Cross dinyatakan bahwa media sosial merupakan istilah yang mendeskripsikan beragam teknologi yang digunakan untuk melibatkan orang-orang dalam sebuah kolaborasi, pertukaran informasi, dan interaktivitas

¹⁸ Yuliawati dan Enjang Pera Irawan. (2016). *Peran Cyber Public Relations Humas Polri dalam Memberikan Pelayanan Informasi Publik Secara Online (Studi Deskriptif tentang Penerapan Cyber Public Relations dalam Mengelola website humas.polri.go.id sebagai Implementasi Undang-undang Keterbukaan Informasi Publik*. Jurnal Politikom Indonesiana, Vol.1, No.1, Juli 2016.

dengan konten *web-based*. Sementara dalam Giannini, Jr dikatakan bahwa media sosial merupakan media elektronik di mana partisipan dapat memproduksi, mempublikasi, mengontrol, mengkritik, memberikan peringkat, dan melakukan interaksi dengan konten secara online. Sedangkan menurut Scott, “*social media provides the way people share ideas, content, thoughts, and relationships online.*” Maka dapat disimpulkan bahwa social network adalah jaringan yang menghubungkan setiap orang guna berbagi ide, pemikiran dan menjalin hubungan secara online.¹⁹

Kunci dari media sosial menurut Lattimore adalah adanya sifat kolaboratif atau suasana berbagi informasi serta audiensi. Media sosial tampil dengan beragam bentuk seperti *Facebook, Youtube, Instagram* dll. Phillips & Noble berpendapat dengan meningkatnya sarana media sosial, media masa tradisional menjadi kurang efektif dipergunakan sebagai alat pemasaran. Tak dapat dihindari, jejaring media sosial sangat menarik perhatian masyarakat umum akhir-akhir ini. Media sosial sudah terikat pada aktivitas masyarakat umum, karena jejaring sosial media dipergunakan sebagai alat komunikasi mengenai minat, karya, dan interaksi.²⁰

Ada beberapa jenis *media social* yang terpopuler saat ini antara lain yaitu *Instagram, Youtube, Whatsapp, Facebook, Snapchat, Twitter, dan*

¹⁹ Pujasari Supratman, Lucy. (2018). *Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native*. Universitas Telkom. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 15, Nomor 1, Juni 2018: 47-60.

²⁰ Rudyanto, (2018). *Pengaruh Pemasaran Jejaring Media Sosial dan Keterkaitan Kosumen Terhadap NIAT Beli Kosumen Jurusan Usaha Wisata*, Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa. Vol. 11 No. 2 September 2018: 177-200

Ask.fm. *Instagram* adalah salah satu media sosial paling populer yang digunakan *digital native*. Media sosial ini seakan telah mengambil sebagian kehidupan digital native sepanjang hari. Kelebihan fitur Instagram memang membuat digital native betah berlama-lama menikmati fasilitas yang diberikan media sosial ini. Instagram menyediakan fitur posting edit foto *snapgram* (*caption*, *filter*, efek unik, dan stiker lucu), *instastories*, video pendek, bumerang, *superzoom*, *rewind*, *handsfree*, dan *slow motion*.

Digital native juga senang membaca berita mutakhir tentang pendidikan, sosial, politik, dan gosip lewat link yang diberikan oleh akun-akun Instagram yang mereka ikuti (*follow*). Mereka juga senang menikmati meme lucu, video tutorial, dan klip karaoke. Mereka juga senang menikmati fitur Instagram sambil saling mengirim dan membalas pesan antarsesama pengguna Instagram lainnya melalui *Direct Message* (DM).²¹

Media sosial selanjutnya adalah Whatsapp yang dipilih digital native karena tidak memiliki banyak desain dan lebih fungsional. Menurut mereka, Whatsapp memiliki kualitas yang lebih baik untuk berbagi foto atau video dan lebih mudah melakukan chatting karena dapat menyimpan nomor telepon. Digital native mengatakan bahwa Whatsapp membantu mereka menghemat biaya berkomunikasi jarak jauh, terutama bagi mahasiswa perantau dan orang tua mereka untuk menanyakan kabar tanpa harus khawatir pulsa tersedot. Se

²¹ Pujasari Supratman, Lucy. (2018). *Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native*. Universitas Telkom. *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 15, Nomor 1, Juni 2018: 47-60.

lanjutnya adalah Facebook adalah media sosial yang paling lama digunakan oleh digital native. Laman Facebook dapat meringkas kegiatan keseharian mereka dan hampir seluruh informan menampilkan foto “*alay*” dan status-status personal. Mereka saling mengomentari foto, video, dan status di laman *wall* serta *newsfeed*.²²

Sementara itu, Twitter digunakan digital native untuk membaca tweet tentang informasi yang menjadi tren. Mereka jarang membuat tweet karena jumlah karakternya terbatas (140-280 karakter). Kebanyakan dari mereka adalah pembaca aktif yang membaca “*kicauan-kicauan*” yang sedang menjadi trending topic, melakukan retweet informasi penting tersebut pada teman-teman mereka, melakukan DM terkait tweet tertentu dan membaca thread (kolom cerita di Twitter). Menurut Yusufzai, pengguna internet cenderung lebih banyak menggunakan media sosial termasuk *Instagram*, *Youtube*, *Facebook*, dan *Twitter*, untuk tujuan menjangkau program pemerintah, bisnis dan industri hiburan.²³

4. Definisi Strategi

Istilah strategi berasal dari “*kata benda*” dan “*kata kerja*” dalam kamus Yunani. Sebagai kata benda, *strategos* merupakan gabungan kata *stratos* (militer) dengan *ago* (memimpin). Sebagai kata kerja *stratego* berarti

²² Pujasari Supratman, Lucy. (2018). *Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native*. Universitas Telkom. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 15, Nomor 1, Juni 2018: 47-60.

²³ Pujasari Supratman, Lucy. (2018). *Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native*. Universitas Telkom. Jurnal Ilmu Komunikasi Vol. 15, Nomor 1, Juni 2018: 47-60.

merencanakan (*to plan*) (Majid, 2013: 7). Menurut Ruslan menyebutkan “strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen.. Dari pengertian diatas, Ruslan berpendapat strategi merupakan sebuah rencana yang telah terkonsepkan untuk dijadikan perencanaan guna mendukung keberhasilan program perusahaan atau organisasi. Istilah strategi sering pula disebut rencana strategi atau rencana jangka panjang perusahaan atau organisasi. Satu lagi strategi yang mempengaruhi proses manajemen perusahaan atau organisasi yaitu strategi komunikasi.

Strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.²⁴

5. Strategi Digitalisasi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi

²⁴ Olli, Helena & Erlita. Novi.(2011). *Opini Publik*. Jakarta: PT INDEKS.

komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi .²⁵

Menurut Holtz menyatakan bahwa praktik *online communication* yang strategis (atau *next-generation online*) harus memiliki dan menggabungkan empat hal yang menyeluruh, yakni *strategic, integrated, targeted*, dan *measurable*, yakni sebagai berikut:

1. **Strategic:** Komunikasi didesain untuk memengaruhi hasil.
2. **Integrated:** Media atau organisasi menggunakan platform digital dengan internet sebagai bagian dari perencanaan komunikasi yang lebih luas.
3. **Targeted:** Menggunakan platform digital dengan internet berdasarkan kelebihan yang dimilikinya dibandingkan dengan bentuk komunikasi lainnya adalah menjangkau target *audience* yang spesifik.
4. **Measureable:** Perencanaan tersebut termasuk sarana yang dapat digunakan untuk menilai efektivitas usaha komunikasi yang telah dilakukan. Memasukkan pengukuran dalam perencanaan komunikasi yang strategis memastikan pada suatu program dapat diukur .²⁶

²⁵ Olli, Helena & Erlita. Novi.(2011). *Opini Publik*. Jakarta: PT INDEKS.

²⁶ Gabrina, Inez dan Suharyanti. (2014). *Analisis Strategi Cyber Public Relations PT.Pertamina (Persero) untuk Sosialisasi Penyesuaian Harga LPG 12 Kg (Studi Kasus pada Kompasiana oleh Pertamina)*. Journal Communication Spectrum, Vol.3 No. 2 Agustus 2013-Januari 2014.

6. Metode Dakwah

Metode dakwah merupakan cara yang digunakan oleh da'i dalam menyampaikan materi dakwahnya kepada mad'u. metode dapat diartikan bahwa cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan. Adapun metode dakwah menurut Q.S An-Nahl ayat 125.

Artinya: “Serulah (Manusia) kepada jalan Tuhan-Mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa, yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

Dimana pada ayat tersebut mencakup beberapa metode yang dapat digunakan dalam berdakwah yaitu hikmah, mauidhah hasanah, dan mujadalah (perdebatan) dengan baik. Disamping itu metode dakwah juga dapat dibagi menjadi: *bil hal, bil mal, bil lisan*. Adapun metode dakwah lain yang sering digunakan mad'u pada masa sekarang adalah bil lisan atau ceramah, Tanya jawab, diskusi, demonstrasi, kisah, uswatun hasanah atau keteladanan dan sebagainya.

Dari pemaknaan tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa dakwah bi al-hikmah adalah ajakan atau seruan kepada jalan Allah dengan pertimbangan ilmu pengetahuan seperti bijaksana, adil, sabar dan penuh ketabahan, argumentatif, selalu memperhatikan keadaan mad'u. Hal ini menunjukkan

bahwa metode bi al-hikmah mengisyaratkan bahwa seorang da'i harus memiliki wawasan luas termasuk didalamnya tidak hanya paham tentang ilmu-ilmu agama tetapi juga tahu tentang ilmu-ilmu umum lainnya seperti psikologi, sosiologi dan sebagainya²⁷.

Menurut beberapa ahli seperti yang dikutip oleh Husain Fadhullah bahwa al-mau'izah al-hasanah mengandung pengertian pelajaran dan nasehat yang baik, gaya bahasa, teladan dan pencegahan dengan cara yang lembut. Peringatan dengan gaya bahasa yang mengesankan atau menyentuh hati dengan mengajukan dalil- dalil yang memuaskan melalui ucapan yang lembut dengan penuh kasih sayang. Ucapan dengan kelembutan hati yang menyentuh jiwa dan memperbaiki amal. Nasehat, bimbingan dan arahan untuk kemaslahatan dilakukan dengan baik dan penuh tanggung jawab, akrab, komunikatif dan terkesan di hati masyarakat. Ucapan yang penuh kelembutan, tidak mengejek, melecehkan, menyudutkan atau menyalahkan sehingga membuat seseorang merasa dihargai rasa kemanusiaannya²⁸.

Dakwah Islam diberikan dengan alasan yang masuk akal, dengan kesanggupan Dakwah Islam diberikan dengan alasan yang masuk akal, dengan kesanggupan membanding diantara yang hak dan yang bathil.

²⁷ Said, "*Metode Dakwah (Studi Al-Qur'an Surah an-Nahl Ayat 125)*."

²⁸ Said.

Jaadilhum billati hiya ahsan, yakni berdebat, bertukar pikiran, berdiskusi yang semuanya dijalankan dengan sebaik-baiknya²⁹.

Secara garis besarnya terdapat tiga bentuk metode dakwah, yaitu : (1) Al-Hikmah, dalam pengertian kebijaksanaan, (2) Al-Mauidhtul Hasanah, dalam pengertian nasehat atau tutur kata yang baik, (3) Mujadalah allati hiya ahsan, dalam pengertian dakwah melalui media tukar pikiran, diskusi, debat dan lain sebagainya (lihat Q.S. 16 : 125). Menurut Endang Saifudin menyebutkan tiga bentuk metode, yaitu membacakan (yatlu 'alaihi ayatihi), menyucikan (yuzakkihim), dan mengajarkan al-kitab dan al-hikmah (yu'allimunahum al- kitaba wal-hikmah). Al-Mauidhatul hasanah atau lebih akrab di dengar dengan kata Nasehat, berasal dari kata (حصن) berarti (صلح) murni, dan bersih dari kotoran, dan juga berarti (طاخ) menjahit. Al-Mauidhatul Hasanah adalah pelajaran yang baik. Sedangkan nasehat adalah salah satu dari Al-Mauidhatul Hasanah yang bertujuan mengingatkan segala perbuatan pasti ada sangsi dan akibat. Pengertian³⁰.

Maka bisa ditarik kesimpulan bahwa al-mau`izah al-hasanah bermakna sebagai metode dakwah untuk seorang da'i yang jauh dari kata kekerasan, permusuhan, adu domba dan sejenisnya, ia haruslah mengedepankan sifat yang penyayang, ramah, penuh perhatian dan bersahabat dalam proses

²⁹ Fajeri Arkiang and Rabiatus Adwiah, "Konsep Dakwah Mauidhatul Hasanah Dalam Surat An-Nahl Ayat 125," *Murabby: Jurnal Pendidikan Islam* 2, no. 1 (2019): 57–68, <https://doi.org/10.15548/mrb.v2i1.329>.

³⁰ Arkiang and Adwiah.

dakwahnya. Hal ini juga sesuai dengan visi-misi dakwah seperti dalam Qur'an Al-Anbiya ayat 107;

“Dan Kami tidak mengutus engkau (Muhammad) melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi seluruh alam” (QS. Al-Anbiya' Ayat 107)

Perkembangan teknologi yang begitu pesat menjadi peluang dakwah, mana kala para dai berani untuk mengambil posisi yang tepat dalam berbagai ranah sosial politik, selanjutnya mengupgrade kemampuannya dalam menguasai teknologi media komunikasi yang berkembang seperti sekarang ini.

Menurut Hamka, memandang bahwa seluruh masyarakat adalah obyek dakwah. Ini didasarkan pada isyarat Nabi SAW, : “Agama itu kemasyarakatan, agama itu pergaulan”. Menunjukkan bahwa yang menjadi obyek dakwah itu bukan terbatas hanya pada mereka yang belum menganut Islam tapi juga mereka yang telah menyatakan dirinya sebagai muslim, adalah untuk suatu maksud agar yang telah menjadi muslim selalu meningkatkan kualitas kemuslimannya.³¹

Pada hakikatnya, gerakan dakwah Islam berporos pada *amar ma'ruf nahi munkar*. *Ma'ruf* mempunyai pengertian segala perbuatan yang mendekatkan diri kepada Allah SWT. sedangkan *munkar* ialah segala perbuatan yang menjauhkan diri dari pada- Nya. Pada dataran *amar ma'ruf*,

³¹ Arkiang and Adwiah, “Konsep Dakwah Maudhatul Hasanah Dalam Surat An-Nahl Ayat 125.”

siapapun bisa melakukannya, pasalnya kalau hanya sekedar “menyuruh” kepada kebaikan itu mudah dan tidak ada resiko bagi si “penyuruh”.³²

Pendekatan dakwah sendiri memiliki berbagai cara seperti menyampaikan secara lisan (dakwah *bi al-lisan*), secara tulisan (dakwah *bi al-kitabah*) dan secara perbuatan (dakwah *bi al-hal*). Dalam konteks ayat An-Nahl: 125 memberi gambaran dakwah *bil hikmah*(bijaksana) secara umum, ketika dakwah dimaknai secara lisan dan secara tulisan maka dakwah harus disampaikan secara baik dengan memperhatikan *mad’u*, secara garis besar harus di sampaikan dengan kasih sayang, sabar, santun/sopan, jika terjadi perdebatan maka selesaikan dengan cara yang baik pula dengan cara persuasif, tidak saling mengejek satu sama lain, tidak menyulut api bermusuhan atau memprovokasi satu sama lain, begitu pula dengan dakwah secara *bi al-hal*(perbuatan) bahwa ayat tersebut juga menjelaskan selain yang sudah diterangkan diatas, juga ada visi untuk menegakan kebenaran dan meninggalkan ke bathilan. Seorang *da’i* harus bisa memberikan contoh dakwah *bi al-hal*(perbuatan) dengan sedemikian rupa agar misi-visi dakwah ayat An-Nahl 125 yang menjadi pedoman tersampaikan dengan baik.

Arti *mauidlah hasanah* menurut Ki Moesa, *mad’u* berada dalam keadaan normal, tidak berbantahan meskipun tidak menerima. Sedangkan pada *mad’u* sering terjadi sikap bertahan dan menolak pesan-pesan dakwah yang disampaikan da’i. dalam kondisi yang tidak normal seperti ini akan

³² Arkiang and Adwiah.

bermunculan sikap sanggahan dan penolakan melalui intrupsi, pertanyaan, pikiran banding dan lain- lainnya. Oleh karena itu, perlu dibangun di masyarakat sikap dialog yang baik dan menghargai pihak lain, sebagaimana dijelaskan dalam Surat an-Nahl ayat 125 (*wa jaadilhum billati hiya ahsan*).³³

Visi utama dakwah yang berorientasi pada kondisi *rahmatan lil al-alam* dalam kehidupan dunia dan terselamatkan di akhirat dapat diwujudkan melalui misi *mujadalah* atau dialog yang terbaik. Misi ini bisa dilakukan, bila *mad'u* berperan aktif dalam proses pencarian solusi pelaksanaan dakwah atau dalam upaya menemukan kesamaan interpretasi terhadap pesan dakwah yang ditandai oleh berbedanya medan pengalaman (*field experience*) antara *mad'u* dan *da'i*. Perbedaan tersebut terjadi karena perbedaan dalam hal pekerjaan, status sosial, agama, latar belakang pendidikan dan lain-lainnya.³⁴

Makna ayat “*Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik*” Ayat ini sepertinya cocok untuk mengkontekstualisasikan fenomena dakwah saat ini yang merebak di media sosial banyak memunculkan dakwah yang kurang pas untuk *mad'u*.

Apalagi ada *da'i* yang melakukan pengajaran yang kurang baik dan sengaja untuk menyulut permusuhan, klaim kebenaran sana-sini dengan kelompoknya, terkadang juga menyudutkan berbagai pihak dengan traget

³³ Irzum Fariyah, “Membangun Solidaritas Sosial Melalui Dakwah Mujadalah,” *At-Tabsyir* 3, no. 1 (2015): 212.

³⁴ Fariyah.

memecah umat dengan konten gambar, video, dan *statement* yang meresahkan. Bisa ditegaskan hal tersebut bukan lah proses dakwah sekalipun itu yang menyampaikan seorang tokoh terkenal atau terpandang dan secara atribut mengindentitaskan agama Islam. Apalagi tambah pemaknaan kesalahan kita masih simbolik, dan kadang dapat mudah terprovokasi.

Terakhir ayat ini gambaran bagaimana dakwah ini harus disampaikan dan seperti apa dakwah yang ideal sesuai pesan-pesan-Nya. Melihat fenomena penyampaian dakwah di media sosial yang riskan untuk diklaim yang tidak semestinya, ditambah lagi melihat perkembangan media juga banyak terjadi penyimpangan-penyimpangan dengan dalih agama, maka harusnya ada pedoman khusus untuk menjaga marwah atau citra baik dakwah. Dengan mengkontekstualisasikan ayat an-Nahl Ayat 125 merupakan jawaban untuk menangkal problema dakwah yang terkesan menakutkan dan memberikan garis besar sebagai pemisah antara yang tidak semestinya dan untuk seharusnya dilakukan, dengan kata lain ayat ini menjadi literasi dakwah yang ramah untuk semua sesuai konsep dakwah rahmatan lil alamin.

7. Pesan dakwah

Menurut M. Natsir bahwa pesan dakwah adalah pesan yang disampaikan kepada manusia atau insan yang bertujuan memberikan petunjuk untuk mendapatkan kesejahteraan hidup, baik secara material maupun secara spiritual. Makna yang sama dalam pembahasan ini adalah memuat berbagai macam motivasi kepada manusia supaya lebih semangat dalam mencapai taraf

hidup yang lebih baik. Pendapat tersebut memiliki makna bahwa pesan dakwah adalah segala sesuatu yang disampaikan komunikator kepada komunikan yang bertujuan untuk menyeru kepada hal yang baik dan mencegah kepada hal yang menyimpang dari ajaran Islam atau mungkar.

8. Media Dakwah

Media berasal dari bahasa latin median yang merupakan bentuk jamak dari kata medium yang berarti alat, perantara, penyambung atau penghubung antara dua aspek, yang berarti sesuatu yang dapat menjadi alat atau perantara untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan dakwah secara etimologi berasal dari bahasa Arab yang berarti panggilan, ajakan atau seruan, secara terminologi dakwah adalah mengajak manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasulnya. Maka yang dimaksud media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u untuk menyampaikan ajaran Islam kepada umat.

35. Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa media dakwah merupakan alat yang menjadi perantara penyampaian pesan dakwah dari da'i (penyeru dakwah) kepada mad'u a(penerima dakwah). Jadi media merupakan alat dakwah, sehingga bentuknya merupakan alat komunikasi. Akan tetapi ada sarana lain alat komunikasi tersebut, seperti tempat, infrastruktur, mesin, tempat duduk, alat tulis, alat perkantoran dan sebagainya.

³⁵ Athik Hidayatul Ummah, "Dakwah Digital Dan Generasi Milenial," *Tasâmuh* 18 (2020): 54–78, <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/tasamuh/article/view/2151>.

Dari definisi tersebut, menurut penulis media dakwah merupakan alat/asarana yang dapat digunakan untuk menyampaikan materi (pesan) dakwah dari da'i kepada mad'u, media ini sifatnya adalah membantu dan mempermudah penyampaian materi tersebut, sehingga keberadaan media ini sifatnya adalah sebagai penunjang artinya karena kondisi tertentu dakwah dapat dilaksanakan tanpa menggunakan media sebagai alat bantu.

Media dakwah sebagai alat untuk mengkomunikasikan materi dakwah kepada orang lain dapat diklasifikasikan menjadi tiga kelompok yaitu media terucap (*the spoken words*) yaitu alat yang bisa mengeluarkan bunyi seperti radio, telepon, dan sejenisnya; media tertulis (*the printed writing*) yaitu media berupa tulisan atau cetakan seperti majalah, surat kabar, buku, pamflet, lukisan, gambar dan sejenisnya; media pandang dengar (*the audio visual*) yaitu media yang berisi gambar hidup yang bisa dilihat dan didengar yaitu film, video, televisi dan sejenisnya. Atau media dakwah meliputi media audio, visual dan media audio visual

9. Digitalisasi Dakwah

Kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi dapat dimanfaatkan untuk mengoptimalkan kegiatan dakwah. Dakwah dan teknologi adalah sesuatu yang tidak dapat dipisahkan. Penyampaian dakwah harus dilakukan secara optimal, termasuk memanfaatkan sosial media, agar dapat diterima lebih luas dan cepat. Sehingga optimalisasi dakwah dapat ditingkatkan efektifitasnya baik dari sisi waktu, biaya, maupun proses. Jika berpijak pada

konsep dakwah kontemporer, maka dakwah yang dilakukan harus dengan menggunakan teknologi modern yang sedang berkembang. Secara umum jenis media dakwah ada dua. Pertama media tradisional yakni berdakwah tanpa menggunakan teknologi komunikasi.

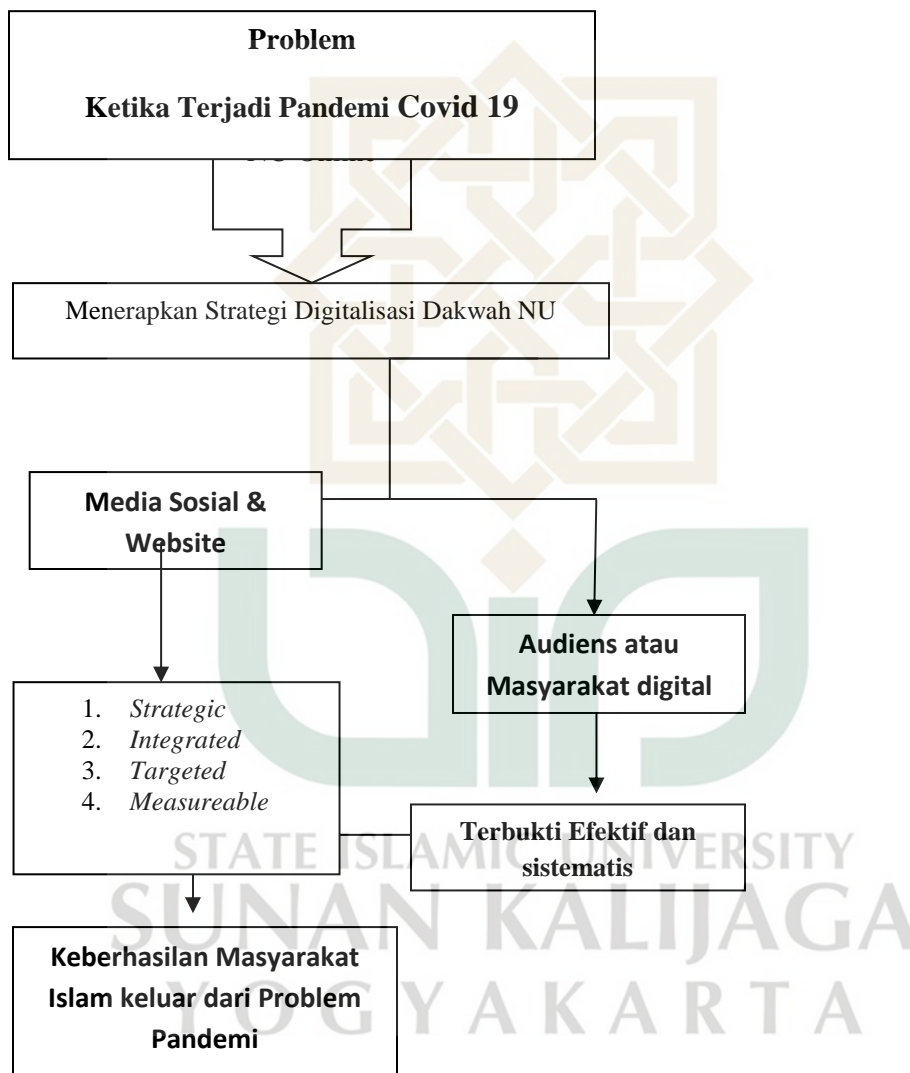
Media tradisional dapat berupa seni pertunjukan Islami yang secara tradisional dipentaskan di depan publik sebagai hiburan dan memiliki sifat komunikatif. Kedua, media modern yakni berdakwah dengan menggunakan teknologi komunikasi. Seperti berdakwah di televisi, radio, dan saat ini berkembang menjadi dakwah digital, melalui internet (media sosial, youtube, dan lainnya). Tidak hanya itu, perbedaan antara dakwah konvensional dengan e-dakwah (dakwah digital) ada pada keahlian da'i, untuk dakwah konvensional hanya diperlukan keahlian pengetahuan agama, sementara untuk e-dakwah da'i juga perlu menguasai pengetahuan tentang teknologi informasi. Artinya, da'i dalam konteks e-dakwah bukan sekadar orang yang memiliki pengetahuan agama, akan tetapi orang yang membantu menyampaikan atau memiliki kemampuan teknologi informasi dan komunikasi juga terbilang da'i. Jadi da'i tidak hanya seorang diri, melainkan sebuah kelompok dengan keahlian masing-masing. 36

F. Kerangka Berpikir

Berdasarkan landasan teori yang telah dijelaskan secara rinci, penelitian ini ditujukan untuk menganalisis strategi digitalisasi dakwah media

³⁶ Ummah.

NU di era pandemi. Di dalam kerangka berpikir ini membentuk sebuah permodelan teoritis konseptual analisa. Secara sistematis, kerangka pikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Berpikir (data peneliti)

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian merupakan deskriptif kualitatif adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berlangsung dengan menyuguhkan apa yang sebenarnya terjadi. Penelitian ini menafsirkan dan menguraikan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam suatu masyarakat, pertentangan antara dua keadaan atau lebih, hubungan antar variabel yang timbul, perbedaan antar fakta yang ada serta pengaruhnya terhadap suatu kondisi, dan sebagainya.

Menurut Moleong, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain. Secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.³⁷

³⁷ Moleong, Lexy J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Hlm 6

Metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki. Sedangkan menurut Sugiyono menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.³⁸

Adapun masalah yang dapat diteliti dan diselidiki oleh penelitian deskriptif kualitatif ini mengacu pada studi kuantitatif, studi komparatif (perbandingan), serta dapat juga menjadi sebuah studi korelasional (hubungan) antara satu unsur dengan unsur lainnya. Kegiatan penelitian ini meliputi pengumpulan data, analisis data, interpretasi data, dan pada akhirnya dirumuskan suatu kesimpulan yang mengacu pada analisis data tersebut. Ciri lain metode deskriptif-kualitatif ialah menitik beratkan pada observasi dan suasana alamiah (natural setting).³⁹

Tujuan dari penelitian deskriptif kualitatif searah dengan rumusan masalah serta pertanyaan penelitian/ identifikasi masalah penelitian. Hal ini

³⁸ Moleong, Lexy J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

³⁹ Ardianto, Elvinaro. (2014). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relation*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

disebabkan tujuan dari penelitian ini akan menjawab pertanyaan yang sebelumnya dikemukakan oleh rumusan masalah serta pertanyaan penelitian/ identifikasi masalah. Tujuan ini juga menentukan bagaimana anda mengolah atau menganalisis hasil penelitian yaitu dengan membuat analisisnya memakai metode penelitian ini. Sekian informasi dari saya tentang penelitian deskriptif kualitatif, semoga bermanfaat bagi para pembaca semuanya. Penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dan kawasannya dan dalam peristilahannya

Subjek dalam penelitian ini adalah orang-orang yang terlibat langsung dalam aktifitas produksi Media NU Online yang berlokasi di Gedung PBNU Lantai 5 jalan Kramat Raya 165 Jakarta Pusat. Sedangkan objek penelitiannya adalah strategi digitalisasi dakwah NU di era pandemi. Peneliti berangkat dari seorang informan kunci untuk mengawali pengumpulan data pemimpin redaktur ataupun Tim Media NU Online. Selanjutnya Direktur Media NU Online Hamzah Sahal, Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab: Ivan Aulia Ahsan dan Redaktur Eksekutif & Koord. Jaringan NU Online: Mahbib Khoiron dan para staff yang terkait narasumber tersebut berkompeten di bidang pengelolaan informasi publik media NU Online. Penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Misal akan melakukan penelitian tentang

kualitas makanan, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli makanan.

2. Waktu Penelitian

Acuan dalam waktu penelitian tertuang sebagai berikut dalam bentuk timeline

Kegiatan	Tahun	Tahun					Tahun
	2021	2023					2023
	Bulan						
	Des	Jan	Feb	Agst	Sep	Nov	Des
Tahapan Persiapan Penelitian							
Pengajuan Judul							
Penyusunan Proposal							
Pra Penelitian							
Tahapan Pelaksanaan							
Seminar Proposal							
Revisi							
Penelitian							
Tahap Penyusunan Laporan							
Penyusunan Tesis							

Analisis Data							
Sidang Munaqosyah							

Gambar 2: Tabel Timeline Penelitian

3. Teknik Pengumpulan Data

1) Observasi

Pengamatan (Observasi) yang diamati disebut observer. Observasi dilakukan menurut prosedur dan aturan tertentu sehingga dapat diulangi kembali oleh peneliti dan hasil observasi memberikan kemungkinan untuk ditafsirkan secara ilmiah. Pengamatan (Observasi) yaitu teknik pengamatan yang melihat dan mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan sebenarnya dan memungkinkan peneliti mencatat peristiwa dalam situasi yang berkaitan dengan pengetahuan proporsional maupun pengetahuan yang langsung diperoleh dari data. Observasi dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu observasi awal dan observasi akhir. Observasi awal dilakukan pada pra penelitian teknik yaitu pengamatan penelitian dengan cara mengkonfirmasi penelitian dengan menentukan subjek, kajian dan tempat penelitian. Observasi

akhir ketika data awal yang sudah didapat maka melakukan pengamatan lebih mendalam dan mengecek data tersebut. 40

2) Wawancara

Wawancara (Interview) merupakan percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Dalam penelitian kualitatif, menggunakan wawancara mendalam (In-depth Interview) yang mana dalam melaksanakan wawancara mendalam, pertanyaan-pertanyaan yang akan dikemukakan kepada informan tidak dapat dirumukan secara pasti sebelumnya, melainkan pertanyaan-pertanyaan tersebut akan banyak bergantung dari kemampuan dan pengalaman peneliti untuk mengembangkan pertanyaan-pertanyaan lanjutan sesuai dengan jawaban informan serta dilengkapi dengan dokumentasi. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interview) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu, untuk mempermudah dan perolehan informasi dalam proses wawancara. 41

⁴⁰ Moleong, Lexy J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Hlm 174

⁴¹ Moleong, Lexy J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Hlm 186

3) Dokumentasi

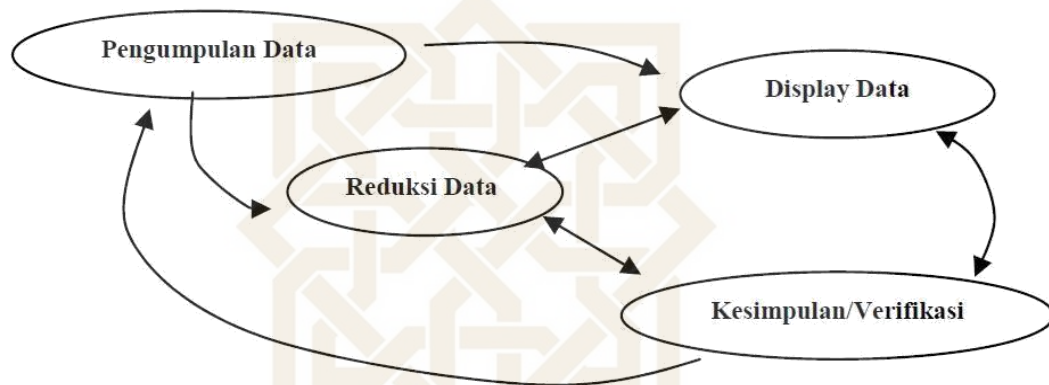
Menurut Sugiyono dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.⁴²

H. Teknik Keabsahan Data

Untuk menghindari kesalahan atau kekeliruan data yang telah terkumpul, perlu dilakukan pengecekan keabsahan data. Pengecekan keabsahan data didasarkan pada kriteria derajat kepercayaan (*crebility*) dengan teknik triangulasi, ketekunan pengamatan, pengecekan teman sejawat. Triangulasi merupakan teknik pengecekan keabsahan data yang didasarkan pada sesuatu di luar data untuk keperluan mengecek atau sebagai pembanding terhadap data yang telah ada. Triangulasi merupakan cara pemeriksaan keabsahan data yang paling umum digunakan. Cara ini dilakukan

⁴² Moleong, Lexy J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Hlm 330

dengan memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Dalam kaitan ini menjelaskan teknik triangulasi yang dapat digunakan. Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi.



Gambar 3 : Komponen dalam analisis data (interactive model)

diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data. Triangulasi Data : Teknik triangulasi data dapat disebut juga triangulasi sumber. Cara ini mengarahkan peneliti agar di dalam mengumpulkan data, ia berusaha menggunakan berbagai sumber yang ada⁴³.

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan

⁴³ Moleong, Lexy J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Hlm 330

tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang dirasakan oleh data. Miles and Heberman, mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data reduction, data display, dan conclusion drawing/verification.⁴⁴

1. *Data Reduction*

Data yang yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

2. *Display (Penyajian Data)*

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan menggambarkan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah

⁴⁴ Moleong, Lexy J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Hlm 103

dipahami tersebut. Selanjutnya disarankan, dalam melakukan display data, selain dengan teks naratif, juga dapat berupa, grafik, matriks, network (jejaring kerja) dan chart.

3. *Conclusion Drawing/verification*

Langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran atau objek yang sebelumnya masing remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori. Data display yang ditemukan pada tahap awal bila telah didukung oleh data-data yang mantap, maka data dapat dijadikan kesimpulan yang kredibel.

J. Sistematika Penulisan

Dalam pembahasan yang ada dalam penelitian ini terbagi menjadi 4 BAB, yang mana setiap BAB nya terdapat sistematika pembahasan yang berbeda-beda diantaranya yaitu:

BAB I: Pendahuluan pada Tesis ini, Menjadi acuan penelitian dimana Bab ini membahas tentang gambaran penelitian yang dilakukan serta pokok permasalahannya, terdiri atas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan, kajian pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: Pada bab ini Nahdlatul Ulama (NU) dan Media NU Online pada tesis ini akan menjelaskan bagian umum yang mana akan memaparkan tentang deskripsi Lokasi Penelitian di Media NU Online, sejarah nya, implementasi tugas peran khususnya dibidang digitalisasi dakwah

BAB III: Bab ini berisi tentang data dan temuan lapangan strategi digitalisasi dakwah NU Online di era pandemi. Pada bagian ini akan menjelaskan secara detail, Serta Menguraikan beberapa permasalahan yang dibahas pada penelitian ini, untuk menjawab beberapa pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan melalui analisis data, yang sebelumnya telah peneliti dapatkan sebelumnya melalui metode pengumpulan data.

BAB IV: Pada bab ini berisi penutup pada tesis ini menyediakan kesimpulan dari pemaparan beberapa penjelasan dari bab-bab sebelumnya serta tambahan saran yang dapat menyempurnakan penelitian selanjutnya.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan interpretasi data penelitian di atas tentang strategi digitalisasi dakwah media NU Online di era pandemi covid 19 dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut. Bahwa media NU Online telah mengoptimalkan pengelolaan media digital dengan 4 konsep Holt dalam mengoptimalkan media digital yaitu dengan, *Strategic*; media NU Online mendesain dan mengelola sebuah pesan yang akan dimunculkan dengan membahas dan merapatkan sebuah informasi publik kepada *audience*.

Perkembangan zaman yang penuh kemuktahiran memunculkan digitalisasi media. Dampak dari digitalisasi tersebut sangat pengaruh terhadap efektifitas sebuah informasi. Dimana ketika era pandemi yang merupakan problematika global. Kesenjangan informasi publik dan disinformasi data pada moment tersebut marak terjadi konten isi yang berkaitan dengan keislaman di era pandemi. Maka perlunya strategi khusus dalam pemanfaatan media sebagai informasi vital. Salah satunya yang mengoptimalkan media digital yaitu NU Online.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data meliputi observasi awal, literasi teks maupun media, wawancara dan terakhir adalah dengan dokumentasi. Penelitian ini bersifat lapangan dengan informan kunci atau narasumber utama

yaitu Pimpinan Redaksi dan beberapa staff yang terkait yang bertempat di media NU Online yang berkantor pusat PBNU lantai 5, Jakarta Pusat. Peneliti menggunakan teori Holt yang menyatakan konsep strategi digital *next generation* yaitu *strategic, targeted, intergrated, dan measureable*.

Berdasarkan interpretasi data penelitian dari temuan data-data maka dapat ditarik beberapa simpulan awal guna membangun kritikal riset selanjutnya. Hasil penenietian ini menunjukkan bahwa strategi digitalisasi dakwah media NU Online terbilang sukses. Dengan di dukung tim yang mengedepankan profesionalitas, media NU Online bisa di katakan memiliki instrument media digital yang lengkap dalam pengoptimalan dan pengelolaan sebuah media digital. Capai tersebut merupakan hasil evaluasi yang dalam proses strategi digitalisasi media NU Online dan dapat terlihat dari traffic grafik pengunjung media NU Online yang tinggi dan memiliki efektifitas media digital cukup tinggi juga. Selanjutnya berperan aktif dalam media infomasi di era pandemi terbukti media NU Online menjadi media keislaman hal ini dibuktikan dalam media NU Online menjadi media keislaman terbaik Indonesia dan ikut andil dalam keberhasilan Indonesia keluar dari jeratan pandemi.

Targeted media NU Online Memilih sasaran audiens yang tepat dalam sebuah informasi dengan melihat fenomena yang ada, dalam hal ini sasaran di tunjukan untuk masyarakat muslim pada era pandemi. *Integrated*; media NU Online menggunakan media digital yang sesuai dengan kehandalannya

platform tersebut. Dalam hal ini media NU Online di era pandemi menggunakan secara massif media digital antara lain; Pertama menggunakan platform website NU.or.id yang berisi tentang informasi aktual berupa laporan, opini, maupun infografik. Kedua menggunakan media sosial di Instagram dengan mengoptimalkan fitur video singkat, foto, story dan memuat informasi cepat atau terupdate. Terakhir pengguna Youtube sebagai rilis video-video dengan berdurasi panjang dan informasi yang lebih lengkap seperti tutorial ibadah di era pandemi.

Measureable, konsep ini Holtz menjelaskan penggunaan platform digital oleh media melalui sarana yang ditargetkan, berdasarkan kelebihan yang ditawarkannya dibandingkan dengan bentuk komunikasi lainnya, menghasilkan elemen terukur dan memiliki sarana untuk mengevaluasi efektivitas kegiatan komunikasi yang dilakukan. Konsep ini berdasarkan evaluasi dalam proses strategi digital media NU Online. Sehingga dalam pengoptimalan media digital memuat keefektifan informasi maupun pesan di dalam pengelolaan media digital NU Online menjadi lebih terukur dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa keefektifan media digitalisasi NU Online dapat diukur dengan beberapa data temuan yang telah di peroleh dan data tersebut menjadi acuan bagaimana proses digitalisasi tersebut dijalankan.

Dengan di dukung tim yang mengedepankan profesionalitas, media NU Online bisa di katakan memiliki instrument yang lengkap dalam pengoptimalan dan pengelolaan sebuah media digital. Capai tersebut

merupakan hasil evaluasi yang dalam proses strategi komunikasi media NU Online dapat terlihat memiliki traffic pengunjung yang tinggi dan memiliki efektifitas media digital cukup tinggi juga, selanjutnya menjadi media keislaman terpopuler dari kurun waktu 2020-2021, terakhir dalam realitas keberhasilan Indonesia keluar dari jeratan pandemi. Indonesia keluar dari jeratan pandemi tersebut merupakan peran banyak pihak dan salah satunya peran besar dari ormas NU terbukti ketika apresiasi besar Presiden Jokowi terhadap NU telah membantu dari berbagai hal untuk bersama- bersama keluar dari jeratan masalah pandemi.

B. Saran

Dalam penelitian ini menjadi literasi tentang dimana strategi digitalisasi dalam optimalisasi media digital. Dengan ranah maupun lingkup literasi digital. Penelitian ini juga mempunyai kekurangan maupun kelemahan maka peneliti membuka secara kritik yang membangun dan akan menerima dari semua pihak. Satu dalam penelitian ini bisa dikembangkan lebih dalam lagi dari penelitian sebelumnya. Sehingga aspek-aspek yang belum terjawab dari sisi penelitian terdahulu, bisa lebih ada pemahaman yang baru untuk menjawab problematika yang ada dari latar belakang masalah. Memberikan gambaran problematika ketika terjadi pandemi dalam dunia informasi dan media solusi-solusi apa harus dilakukan ketika itu dan bagaimana ranah media agama keislaman yang dapat menguraikan problem

tersebut sehingga dapat menjadi salah satu problem solver di masa ke masa.

Dari pembatasan penelitian juga dapat dikembangkan dengan melihat dari teori yang dipresentasi oleh peneliti supaya ada literatur sesuai maupun korelasi dengan tema yang akan di kembang di penelitian selanjutnya.

Dalam pengembangan dari media NU Online, saran dari peneliti semoga makin bisa ditingkatkan lagi dari tahun ke tahun, dimana era digitalisasi merupakan era disrupsi maupun inovasi yang cepat beradaptasi dengan zaman yang ada. Sehingga kehandalan sebuah media digital akan teruji jika dalam optimalisasi lebih memiliki power maka medianya juga akan memiliki keefektifan informasi atau pesan yang akan ia produksi, yang selanjut mengerti dengan akan kebutuhan zaman yang akan dilewati nya. Karena trend kebutuhan akan informasi makin hari makin berkembang dengan pesat, sasaran audiens pun juga harus diperhatikan jika dalam interaksi media digital tersebut telah bisa ditentukan oleh pengelola. Karena media digital kedepan akan lebih kompetitif dalam memperoleh sasaran audiens yang diinginkan dan harus bisa mengetahui bagaimana situasi kondisi yang sedang berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- (APJII), Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. “Peluang Penetrasi Internet Dan Tantangan Regulasi Daerah.” *Buletin APJII*, 2021.
- Ahmad Fauzi, Eva Maghfiroh. “Problematika Dakwah Di Tengah Pandemi Covid 19 Mewabah.” *Jurnal Al-Hikmah* 18, no. 1 (2020): 27–36.
<https://doi.org/10.35719/alhikmah.v18i1.22>.
- Alzamzami, Mutaqin. “The Modernization Concept of Dakwah in M. Quraish Shihab Official Website.” *Jurnal Bimas Islam* 12, no. 1 (2019): 123–48.
- Arkiang, Fajeri, and Rabiatus Adwiah. “Konsep Dakwah Mauidhatul Hasanah Dalam Surat An-Nahl Ayat 125.” *Murabby: Jurnal Pendidikan Islam* 2, no. 1 (2019): 57–68. <https://doi.org/10.15548/mrb.v2i1.329>.
- Fariyah, Irzum. “Membangun Solidaritas Sosial Melalui Dakwah Mujadalah.” *At-Tabsyir* 3, no. 1 (2015): 212.
- Habibi, Muhammad. “Optimalisasi Dakwah Melalui Media Sosial Pada Era Milenial.” *Al-Hikmah* 12, no. 1 (2018): 101–16. <https://doi.org/10.24260/al-hikmah.v12i1.1085>.
- Hasanah, Uswatun, and Nikmawati Penyuluh Agama Islam KUA Pesangrahan Jakarta Selatan. “Strategi Dan Manajemen Dakwah Masa Pandemi Covid-19 Masyarakat Madura.” *IMEJ: Islamic Management and Empowerment Journal* 3, no. 1 (2021): 49–62. <https://doi.org/10.18326/imej.v3i1.49-62>.
- Karim, Abdul. “Dakwah Melalui Media: Sebuah Tantangan Dan Peluang.” *At-Tabsyir* 4, no. 1, Juni (2016): 157–72.

- Nasih, A M, A Sultoni, and L N Kholidah. “Kajian Konten Media Sosial Untuk Penguatan Literasi Dakwah Islam Moderat Guru Dan Santri Di Pesantren.” *Jurnal KARINOV* 3, no. 3 (2020): 174–80.
<http://journal2.um.ac.id/index.php/jki/article/view/16264>.
- Permadi, Danur Putut. “Tantangan Dakwah Digital: Perspektif Herbert Marcuse.” *Academic Journal of Da’wa and Communication* 4, no. 1 (2023): 95–112.
<https://doi.org/10.22515/ajdc.v4i1.5519>.
- Rafii., Fridiyanto. Firmansyah. M. Kholis Amrullah. Muhammad. “NAHDLATUL ULAMA DI TENGAH GELOMBANG DISRUPSI Meneguhkan Islam Nusantara, Mempertahankan NKRI.” In *NAHDLATUL ULAMA DI TENGAH GELOMBANG DISRUPSI Meneguhkan Islam Nusantara, Mempertahankan NKRI*. Bengkulu: Yayasan Sahabat Alam Rafflesia, 2021.
- Riza, Muhammad Himmatur. “Digitalisasi Dakwah Sebagai Upaya Membangun Peradaban Baru Islam Di Masa Pandemi Covid-19.” *Fastabiq : Jurnal Studi Islam* 2, no. 1 (2021): 45–61. <https://doi.org/10.47281/fas.v2i1.33>.
- Rustandi, Ridwan. “Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam.” *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam* 3, no. 2 (2020): 84–95. <https://doi.org/10.23971/njppi.v3i2.1678>.
- Said, Nurhidayat Muh. “Metode Dakwah (Studi Al-Qur’an Surah an-Nahl Ayat 125).” *Jurnal Dakwah Tabligh* 16, no. 1 (2015): 78–89.
- Shadrina, E. “E-Dakwah Nahdatul Ulama Dan Muhammadiyah: Penggunaan Twitter Sebagai Media Dakwah Kontemporer.” *Tesis Media Dan Komunikasi Fakultas*

Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Airlangga Surabaya, 2015, 1–51.

<https://repository.unair.ac.id/39640/%0Ahttps://repository.unair.ac.id/39640/4/4>.

BAB I PENDAHULUAN.pdf.

- Soraya, Serin Himatus, and Wahyu Tri Wibowo. “Construction of Public Opinion about Religious Moderation on NU Online Instagram Accounts (@nuonline_id).” *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 15, no. 1 (2021): 111–23. <https://doi.org/10.24090/komunika.v15i1.4572>.
- Sumadi, Eko. “Dakwah Dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi.” *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 4, no. 1 (2016): 173–90. <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/2912/2083>
- Triatmo, Agus Wahyu. “Editorial Team :Dakwah Bil Lisan Dan Religiositas Generasi Milenial.” *Jurnal of Da’Wa and Communication* 4, no. 1 (2023): 1–135. <https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/ajdc/article/view/6396/2417>.
- Ummah, Athik Hidayatul. “Dakwah Digital Dan Generasi Milenial.” *Tasâmuh* 18 (2020): 54–78.
- . “Dakwah Digital Dan Generasi Milenial.” *Tasâmuh* 18 (2020): 54–78. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/tasamuh/article/view/2151>.
- Ummah, Athik Hidayatul, M. Khairul Khatoni, and M. Khairurromadhan. “Podcast Sebagai Strategi Dakwah Di Era Digital: Analisis Peluang Dan Tantangan.” *Komunike* 12, no. 2 (2020): 210–34. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i2.2739>.