

**REALITAS DAKWAH DALAM KONTEN INSTAGRAM NU ONLINE JAWA  
TIMUR**

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Magister dalam Program Studi  
Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:  
INTAN MUSDALIFAH  
NIM. 02040721010

**PASCASARJANA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL**  
**SURABAYA**  
**2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Intan Musdalifah

Nim : 02040721010

Prodi : Magister (S-2) Komunikasi dan Penyiaran Islam

Institusi : Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah tesis hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 4 Januari 2023

Saya yang menyatakan,



Intan Musdalifah

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

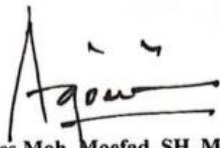
Tesis berjudul **“Realitas Dakwah dalam Konten Instagram NU Online Jawa Timur”** yang ditulis oleh:

Atas Nama : Intan Musdalifah

NIM : 02040721010

Dan telah disetujui pada tanggal 4 Januari 2023 oleh pembimbing yang bertanda tangan dibawah ini:

Pembimbing I



Dr. Agoes Moh. Moefad, SH, M.Si  
NIP: 197008252005011004

Pembimbing II



Dr. Nikmah Hadiati Salisah, S.Ip, M.Si  
NIP: 197301141999032004

## PENGESAHAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS

Tesis Intan Musdalifah berjudul

“Realitas Dakwah dalam Konten Instagram NU Online Jawa Timur” ini telah diuji pada 11

Januari 2023

Tim Penguji:

1. Dr. Agoes Moh. Moefad, SH., M.Si (Ketua Penguji)
2. Dr. Nikmah Hadiati Salisah, S.Ip, M.Si (Sekretaris Penguji)
3. Prof. Dr. H. Shonhadji, Dip. Is (Penguji I)
4. Prof. Dr. H. Moh. Ali Aziz, M.Ag (Penguji II)



Surabaya, 11 Januari 2023

Direktur,



Dr. H. Masdar Hilmy, S.Ag., MA., Ph.D.  
NIP. 197103021996031002



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Intan Musdalifah  
NIM : 02040721010  
Fakultas/Jurusan : Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam  
E-mail address : intanmusdalifah561@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

REALITAS DAKWAH DALAM KONTEN INSTAGRAM NU ONLINE JAWA TIMUR

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 25 Januari 2022

Penulis

( Intan Musdalifah )

## ABSTRAK

Intan Musdalifah, 2023. Realitas Dakwah dalam Konten Instagram NU Online Jawa Timur. Tesis Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci: Realitas Dakwah, Konten Instagram, Nilai Sosial Keagamaan, Nahdlatul Ulama

Penelitian ini mengkaji tentang segala potret dakwah yang terkandung dalam konten instagram NU Online Jawa Timur. Peneliti menggunakan jenis penelitian analisis wacana Norman Fairclough, yang menekankan pada tiga elemen yang menjadi kunci dalam analisis teks media, yaitu teks, praktik diskursif dan praktik sosial. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, wawancara mendalam dan studi pustaka. Data yang terkumpul kemudian dianalisis untuk menghasilkan kesimpulan. Penulis menggunakan pisau analisis wacana kritis karya Norman Fairclough untuk membongkar praktik wacana dengan teori Narasi dan teori Semiotika. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab dua pertanyaan, yaitu Bagaimana nilai sosial keagamaan dalam wacana Instagram NU Online Jawa Timur. Serta Bagaimana implisit ideologi dalam wacana instagram NU Online Jawa Timur.

Hasil penelitian ini menunjukkan realitas dakwah dalam konten instagram memiliki beberapa wacana yang terkandung yaitu wacana yang mengandung nilai keIslaman, nilai sufisme, nilai kebudayaan, nilai pembaharuan pemikiran, nilai pluralistik, serta nilai feminisme. Ideologi yang terkandung dalam konten instagram NU Online Jawa Timur adalah ideologi sufisme, ideologi pluralistik serta ideologi feminisme. Peneliti membatasi masalah pada postingan akun NU Online Jawa Timur selama periode bulan Ramadhan (April-Mei 2022), dengan total sembilan konten.

Penelitian ini hanya meneliti mengenai Pesan dakwah yang terprotet dalam konten Instagram NU Online Jawa Timur serta nilai sosial keagamaan yang terkandung dalam konten instagram NU Online Jawa Timur. Sehingga perlu adanya lanjutan penelitian untuk membongkar cara produksi konten secara mendalam, persentase jumlah respon khalayak.

## ABSTRACT

Intan Musdalifah, 2023. The Reality of Da'wah in NU Online Instagram Content in East Java. Thesis of the Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Postgraduate Program at Sunan Ampel State Islamic University Surabaya.

Keywords: The Reality of Da'wah, Instagram Content, Social Religious Values, Nahdlatul Ulama

This study examines all the portraits of da'wah contained in NU Online Instagram content in East Java. The researcher uses the type of discourse analysis research by Norman Fairclough, which emphasizes three key elements in the analysis of media texts, namely text, discursive practice and social practice. Data collection techniques were carried out through documentation, in-depth interviews and literature study. The collected data is then analyzed to produce conclusions. The author uses the critical discourse analysis knife by Norman Fairclough to dismantle discourse practices with Narrative theory and Semiotic theory. This study aims to answer two questions, namely how are social religious values in the Instagram NU Online discourse in East Java. And how is the implicit ideology in the NU Online Instagram discourse in East Java.

The results of this study show that the reality of da'wah in Instagram content has several discourses, namely Islamic discourse, Sufism discourse, cultural discourse, thought renewal discourse, and the values of feminism discourse. The ideology contained in NU Online East Java Instagram content is the ideology of Sufism, pluralistic ideology and feminist ideology. Researchers limited the issue to East Java NU Online account posts during the Ramadan month period (April-May 2022), with a total of nine content.

This research only examines the da'wah messages that are captured in NU Online Instagram content in East Java and the social religious values contained in NU Online Instagram content in East Java. So there is a need for further research to dismantle the method of content production in depth, the percentage of the number of audience responses.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

### المخلص

إنتان مسدلفة، ٢٠٢٣، واقع الدعوة في محتوى إنستغرام نهضة العلماء عبر الإنترنت جاوة الشرقية. أطروحة قسم دراسة الاتصال والإذاعة الإسلامية، برنامج الدراسات العليا في جامعة الإسلامية سنان أمبل في سورابايا.

الكلمات المفتاحية: واقع الدعوة، محتوى إنستغرام، القيم الاجتماعية والدينية، نهضة العلماء

يفحص هذا البحث جميع صور الدعوة الواردة في محتوى استغرام نهضة العلماء عبر الإنترنت جاوى الشرقية. يستخدم الباحث نوع نورمان فيركلو من أبحاث تحليل الخطاب، والذي يؤكد على ثلاثة عناصر أساسية في تحليل النص الإعلامي، وهي النص والممارسة الخطابية والممارسة الاجتماعية. يتم تنفيذ تقنيات جمع البيانات من خلال التوثيق والمقابلات المتعمقة والدراسات الأدبية. تم تحليل البيانات التي تم جمعها لإنتاج استنتاجات. يستخدم المؤلف سكين تحليل الخطاب النقدي لنورمان فيركلو لتفكيك ممارسة الخطاب مع نظرية السرد والنظرية السيميائية. تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة على سؤاليين، وهما كيف هي القيمة الاجتماعية والدينية في خطاب استغرام نهضة العلماء عبر الإنترنت في جاوى الشرقية. وكيف الأيديولوجية الضمنية في خطاب استغرام نهضة العلماء عبر الإنترنت في جاوى الشرقية.

تظهر نتائج هذه الدراسة أن واقع التبشير في محتوى إنستغرام يحتوي على عدة خطابات تتضمنها الخطاب الإسلامي، والخطاب الصوفي، والخطاب الثقافي، وخطاب تجديد الفكر، وقيمة الخطاب النسوي. الأيديولوجية الواردة في محتوى استغرام الخاص بنهضة العلماء عبر الإنترنت في جاوى الشرقية هي أيديولوجية الصوفية والأيديولوجية التعددية وأيديولوجية النسوية. يقصر الباحثون المشكلة على منشورات حساب نهضة العلماء عبر الإنترنت في جاوى الشرقية خلال فترة رمضان (أبريل - مايو ٢٠٢٢)، بإجمالي ٩ محتوى.

يفحص هذا البحث فقط الرسائل التبشيرية المحمية في محتوى استغرام نهضة العلماء عبر الإنترنت في جاوى الشرقية والقيم الاجتماعية والدينية الواردة في محتوى استغرام نهضة العلماء عبر الإنترنت في جاوى الشرقية. لذلك هناك حاجة إلى بحث مستمر لتفكيك طريقة إنتاج المحتوى بعمق، وهي النسبة المئوية لعدد ردود الجمهور.

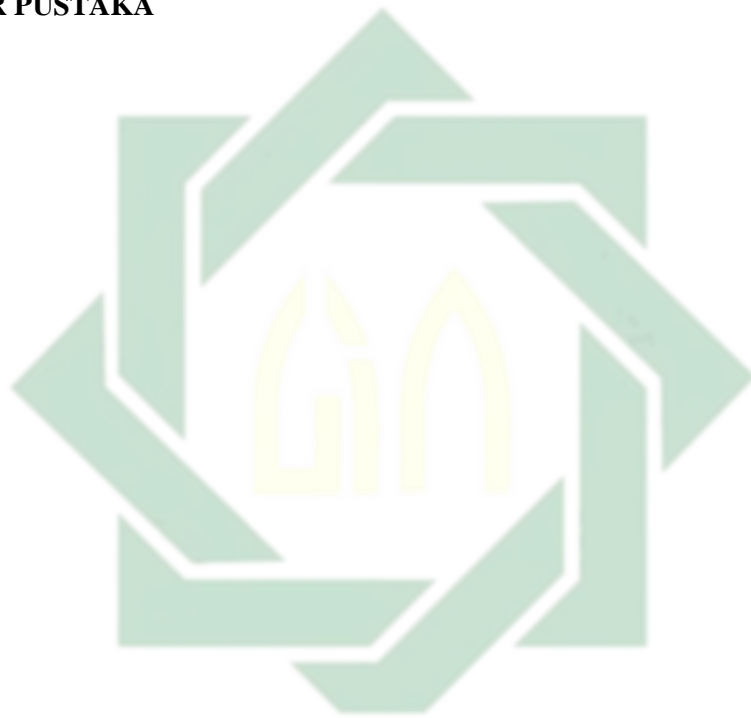
UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A



## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN TESIS</b>	iii
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b>	iv
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI UJIAN TESIS</b>	v
<b>MOTTO</b>	vii
<b>ABSTRAK</b>	i
<b>ABSTRACT</b>	ii
<b>المخلص</b>	iii
<b>KATA PENGANTAR</b>	iv
<b>DAFTAR ISI</b>	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	viii
<b>DAFTAR TABEL</b>	ix
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Maksud dan Kegunaan Penelitian.....	7
F. Definisi Konsep .....	8
G. Metode Penelitian .....	16
H. Jadwal Penelitian .....	23
I. Sistematika Pembahasan.....	25
<b>BAB II STUDI TEORITIS</b>	27
A. Studi Pustaka.....	27
B. Kajian Teori .....	41
C. Kajian Penelitian Terdahulu.....	56
D. Kerangka Pikir Penelitian .....	61
<b>BAB III REALITAS DAKWAH DALAM KONTEN INSTAGRAM</b>	63
A. Konten Instagram di NU Online Jawa Timur .....	63
B. NU Online di Instagram.....	70
C. Analisis Teks Wacana dalam Konten Instagram NU Online.....	81
D. Praktik Wacana Dalam Konten Instagram NU Online .....	103

<b>BAB IV ANALISA REALITAS DAKWAH DALAM KONTEN INSTAGRAM</b>	107
A. Konteks Sosial Keagamaan Wacana Instagram NU Online .....	107
B. Implisit Ideologi dalam Wacana Instagram NU Online Jawa Timur .....	152
<b>BAB V PENUTUP</b>	161
1. Kesimpulan .....	161
2. Rekomendasi.....	162
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	164



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

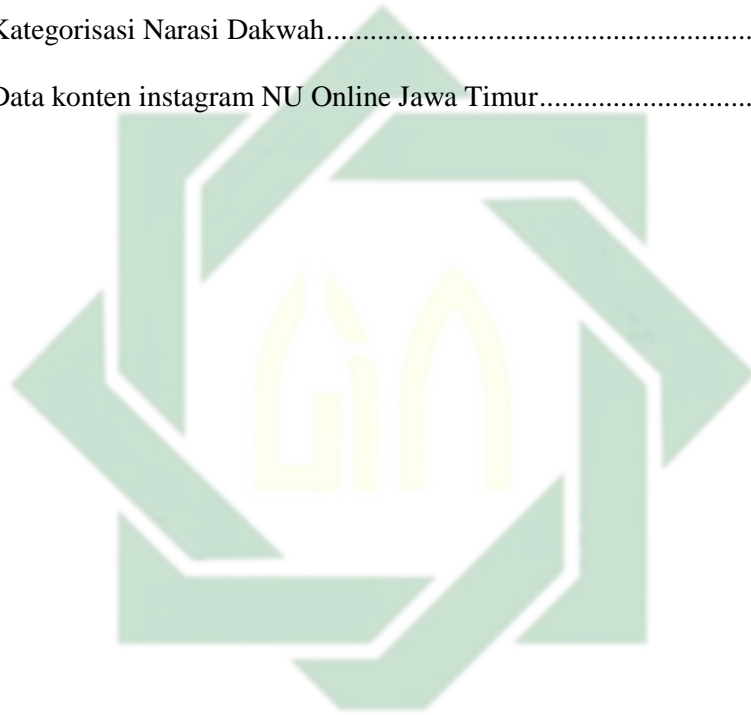
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Model Tiga Dimensi Analisis Wacana Norman Fairclough .....	48
Gambar 2: Pembagian Tiga Waktu Alur Cerita Dalam Narasi.....	55
Gambar 3: Kerangka Teoritik Penelitian .....	62
Gambar 16: Konten Grafis "Ketentuan Zakat Fitrah bagi Perantau" .....	109
Gambar 27: Konten Grafis "Yang dapat Dilakukan Perempuan saat Haid".....	114
Gambar 18: Konten Grafis "Panduan Salaman Silaturahmi Lebaran" .....	118
Gambar 17: Konten Podcast "Akhlak Mencari Ilmu" .....	124
Gambar 25: Konten Podcast "Marhaban ya Ramadhan" .....	128
Gambar 19: Konten Podcast "Hikmah Ramadhan" .....	134
Gambar 20: Konten Quotes "Ghibah" .....	142
Gambar 21: Konten Quotes "Ikhlas Mengerjakan Amal" .....	145
Gambar 21: Konten Quotes "Wujud Zikir" .....	149
Gambar 28: Skema Ideologi Instagram NU Online Jawa Timur .....	154

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR TABEL

Tabel 1: Konten Instagram NU Online Jawa Timur .....	18
Tabel 2: Istilah Kunci dalam Analisis Wacana .....	23
Tabel 3: 8 Negara Pengguna Instagram Terbanyak .....	33
Tabel 4: Skema Analisis Semiotika .....	52
Tabel 5: Kategorisasi Narasi Dakwah.....	63
Tabel 6: Data konten instagram NU Online Jawa Timur.....	81



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Teknologi komunikasi dan informasi dalam kehidupan telah mengubah ragam interaksi masyarakat. Media telah menggiring individu untuk memasuki ruang yang bisa berinteraksi atau berkomunikasi. Dalam ruang sosial fisik, individu dapat melakukan kontak secara fisik, sementara di dunia maya kotak sosial sepenuhnya bersifat simbolik yang dapat direpresentasikan melalui teks, audio, visual ataupun audio visual. Media sosial merupakan media online, yang para penggunaannya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual.<sup>1</sup> Selain itu, media sosial juga memberikan dan menyediakan fasilitas bagi pengguna untuk menemukan cara baru dalam berinteraksi, baik dalam aspek ekonomi, politik, sosial dan juga keagamaan. Hal inilah, media sosial telah menjadi fenomena yang semakin mengglobal dan mengakar.

Menurut laporan dari *we are social*, pada Januari 2022 jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 191 juta orang. Jumlah ini meningkat 12, 35% dibandingkan tahun sebelumnya yaitu sebanyak 170 juta orang.<sup>2</sup> Sedangkan di provinsi Jawa Timur terdapat persentase penduduk yang mengakses internet pada tahun 2020 dan diperbarui pada tanggal 26 Januari 2021 sebesar 34%.<sup>3</sup> Dengan melihat *trend*,

---

<sup>1</sup> Syifa' hayati Islami, "Pemikiran dan Aktivitas Dakwah Ustadz Abdul Somad melalui Media Social Youtube" (Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2018).

<sup>2</sup> M. Ivan Mahdi, "Pengguna Media Sosial Di Indonesia Capai 191 Juta Pada 2022," *DataIndonesia.Id*, 2022, <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>.

<sup>3</sup> Badan Pusat Statistik, "Persentase Penduduk Berumur 5 Tahun Ke Atas Yang Mengakses Internet Dan Untuk Apa Saja Menggunakan Internet Dalam 3 Bulan Terakhir Di Jawa Timur Dirinci Menurut Kabupaten/Kota Dan Jenis Kelamin, 2020," 2021, <https://pasuruankota.bps.go.id/statictable/2021/01/26/2874/persentase-penduduk-berumur-5-tahun-ke-atas-yang-mengakses-internet-dan-untuk-apa-saja-menggunakan-internet-dalam-3-bulan-terakhir-di-jawa-timur-dirinci-menurut-.html>.

jumlah pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Sehingga sudah menjadi fakta, bahwa masyarakat global tidak bisa terpisahkan dari *infiltrasi* media sosial.

Melalui media yang jangkauannya lebih luas, maka masyarakat juga semakin mudah membuka pintu informasi, khususnya informasi keagamaan. Sebagaimana dalam buku "*The Future of Islam*" John L Esposito berpendapat bahwa gerakan umat Islam melalui media telah mengubah wajah Islam di seluruh dunia.<sup>4</sup> Berbagai media sosial yang paling banyak digunakan antara lain Instagram, Facebook, YouTube, TikTok, dan lain sebagainya. Instagram merupakan salah satu media sosial yang sangat diminati oleh berbagai kalangan, khususnya kalangan remaja. Terkait dengan Instagram dan Fashion Remaja, Suryani menjelaskan media sosial yang saat ini banyak diminati adalah Instagram. Sebab, Instagram mampu meraih popularitas yang tidak lain karena masyarakat saat ini yang cenderung "narsis".<sup>5</sup> Salah satu media sosial terbesar di dunia adalah Instagram. Menurut pengguna aktif bulanan (*Monthly active user/MAU*) Instagram, ditemukan 1,45 miliar orang di seluruh dunia pada April 2022. Menurut data dari *we are social* negara Indonesia merupakan pengguna aktif media sosial Instagram terbanyak keempat.<sup>6</sup> Dari data tersebut, tidak heran jika Instagram dijadikan sebagai media aktif untuk berinteraksi atau berbagi informasi. Selain itu, dengan maraknya penggunaan media sosial juga berkontribusi pada mengakses keagamaan yang tersaji. Atas dasar ini juga penelitian ini melihat bahwa ruang media, khususnya media sosial Instagram yang dimunculkan oleh komunitas keagamaan sebagai ruang

---

<sup>4</sup> Moch Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru (Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet)* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2019).

<sup>5</sup> Agus Triyono and Nifsya Khaira Marhuda, "Studi Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Media Sosial Instagram @Dakwah\_Tauhid," *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4 (2020).

<sup>6</sup> Monavia Ayu Rizaty, "Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia," *DataIndonesia.Id*, 2022, <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>.

yang dapat membuka saluran akses komunikasi secara terbuka bagi siapa saja untuk berinteraksi. Sehingga juga, menjadikannya sebagai ruang ekspresi dalam melakukan gerakan dan aktivitas dakwah Islam.

Dakwah adalah proses yang dilakukan secara sadar dan dirancang untuk menyeru manusia ke jalan Allah SWT, memperbaiki keadaan menjadi lebih baik, untuk mencapai tujuan tertentu. Syukriadi Sambas yang dikutip dalam buku Moch Fachrurroji “Dakwah di Era Media Baru” dalam pendekatan proses menyatakan bahwa, dakwah adalah proses transmisi, transformasi dan internalisasi ajaran Islam dengan menggunakan metode, media dan pencapaian tujuan tertentu.<sup>7</sup> Terlebih lagi, pada era globalisasi saat ini, kegiatan dakwah tidak hanya bisa dilakukan di depan orang-orang di dunia nyata, tetapi juga di dunia maya.<sup>8</sup> Sebagaimana yang disampaikan oleh Oman Fatrurrahman yang dikutip oleh Edy Sutrisno bahwa ciri kehidupan sosial di era Revolusi Industry 4.0 yang serba teknologi, perlu dipahami bagi para pemuka agama atau pendakwah.<sup>9</sup> Hadirnya media dapat memberikan peluang terbuka dalam proses transformasi dakwah. Pastinya setiap bentuk dan jenis media berusaha tampil berbeda dengan menunjukkan cara dan ciri khasnya sendiri dan memiliki gagasan serta strategi untuk menyiasati minat dan kebutuhan publik. Kenyataan inilah yang apabila tidak dimanfaatkan akan merugikan. Sehingga untuk memelihara esensinya, dakwah mampu memberikan solusi yang lebih bijak ataupun realistik.<sup>10</sup> Seorang da’i harus memahami kondisi sosial masyarakat dan perubahan yang terjadi di dalamnya. Hal ini menjadi

---

<sup>7</sup> Moch Fachrurroji, *Dakwah di Era Media Baru (Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet)* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2019). 2

<sup>8</sup> Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah (Teori, Pendekatan dan Aplikasi)*, Pertama. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), 60.

<sup>9</sup> Edy Sutrisno, *Dakwah Digital di Era Millennial* (Guipedia, 2021), 8.

<sup>10</sup> Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah (Teori, Pendekatan dan Aplikasi)*, Pertama. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012). 61

penting dalam menentukan media dakwah yang tepat untuk mengantisipasi perubahan dinamika masyarakat sebagai pedoman pemahaman konsep Islam *Rahmatanlilalamin*.

Media dakwah tentu bukan faktor utama dalam kegiatan dakwah, namun media memiliki pengaruh besar terhadap keberhasilan dakwah. Dengan mengetahui karakteristik media, para da'i dapat menyesuaikan pesan dakwahnya dengan sifat media dan mitra dakwah.<sup>11</sup> Para Da'i juga harus memperhatikan kondisi mitra dakwahnya ketika menggunakan media dakwah. Komunikasi dakwah di jejaring sosial merupakan strategi yang modern dan menarik. Selain itu, saat ini dakwah tidak lagi menjadi acara yang kaku, tetapi sudah menjadi makanan sehari-hari manusia sebagai aplikasi dari ajaran agama tanpa menghilangkan unsur hiburan. Begitu juga pada media sosial Instagram, menggunakan Instagram sebagai media dakwah bukanlah hal baru. Terdapat banyak konten yang memberikan pesan (Islam) secara singkat, menarik dan mudah dipahami. Dakwah yang ditampilkan melalui media komunitas keagamaan di Instagram telah menjadi ajang bertemu dan bercengkrama secara virtual, khususnya bagi pengikut aktif melalui laman komentar platform tersebut. Ada beberapa keuntungan menggunakan Instagram sebagai sarana dakwah yaitu dakwah dapat dilakukan dengan jangkauan yang luas, distribusi yang cepat dan metode penyampaian yang beragam.

Salah satu kegiatan dakwah komunitas keagamaan yang menampilkan dakwah dengan sajian yang menarik dan beragam tema dakwah yaitu pada akun NU Online Jawa Timur. Akun Instagram NU Online Jawa Timur merupakan akun resmi organisasi masyarakat Nahdlatul Ulama wilayah Jawa Timur yang berada di naungan media NU Online Pusat. Masyarakat yang menganggap NU konservatif, identik dengan pondok pesantren, pedesaan dan ketinggalan jaman tidaklah tepat. Nahdlatul

---

<sup>11</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Revisi. (Jakarta: Kencana, 2017). 366



Ulama' adalah organisasi yang tidak gagap teknologi, sehingga menggunakan media baru Instagram sebagai sarana dakwah. NU menyambut baik adanya teknologi yang terus berkembang, yang dimana NU juga memiliki prinsip *al-muhafadzah ala qadhimi al salih, wa al-akhdzu bi al-jadidi al-ashlah*, yang artinya NU melestarikan nilai-nilai lama yang baik dan mengakomodasi nilai-nilai baru yang lebih baik sehingga tetap tidak kehilangan dan meninggalkan tradisi lama.<sup>12</sup> Dengan paduan antara gambar, tulisan, serta audiovisual yang menarik, akun ini berhasil memiliki pengikut sebanyak 37 ribu pengikut.<sup>13</sup> Dengan banyaknya pengikut dan jumlah “like” dalam setiap postingan, menandakan bahwa penyajian serta pesan dakwah NU Online Jawa Timur telah di sukai dan menarik perhatian *netizen* (sebutan khalayak media sosial). Konten Instagram NU Online Jawa Timur menyajikan berbagai wacana yang menarik, aktual, mudah dipahami dan, trending. Seperti wacana budaya, sosial, fiqih, aqidah, akhlak, pesan motivasi, perempuan dan lain sebagainya.

Berdakwah di instagram NU Online Jawa Timur sangat memerhatikan pilihan kata yang terangkai sebuah pesan untuk disampaikan ke khalayak. Dengan tetap memerhatikan unsur-unsur pesan dalam bertutur yaitu pesan harus jelas, ringkas sistematis, *actual*, dan tidak menyinggung khalayak, agar khalayak (*followers*) memahami isi pesan dakwah dengan mudah. Selain itu juga, berdakwah Nu Online Jawa Timur juga dengan menggunakan bahasa yang fleksibel dan longgar. Selain itu, data dari kominfo pada tahun 2019 menunjukkan 7.160 konten radikal di facebook dan instagram<sup>14</sup> yang tentu menjadi ancaman serius. Selain itu, NU juga erat berseberangan dengan organisasi keagamaan radikal yang sering disebut-sebut menguasai media

---

<sup>12</sup> Elfara Shadrina, “E-Dakwah Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah: Penggunaan Twitter sebagai Media Dakwah Kontemporer” (Tesis, Universita Airlangga, 2015).

<sup>13</sup> Instagram @NuonlineJawa Timur, yang diakses pada 29 Agustus 2022

<sup>14</sup> Dyah Dwi Astuti, “Konten Radikalisme Terbanyak di Facebook dan Instagram,” *Antarnews.Com* (Jakarta, 2019).

sosial. Setelah HTI dibubarkan oleh pemerintah tahun 2017 silam, NU mendapat peluang lebar untuk mengembalikan wajah Islam yang moderat baik secara offline maupun secara online. Atas dasar ini, peneliti meyakini bahwa dakwah yang dilakukan NU sangat penting dilakukan.

NU Online Jawa Timur merupakan akun media instagram Nahdlatul Ulama' yang menyampaikan informasi sosial kemasyarakatan dan kebangsaan serta layanan keagamaan dengan mengedepankan sikap moderat *Ahlussunnah Wal Jamaah*. Dalam konten instagram NU Online Jawa Timur, terdapat beberapa nilai. Artinya, setiap konten yang terposting memiliki lebih dari satu nilai, seperti nilai kebudayaan, sosial, keagamaan Islam, gender, sufisme, pluralistik, dan pembaharuan. Maka dari itu peneliti mengkaji konten dakwah dengan beragam pembahasan, nilai yang terkandung di akun instagram NU Online Jawa Timur.

## **B. Fokus Penelitian**

Dakwah yang terlihat di media sosial melalui media komunitas keagamaan telah menjadi tempat berkumpul dan bertemu secara virtual maupun di dunia maya. Tidak hanya sebagai saluran dakwah, tetapi juga sebagai sarana untuk berinteraksi atau berkomunikasi satu sama lain untuk menjawab setiap pertanyaan agama yang dibagikan dalam setiap unggahan Instagram NU Online Jawa Timur. Peneliti membatasi konten di akun instagram NU Online Jawa Timur selama periode bulan Ramadhan (April-Mei 2022). Mengenai pemilihan konten tersebut pada periode ramadhan 2022, peneliti mengambil sembilan konten yang terdiri dari tiga konten grafis, tiga konten podcast dan tiga konten quotes, agar penelitian ini lebih terfokus. Selain itu pemilihan sembilan konten tersebut dilakukan peneliti karena dinilai paling responentatif dan peneliti anggap relevan berdasarkan momen Ramadhan.

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, fokus masalah yang peneliti tentukan dalam penelitian ini adalah peneliti akan membahas serta menguraikan sebagai berikut:

1. Pesan dakwah yang terprotet dalam konten Instagram NU Online Jawa Timur.
2. Nilai sosial keagamaan yang terkandung dalam instagram NU Online Jawa Timur

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang serta identifikasi dan batasan masalah diatas, maka terdapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana nilai sosial keagamaan dalam wacana instagram NU Online Jawa Timur?
2. Bagaimana implisit ideologi dalam wacana instagram NU Online Jawa Timur?

### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang diinginkan dicapai peneliti dalam penelitian ini yang sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah tersebut. Penulis ingin menjelaskan dan mendeskripsikan sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan nilai sosial keagamaan dalam wacana Instagram NU Online Jawa Timur.
2. Untuk menganalisis implisit ideologi dalam wacana Instagram NU Online Jawa Timur.

### **E. Maksud dan Kegunaan Penelitian**

Dalam penelitian ini, terdapat dua manfaat, yaitu manfaat secara teoritis dan secara praktis. Berikut manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memberikan sumbangsih pemikiran, terkait realitas dakwah dalam konten Instagram NU Online Jawa Timur dalam

menyebarkan agama Islam serta implementasi kehidupan masyarakat bagi mahasiswa, dan seluruh civitas akademik di UIN Sunan Ampel Surabaya.

## 2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi pedoman bagi peneliti dan praktisi dakwah. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan menjadi panduan serta pengetahuan bagi Mad'u atau masyarakat secara umum.

## F. Definisi Konsep

### 1. Realitas Dakwah

Realitas adalah sebuah kata yang berasal dari Bahasa Latin, yaitu *res* yang berarti “benda” yang kemudian menjadi *realis* yang berarti sesuatu yang actual atau mempunyai wujud. Maka dapat diartikan sebagai semua objek yang mempunyai wujud. Mengingat kenyataan bahwa yang disebut hukum itu pada hakikatnya adalah hasil akhir suatu proses pemahaman yang mempunyai wujud (dalam alam konstektual), maka tak layak lagi apa yang disebut hukum itu adalah suatu realitas. Menurut Peter Berger dan Thomas Luckman, Realitas merupakan kualitas yang berkaitan dengan fenomena yang kita anggap berada di luar kemauan.<sup>15</sup> Dari segi tujuan, realitas terbagi menjadi dua, yakni:

- a. Pola pikir instrumental, yang melihat realitas sesuatu sebagai media atau sarana untuk mencapai tujuan.
- b. Pola pikir substansial, yang memandang realitas itu merupakan tujuan itu sendiri.<sup>16</sup>

<sup>15</sup> “Realitas Sosial,” *Wikipedia*, 2022, [https://id.wikipedia.org/wiki/Realitas\\_sosial#:~:text=5%20Referensi-,Pengertian%20menurut%20para%20ahli,sebab%20ia%20tidak%20dapat%20dienyahkan](https://id.wikipedia.org/wiki/Realitas_sosial#:~:text=5%20Referensi-,Pengertian%20menurut%20para%20ahli,sebab%20ia%20tidak%20dapat%20dienyahkan)).

<sup>16</sup> Shonhadji Sholeh, “Pembaruan Wacana Kaum Nahdliyin: Kajian Sosiologis Tentang Perubahan Dari Tradisionalisme Ke Pos-Tradisionalisme” (Disertasi, Universita Airlangga, 2004).33

Arti dakwah secara bahasa berasal dari kata arab “da’wah”. Dakwah memiliki 3 huruf asli yaitu dal, ain dan wawu. Banyak kata dan arti yang berbeda terbentuk dari ketiga huruf awal tersebut. Makna-makna tersebut adalah memanggil, mengundang, meminta tolong, menamai, menyebabkan datang, menghasut, menyebabkan, membawa, mendo’akan, menangis dan mengeluh. Dalam Al-Qur’an kata dakwah dan berbagai bentuknya ditemukan sebanyak 198 kali menurut perhitungan Muhammad Sulthon, 299 kali menurut Muhammad Fu’ad Abd al-Baqi’, atau 212 kali menurut Asep Muhiddin.<sup>17</sup> Ini berarti Al-Qur’an mengembangkan makna dari kata dakwah untuk berbagai penggunaan. Secara konseptual dakwah dapat dimaknai sebagai usaha mengajak, membawa dan menggerakkan manusia untuk mencapai keadaan yang lebih baik.<sup>18</sup> Menurut Jamluddin Kafie, dakwah adalah suatu sistem perbuatan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok umat Islam sebagai perwujudan keimanan, yang berupa permohonan, ajakan, himbauan, doa, yang dilakukan dengan ikhlas dengan menggunakan metode, sistem dan bentuk tertentu untuk menyentuh hati seseorang, sekeluarga, sekelompok, dan masyarakat manusia, guna mempengaruhi perilaku untuk mencapai tujuan tertentu<sup>19</sup> Adapun menurut Asep Mujahiddin, dakwah merupakan upaya memperkenalkan Islam yang satu-satunya jalan hidup yang benar dengan cara yang menarik, bebas, demokratis, dan realistis menyentuh kebutuhan primer manusia.<sup>20</sup>

Dakwah bukanlah aktivitas satu arah yang tidak peduli dengan kondisi mad’u, melainkan sebuah respons dari pengetahuan atas kondisi yang ada. Setidaknya hal ini tercermin melalui tiga kaidah dakwah Islam dalam konteks komunikasi

<sup>17</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Revisi. (Jakarta: Kencana, 2017). 5

<sup>18</sup> Fahrur Razi, “NU dan Kontinuitas Dakwah Kultural,” *Jurnal Komunikasi Islam* 01 (2011).

<sup>19</sup> Fahrur Razi, “NU dan Kontinuitas Dakwah Kultural,” *Jurnal Komunikasi Islam* 01 (2011).

<sup>20</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Revisi. (Jakarta: Kencana, 2017). 13

keagamaan, yakni: *khatib al-nas ala qadri 'uqulihim* (berkomunikasi kepada manusia sesuai dengan kapasitas intelektual dari objek dakwah), *khatib al-nas 'ala qadri buthunihim* (berkomunikasi dengan manusia sesuai dengan orientasi ekonomi), dan *khatib al-nas bi-lisani qawmihi* (berdakwah sesuai dengan Bahasa kaum yang menjadi objek dakwah).<sup>21</sup>

Di era globalisasi saat ini, kegiatan dakwah tidak hanya bisa dilakukan di depan orang-orang di dunia nyata, tetapi juga di dunia maya.<sup>22</sup> Sebagaimana yang disampaikan oleh Oman Fatrurrahman yang dikutip oleh Edy Sutrisno bahwa ciri kehidupan sosial di era Revolusi Industry 4.0 yang serba teknologi, perlu dipahami para pemuka agama atau pendakwah.<sup>23</sup> Program pengembangan dakwah dituntut mampu menawarkan alternatif yang dapat menyajikan pesan-pesan Islam dalam format sajian dakwah yang lebih relevan. Hadirnya media dapat memberikan peluang terbuka dalam proses transformasi dakwah. Sehingga untuk memelihara esensinya, dakwah mampu memberikan solusi yang lebih bijak ataupun realistis.<sup>24</sup> Seorang pendakwah dituntut untuk memahami kondisi sosial masyarakat dan perubahan yang terjadi di dalamnya.

Media dakwah memiliki keragaman, tergantung situasi dan kondisi yang dihadapi sebagai da'i dan juga situasi dan kondisi yang dialami oleh *mad'u* (yang didakwahi). Namun demikian kemajuan teknologi mau tidak mau harus masuk dalam ranah kehidupan berdakwah, karena teknologi adalah bagian dari sarana atau media yang tidak bisa diabaikan begitu saja, mengingat begitu dahsyatnya pengaruh teknologi terhadap perilaku dan cara pandang masyarakat.

---

<sup>21</sup> Moch Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru (Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet)* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2019). 45

<sup>22</sup> Muhtadi, *Komunikasi Dakwah (Teori, Pendekatan dan Aplikasi)*, 60.

<sup>23</sup> Sutrisno, *Dakwah Digital di Era Millennial*, 8.

<sup>24</sup> Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah (Teori, Pendekatan dan Aplikasi)*, Pertama. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012). 61

Dari penjelasan di atas, maka realitas dakwah merupakan sesuatu yang secara fenomenal nyata sebagai upaya memperkenalkan agama Islam, yang satu-satunya jalan hidup yang benar dengan cara yang menarik, bebas, demokratis, dan realistis menyentuh kebutuhan primer manusia.

## 2. Media Sosial Instagram

Media berasal dari kata Latin *medius* yang secara harfiah berarti perantara, tengah dan petunjuk. Dalam bahasa Inggris, media adalah bentuk jamak dari *medium*, artinya tengah, antara, rata-rata. Berdasarkan pengertian tersebut, para ahli komunikasi memaknai media sebagai alat yang menghubungkan pesan-pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Dalam Bahasa Arab media sama dengan *wasilah* atau dalam bentuk jamak *wasail* yang berarti alat atau perantara.<sup>25</sup> Secara teori jika membahas kata sosial, ada kesepakatan bahwa individu-individu yang ada dalam komunitas itu tidak hanya berada dalam sebuah lingkungan.<sup>26</sup> Kata sosial dalam media sosial secara teori semestinya didekati oleh ranah sosiologi. Inilah yang menurut Fuchs terdapat beberapa pertanyaan dasar ketika melihat kata sosial, misalnya terkait dengan informasi dan kesadaran. Teori sosiologi menyebutkan bahwa pada dasarnya media adalah social, karena media merupakan bagian dari masyarakat dan aspek dari masyarakat yang direpresentasikan dalam bentuk perangkat teknologi yang digunakan. Menurut Durkheim, sosial merujuk pada kenyataan sosial (*the social as social facts*), bahwa setiap individu memberikan kontribusi kepada masyarakat ketika ia melakukan aktivitas. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya media dan semua perangkat lunak (*software*) merupakan sosial

<sup>25</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Revisi. (Jakarta: Kencana, 2017). 345

<sup>26</sup> Syifa'hayati Islami, "Pemikiran dan Aktivitas Dakwah Ustadz Abdul Somad melalui Media Social Youtube" (Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2018).

dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial. Selain itu, menurut Weber, kata sosial secara sederhana merujuk pada relasi sosial. Relasi sosial itu sendiri bisa dilihat dalam kategori aksi sosial (*social action*) dan relasi sosial (*social reation*). Sedangkan menurut Tonnies, sosial merujuk pada kata komunitas (*community*). Menurutnya, eksistensi dari komunitas merujuk pada kesadaran dari anggota komunitas itu bahwa mereka saling memiliki dan afirmasi dari kondisi tersebut adalah kebersamaan yang saling bergantung satu sama lain.<sup>27</sup>

Menurut Norman Fairclough, media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi.<sup>28</sup> Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan gubungan antar pengguna sekaligus dalam satu ikatan sosial. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunaannya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual.<sup>29</sup> Salah satu media sosial yang digandrungi oleh khalayak adalah Instagram. Instagram dimulai oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang sebagai *Co-Founder* Instagram. Instagram diluncurkan pada tanggal 6 oktober 2010.<sup>30</sup> Berawal dari Kevin Systrom dan Mike Krieger yang memiki produk bernama Burbn, yang boleh dianggap sebagai cikal bakal Instagram. Sebagai media sosial, Burbn memiliki banyak fitur yang cukup lengkap. Fiturnya dapat digunakan untuk berbagai foto, sampai untuk *check-in*

<sup>27</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial (Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sositeknologi)*, cetakan ke 4. (Bandung: Sembiosa Rekatama Media, 2021). 7

<sup>28</sup> Nur Sarah, "Analisis Wacana Kritis Perpektif Teun Van Dijk terhadap Media Sosial pada Akun Instagram @Indonesiatanpapacaran" (UIN Sunan Ampel, 2019).

<sup>29</sup> Syifa'hayati Islami, "Pemikiran dan Aktivitas Dakwah Ustadz Abdul Somad melalui Media Social Youtube" (Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2018).

<sup>30</sup> Caroline, *Sejarah Perubahan Cepat Teknologi: Dari 2000 Hingga 2021* (e-book: Elementa Media, 2021).



lokasi. Rupanya, perjalanan Burbn tidak begitu mulus. Ingin memberikan yang terlengkap bagi konsumen ternyata bukan hal yang tepat. Justru karena fiturnya yang terlalu banyak dan tidak fokus inilah, Burbn menerima kegagalan. Tidak banyak pengguna yang melirik pada media sosial ini, sehingga mereka memilih strategi pivot dengan melakukan zoom-in pivot. Zoom-in pivot merupakan adalah metode pivot yang dilakukan dengan berfokus ada sedikit produk saja. Faktanya strategi inilah yang kini yang bisa dikenal dengan sebutan Instagram.<sup>31</sup>

Menurut A. Hasjmy menyamakan media dakwah dengan sarana dakwah dan menyamakan alat dakwah dengan medan dakwah. Sedangkan menurut Mira Fauziyah, media dakwah adalah alat atau sarana yang digunakan untuk berdakwah dengan tujuan supaya memudahkan penyampaian pesan dakwah kepada *mad'u*.<sup>32</sup> Dalam konteks ini, media sosial dapat menjadi media sekaligus ruang ekspresi bagi masyarakat untuk terlibat dalam aktivitas dakwah. Selain itu, media sosial juga bersifat global yang dapat menjangkau seluruh belahan dunia dan dapat membentuk pola-pola komunikasi dengan jumlah anggota yang tidak terbatas. Salah satunya media sosial yang saat ini digencari oleh semua kalangan adalah Instagram. Berawal dari internet sebagai produk teknologi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Anggota dari komunitas secara bebas dapat bertukar pikiran dan informasi. Komunitas biasanya terdiri dari komunitas formal (kegamaan, politik) dan komunitas non formal (hobi, makanan, sampai sesuatu hal yang unik). Terdapat beberapa komunitas di media sosial, di antaranya: facebook, twitter, Instagram dan beberapa blog website. Instagram yang menjadi media sosial

---

<sup>31</sup> Hasna Wijayanti, *Panduan Analisis SWOT untuk Kesuksesan Bisnis* (e-book: anak Hebat Indonesia, 2019).

<sup>32</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Revisi. (Jakarta: Kencana, 2017). 346

yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Pada media ini dapat dijadikan sebagai blog pribadi, bisnis hingga gerakan ataupun komunitas.

Instagram merupakan media baru yang berbentuk data, teks, gambar, ataupun audiovisual. Dengan adanya Instagram membuat para aktivis dakwah lebih mudah dalam mensyiarkan agama mengingat sekarang terutama pemuda Muslim lebih tertarik dengan telepon genggamnya. Selain itu dakwah Instagram juga menjadi lebih efisien dapat menjangkau sasaran dakwah lebih luas atau banyak. Indonesia yang berada di urutan ke empat di dunia sebagai pengguna aktif, menjadi peluang bagi para da'i untuk menjadikan Instagram sebagai sarana atau media dakwah. Media Instagram ini digunakan sebagai sarana dakwah baik individu maupun komunitas.

Salah satunya komunitas sosial keagamaan di Indonesia, yaitu Nahdlatul Ulama. Nahdlatul Ulama menggunakan salah satu media sosial yaitu instagram sebagai media pendukung dakwah. Sehingga instagram merupakan pilihan platform untuk lebih meluaskan dakwah, karena instagram di nilai menjadi platform yang di gemari oleh anak muda.

### 3. Konten Instagram dalam Realitas Dakwah

Media sosial yang memiliki jangkauan lebih luas. Sehingga masyarakat pun lebih mudah membuka pintu informasi, keagamaan khususnya. Dalam buku “*The Future of Islam*” John L Esposito berpendapat bahwa *gerakan umat Islam melalui media telah mengubah wajah Islam di seluruh dunia.*<sup>33</sup> Hal ini instagram merupakan salah satu media sosial terbesar di dunia, menjadi alternatif pendakwah

---

<sup>33</sup> Moch Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru (Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet)* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2019).

untuk menyebarkan agama Islam, serta menjadi alternatif khalayak untuk mengakses keagamaan yang tersaji.

Sebuah realitas yang terjadi di media sosial bisa dilihat melalui dua konsep, yaitu konten dan bentuk (*form*) media sosial. Lebih jauh, sebuah aksi dari komunikasi dan interaksi yang terjadi di internet harus dilihat pula dari apa yang membawa (*site*) komunikasi itu dan apa yang tampak dari yang disampaikan (*surface*). Berdasarkan hal tersebut, realitas pada media sosial bisa dibagi menjadi dua, yakni level mikro dan level makro. Level mikro lebih merujuk pada teks yang dikonstruksi oleh pengguna, level makro lebih merujuk pada teks yang dikonstruksi oleh pengguna. Sehingga terdapat konten Instagram yang menunjukkan realitas aktivitas dakwah. Sudah terlihat, Instagram yang berbentuk data, teks, gambar, ataupun audiovisual, memberikan pengaruh kepada khalayak di dunia nyata, yang bersumber dari konten dakwah yang di posting. Sedangkan level makro merujuk pada konteks yang mengelilingi teks. Sehingga dalam unit makro ini melihat apa yang terjadi di dalam jaringan (*online*) memberikan pengaruh di dunia nyata (*offline*).

Di era saat ini, segala isi pesan keIslaman yang ada di Instagram sudah menjadi realitas adanya dakwah. Sehingga penelitian ini, memberikan pengertian bahwa realitas dakwah dalam Instagram merupakan segala potret untuk menyampaikan pesan Islam yang dikonstruksi oleh pengguna yang memberikan pengaruh di dunia maya. Pesan ini mencakup segala hal yang berkaitan dengan agama Islam dan organisasi Nahdlatul Ulama, baik itu mengandung nilai keagamaan, nilai gender, nilai *new issue*, atau bahkan nilai kebudayaan.

#### 4. Instagram NU Online Jawa Timur

Instagram NU Online Jawa Timur merupakan salah satu media online Instagram milik organisasi Islam di Indonesia yakni Nahdlatul Ulama (NU), yang berada di naungan NU Online Pusat. Instagram NU Online Jawa Timur berdiri pada tahun 2019.<sup>34</sup> Instagram NuonlineJawa Timur memiliki 36, 5 ribu pengikut (*follower*) dan 62 mengikuti (*following*).<sup>35</sup>

Akun instagram NU Online Jawa Timur berorientasi pada konten-konten dakwah yang menampilkan nilai dan pesan-pesan keIslaman secara populer, mudah dicerna, pengemasan yang menarik, moderat, dan tetap bersumber pada Al-Qur'an dan Al-Hadits. Dalam konten dakwahny, Instagram NU Online Jawa Timur menyajikan pesan melalui *quotes*, grafis, e-koran, cover berita dan audiovisual. NU Online Jawa Timur juga memiliki ciri khas padat dan singkat dalam isi pesan dakwah, namun juga terkadang ada beberapa konten yang membuat khalayak bertanya-tanya mengenai kejelasan atau penjelasan dari isi pesan tersebut. Namun dengan isi pesan yang padat dan singkat tersebut dimaksudkan agar khalayak dapat membaca isi pesannya secara lengkapnya pada website yang sudah tertera. Sehingga instagram hanya sebagai etalase untuk menarik perhatian khalayak, sepenuhnya kejelasan isi pesan ada di website NuOnlineJatim.

## G. Metode Penelitian

### 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Paradigma kritis merupakan suatu cara pandang terhadap realitas sosial yang senantiasa diliputi rasa curiga dan kritis terhadap realitas tersebut.<sup>36</sup>

<sup>34</sup> Muhammad Rofi'i Bunaweni, "Wawancara dengan Tim Redaksi NU Online Jawa Timur," Agustus 2022.

<sup>35</sup> Instagram NUOnlineJawa Timur, Agustus 2022

<sup>36</sup> Ali Nurdin, *Penelitian Teks Media (Teori dan Contoh Praktik Penelitian Bidang Komunikasi)* (Surabaya: CV Revka Prima Media, 2021). 247

Pendekatan paradigma kritis ini diharapkan dapat mendasarkan diri pada penafsiran peneliti pada teks dan gambar karena dengan penafsiran, peneliti dapat masuk untuk menyelami teks dan gambar secara mendalam, serta mengungkap makna simbol yang terkandung di dalamnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kritis yang menekankan pada konstelasi kekuatan yang terjadi pada proses produksi dan reproduksi makna, individu tidak dianggap sebagai subjek yang netral yang bisa menafsirkan secara bebas sesuai dengan pikirannya. karena sangat berhubungan dan dipengaruhi oleh kekuatan sosial yang di masyarakat. Maka dapat disimpulkan bahwa alasan peneliti menggunakan pendekatan kritis adalah konteks penelitian, yaitu realitas dakwah suatu organisasi Islam Nahdlatul Ulama dalam media online instagram sesuai dengan pendekatan ini.

Peneliti menggunakan jenis penelitian wacana Norman Fairclough. Secara metodologis, peneliti meminjam model analisis wacana dari Norman Fairclough untuk melihat bagaimana analisis wacana yang berkembang pada konten Instagram NU Online Jawa Timur. Model penelitian analisis wacana Norman Fairclough menekankan pada tiga elemen yang menjadi kunci dalam analisis teks media, yaitu teks, praktik diskursif dan praktik sosial. Setiap penggunaan bahasa adalah peristiwa komunikatif yang melibatkan teks (berwujud ucapan, tulisan, gambar), praktik diskursif dalam produksi dan konsumsinya, sedangkan prakti sosial yang tidak dapat dilepaskan dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Fairclough, model tiga dimensi menekankan bahwa teks tidak dapat dipahami dengan atau dianalisis secara terpisah. Teks dipahami dengan menghubungkannya dengan aspek-aspek lain yang terkait dengan konteks sosial.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Ali Nurdin, *Penelitian Teks Media (Teori dan Contoh Praktik Penelitian Bidang Komunikasi)* (Surabaya: CV Revka Prima Media, 2021). 74

## 2. Unit Analisis

Unit analisis atau biasa dikenal dengan unit penelitian merupakan satuan tertentu yang diperhitungkan sebagai subjek penelitian.<sup>38</sup> unit analisis menjelaskan tentang obyek teks dan fokus yang dikaji, disertai dengan batasan edisi konten yang disajikan. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil unit analisis realitas dakwah yang dilakukan oleh Nahdlatul Ulama di media sosial Instagram NU Online Jawa Timur pada periode Ramadhan 2022. Terdapat 9 konten instagram NU Online Jawa Timur yang dipilih peneliti untuk menjadi unit analisis dalam penelitian ini.

Tabel 1: Konten Instagram NU Online Jawa Timur

No	Judul
1.	Konten Grafis “Ketentuan Zakat Fitrah Bagi Perantau”
2.	Konten Grafis “Yang Dapat Dilakukan Perempuan Haid”
3.	Konten Grafis “Panduan Salaman Saat Silaturahmi Lebaran”
4.	Konten Podcast “Akhlak Mencari Ilmu”
5.	Konten Podcast “Marhaban Ya Ramadhan”
6.	Konten Podcast “Hikmah Ramadhan”
7.	Konten Quotes “Ghibah”
8.	Konten Quotes “Ikhlas Mengerjakan Amal”
9.	Konten Quotes “Wujud Zikir”

Mengenai pemilihan konten tersebut pada periode ramadhan 2022, peneliti mengambil sembilan konten yang terdiri dari tiga konten grafis, tiga konten podcast dan tiga konten quotes, agar penelitian ini lebih terfokus. Selain itu

<sup>38</sup> Ibid

pemilihan sembilan konten tersebut dilakukan peneliti karena dinilai paling representatif berdasarkan momen Ramadhan.

### 3. Jenis dan Sumber Data

#### a. Data Primer

Data primer merupakan data utama. Dalam penelitian ini yang termasuk data primer ialah file atau transkrip melalui screenshoot instagram yang dikuatkan dengan data dari website NU Online.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data tambahan atau pelengkap data primer. Dalam penelitian ini, data sekundernya berupa informasi yang di dapat dari sumber-sumber atau literatur yang mendukung dan berhubungan dengan tema penelitian. seperti wawancara, buku, jurnal, tesis atau disertasi serta sumber internet yang terkait.

### 4. Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian yang dilalui dalam proses ini merupakan langkah untuk mempermudah dan mempercepat proses penelitian. Adapun tahap-tahap yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah:

#### a. Mengumpulkan Konten Instagram

Mengumpulkan Konten Instagram merupakan langkah awal yang dilakukan oleh peneliti. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan konten Instagram NU Online JawaTimur.

#### b. kategorisasi Tema Dan Konteks Penelitian

Peneliti mengkategorisasi tema dan mengembangkan konteks penelitian yang lebih luas. Berdasarkan hasil observasi ini peneliti melihat sesuatu hal diluar kebiasaan suatu konten media yakni adanya penyampaian realitas yang

melebihi realitas nyatanya. Sehingga membuat peneliti tertarik dan memfokuskan penelitian ini pada analisis wacana.

c. Merumuskan Fokus Penelitian

Peneliti memfokuskan penelitian sehingga tidak keluar dari konteks penelitian. Dalam penelitian ini memfokuskan mengenai bagaimana “Realitas Dakwah Dalam Konten Instagram NU Online Jawa Timur” menggunakan struktur analisis wacana model Norman Fairclough.

d. Melakukan Analisis Data

Analisis ini menggunakan analisis wacana model Norman Fairclough. Dengan ini peneliti menganalisis bagaimana “Realitas Dakwah Dalam Konten Instagram NU Online Jawa Timur”.

e. Membuat Hasil Penelitian

Dalam proses ini hasil yang didapatkan sesuai dengan tujuan dan fokus penelitian

f. Menarik Kesimpulan

Menarik Kesimpulan dengan membuat laporan yang sudah dianalisa dan tersusun secara sistematis.

5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu:

a. Analisa Dokumentasi

Dalam penelitian ini dokumentasi dilakukan dengan cara mencari dan mengelompokkan konten dakwah di Instagram NU Online Jawa Timur untuk mencari pemaknaan atas bahasa dan teks yang muncul dalam setiap konten dakwah di Instagram NU Online Jawa Timur menggunakan analisis wacana Norman Fairclough.



b. Wawancara mendalam

Menurut Moleong, wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu.<sup>39</sup>

Disini percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu orang yang mengajukan pertanyaan dan yang menjawab dari pertanyaan si pewawancara. Adapun responden dalam penelitian ini adalah Tim redaksi Instagram NU Online Jawa Timur. Peneliti menggunakan metode ini dengan memperoleh data terkait isi pesan yang terkandung dalam konten Instagram NU Online Jawa Timur.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan melengkapi atau membeaca literatur sebagai bahan dan panduan penulis dalam mengkaji penelitian. Bahan tersebut dijadikan sebagai referensi bagi penulis dalam mengidentifikasi dan mendeskripsikan masalah penelitian yang terkait realitas dakwah NU Online Jawa Timur pada media online instagram.

6. Teknik Analisis Data

Terdapat dua data sebagaimana yang dijelaskan di atas, terdapat data yang diperoleh melalui data primer yang berupa transkrip konten dan juga sekunder yang berupa wawancara dan data pustaka yang berkaitan dengan Konten Dakwah NU Online Jawa Timur. Menurut Hamidi menyatakan bahwa analisa data dalam penelitian dengan kualitatif pada prinsipnya berproses secara induksi-interpretasi-konseptualisasi.<sup>40</sup> Dengan demikian laporan lapangan yang detail (induksi) dapat berupa data yang lebih mudah dipahami, dicarikan makna sehingga ditemukan pikiran apa yang tersesembunyi di balik cerita mereka (interpretasi) dan akhirnya dapat diciptaan suatu konsep (konseptualisasi).

<sup>39</sup> Intan Musdalifah, "Komunikasi Antar Umat Beraama di Desa Pancasila Balun Kec Turi Kab Lamongan" (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2021).

<sup>40</sup> Teguh Dwi Putranto, "Wacana Pemberitaa tentang Corporate Social Responsibility PT Djarum terhadap Pengembangan Bulu Tangkis di Indonesia" (Universita Airlangga, 2018).

Metode yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah metode Analisis Wacana Teks Media Norman Fairclough. Model analisis wacana Norman menekankan pada tiga elemen yang menjadi kunci dalam analisis teks media, yaitu teks, praktik diskursif, dan praktik sosial.<sup>41</sup> Setiap penggunaan bahasa adalah peristiwa komunikatif yang melibatkan teks, praktik diskursif dalam produksi dan konsumsinya, dan praktik sosial yang tidak dapat dilepaskan dalam kehidupan sehari-hari.<sup>42</sup> Dari ketiga model di atas, maka teks dapat dipahami dengan menghubungkannya dengan aspek-aspek lain yang terkait dengan konteks sosial. Dimensi teks dapat diteliti dengan menggunakan metode kritik bahasa, dimensi kritik diskursif menggunakan metode wawancara mendalam dan dimensi praktik sosial menggunakan metode studi pustaka dan penelusuran. Ketiga metode analisis wacana ini menunjukkan tingkatan analisis yang menggunakan hasil sesuai dengan tujuan penelitian. Jika peneliti hanya mengkaji teks saja, maka hasil penelitian yang didapat hanya sebatas mengeksplorasi teks yang diproduksi sebagai level pertama dalam penelitian teks media. Jika peneliti mengkaji bagaimana teks diproduksi dan dikonsumsi khlayak, maka peneliti meningkatkan kajiannya pada level kedua dengan mengeksplorasi praktik diskursif dengan metode wawancara mendalam kepada orang-orang yang terlibat produksi teks. Jika peneliti ingin meningkatkan level penelitiannya pada level ketiga, maka peneliti telah berusaha melakukan penelitian teks media secara totalitas dalam penelitian teks media.<sup>43</sup> Ada beberapa kata kunci untuk memahami analisis wacana dari Norman Fairclough sebagaimana dalam tabel sebagai berikut:<sup>44</sup>

---

<sup>41</sup> Ali Nurdin, *Penelitian Teks Media (Teori dan Contoh Praktik Penelitian Bidang Komunikasi)* (Surabaya: CV Revka Prima Media, 2021). 75

<sup>42</sup> Ibid, 76

<sup>43</sup> Ali Nurdin, *Penelitian Teks Media (Teori dan Contoh Praktik Penelitian Bidang Komunikasi)* (Surabaya: CV Revka Prima Media, 2021). 78

<sup>44</sup> Ibid, 78

Tabel 2: Istilah Kunci dalam Analisis Wacana

Istilah Kunci	Penjelasan
Wacana (kata benda abstrak)	Penggunaan bahasa yang dipahami sebagai praktik sosial
Peristiwa diskursif	Penggunaan bahasa dianalisis sebaga teks, praktik diskursif dan praktik sosial
Teks	Bahasa tertulis atau lisan yang dihasilkan dari peristiwa diskursif.
Praktik wacana	Produksi, distribusi, dan konsumsi teks.
Interdiskursif	Pelebagaan sebuah teks dari berbagai wacana dan jenis aliran.
Wacana (kata benda/ terhitung)	Cara menandai pengalaman dari perpektif tertentu.
Genre/jenis aliran	Penggunaan bahasa yang terkait dengan aktivitas sosial tertentu.
Urutan Wacana	Praktik diskursif kelembagaan media dan hubungannya dengan aspek-aspek yang lain.

## H. Jadwal Penelitian

### Jadwal Penelitian

		Bulan dan Minggu																			
No	Kegiatan	Agustus				September				Oktober				November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4



### Jadwal Penelitian

	b. Analisi Data																			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>								
3.	Tahap Penyusunan Laporan																				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	

### I. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas, maka peneliti secara global akan memeberikan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN: Merupakan segala persoalan yang berkaitan dengan masalah, baik teoritis maupun gejala empiris, dan menjelaskan alasan penelitian harus diteliti

BAB II: KAJIAN TEORITIS: Kajian teoritis menekankan pada aspek elaborasi teori dengan penelitian, dengan menguraikan penjelasan tentang kerangka teoritik yang berkaitan dengan fokus pembahasan. Definisi konsep dijelaskan dengan jelas dengan tetap memperhatikan relevansi teori yang akan digunakan dalam menganalisis masalah.

BAB III: PENYAJIAN DATA: Dalam hal ini, peneliti memberikan pnbahasan tentang data data yang diperoleh, baik data sekunder maupun primer. Dalam penyajian data dideskripsikan dan dapat di sertakan foto, tabel atau bagan yang mendukung.

BAB IV: ANALISIS DATA: Peneliti memberikan gambaran tentang data-data yang dikemas dalam bentuk analisis deskriptif. Setelah itu akan dilakukan analisis data dengan menggunakan teori yang relevan.

BAB V: PENUTUP: Bab ini merupakan bab terakhir dalam penulisan laporan penelitian yang memuat akan kesimpulan dan juga saran



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB II STUDI TEORITIS

### A. Studi Pustaka

#### 1. Media Sosial dan Dinamika Masyarakat

Media berasal dari Bahasa Latin *medius* yang secara harfiah berarti perantara, tengah dan pengantar. Dalam Bahasa Arab media sama dengan *wasilah* atau dalam bentuk jamak *wasail* yang berarti alat atau perantara.<sup>45</sup> Meyrowitz dalam upaya memahami kata “medium” guna memahami bagaimana media beroperasi. Ada tiga ungkapan untuk melihat medium. Pertama medium sebagai saluran (*medium-as-vessel/conduit*). Kedua medium adalah Bahasa (*medium-as-language*). Dan ketiga medium sebagai lingkungan (*medium-as-environment*).<sup>46</sup> Dari ketiga perspektif Meyrowitz dalam melihat medium ini memberikan gambaran bahwa medium bisa dilihat dari berbagai aspek. Medium bisa mengandung nilai-nilai yang tidak sekedar menjadi sarana dalam penyampain pesan, melainkan memberikan pengaruh, pada segi sosial, budaya, politik atau bahkan ekonomi. Sedangkan kata sosial dalam media sosial secara teori semestinya didekati oleh ranah sosiologi.

Inilah yang menurut Fuchs terdapat beberapa pertanyaan dasar ketika melihat kata sosial, misalnya terkait dengan informasi dan kesadaran. Dalam teori sosiologi disebutkan bahwa media pada dasarnya adalah sosial karena media merupakan bagian dari masyarakat dan aspek dari masyarakat yang direpresentasikan dalam bentuk perangkat teknologi yang digunakan. Dua pengertian dasar tentang media dan sosial telah dijelaskan, namun tidak mudah membuat sebuah definisi tentang media sosial berdasarkan perangkat teknologi semata. Diperlukan pendekatan dari

---

<sup>45</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Revisi. (Jakarta: Kencana, 2017). 345

<sup>46</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial (Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi)*, cetakan ke 4. (Bandung: Sembiosa Rekatama Media, 2021). 4

teori-teori sosial untuk memperjelas apa yang membedakan antara media sosial dan media lainnya di internet sebelum pada kesimpulan apa yang dimaksud dengan media sosial. Fuchs mengawalinya dengan perkembangan kata Web 2.0 yang dipopulerkan oleh O'Reilly. Web 2.0 merujuk dari media internet yang tidak lagi sekedar penghubung antara individu dengan perangkat (teknologi dan jaringan) komputer yang sudah ada dan terjadi dalam Web 1.0, tetapi lebih melibatkan individu untuk mempublikasikan secara bersama, saling mengolah dan melengkapi data, web sebagai *platform* atau program yang bisa dikembangkan, sampai pada pengguna dengan jaringan dan alur yang sangat panjang (*the long tail*).<sup>47</sup>

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai kelompok aplikasi yang berbasis internet dan dibangun atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0.<sup>48</sup> Media Sosial memiliki empat karakteristik khusus yang tidak dimiliki oleh media lain, sebagai berikut:<sup>49</sup>

- a. Jaringan, media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk dalam jaringan atau internet
- b. Informasi, pada media sosial menjadi komoditas pengguna. Karena komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antar pengguna itu sendiri. Pada kegiatan ini antara pengguna konsumsi membentuk sebuah jaringan yang tanpa disadari ataupun disadari bermula pada intuisi masyarakat berjaring.
- c. Arsip, data yang diposting akan disimpan oleh media sosial sebagai arsip.
- d. Interaktif, terbentuknya karakter dasar antar pengguna serta memperluas jaringan yang dibangun dengan interaksi sesama.

<sup>47</sup>Rulli Nasrullah, *Media Sosial (Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sositologi)*, cetakan ke 4. (Bandung: Sembiosa Rekatama Media, 2021). 9

<sup>48</sup>Nur Sarah, "Analisis Wacana Kritis Perpektif Teun Van Dijk terhadap Media Sosial pada Akun Instagram @Indonesiatanpapacaran" (UIN Sunan Ampel, 2019).

<sup>49</sup>Ibid



- e. Simulasi sosial, Baudrillard menyebutnya sebagai a copy of a copy with no original. Di media sosial interaksi yang ada memang menggambarkan bahkan mirip dengan realitas, akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi dan terkadang berbeda sama sekali.
- f. Konten oleh pengguna (*user generated content*), bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdarakan kontribusi pengguna atau pemilik akun.
- g. Penyebaran (*sharing/share*), khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya atau mendapatkannya. Penyebaran ini terjadi dalam dua jenis yaitu melalui konten dan melalui perangkat.<sup>50</sup>

Media sosial atau yang biasa disebut medsos merupakan sarana dalam pergaulan sosial yang berada di dunia maya. Media sosial merupakan media yang memungkinkan penggunaannya untuk saling bersosialisasi dan berinteraksi, berbagi informasi maupun menjalin kerja sama. Seperti pisau bermata dua, media sosial dapat memberi dampak positif maupun negatif kepada pengguna, tergantung kebijakan pengguna dalam memanfaatkan media sosial.<sup>51</sup> Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai kelompok aplikasi yang berbasis internet dan dibangun atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0.<sup>52</sup>

Media sosial (medsos) telah menjadi fenomena yang semakin mengglobal dan mengakar. Keberadaannya nyaris tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Sebagai bentuk aplikasi dalam komunikasi secara virtual, media sosial merupakan hasil dari kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi. Media sosial merupakan sebuah media online, di mana para penggunanya melalui aplikasi

<sup>50</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial (Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi)*, cetakan ke 4. (Bandung: Sembiosa Rekatama Media, 2021). 16

<sup>51</sup> Arif Rohmadi, *Tips Produktif Bersosial Media* (e-book: Elax Media Komputindo, 2016). 6

<sup>52</sup> Sarah, "Analisis Wacana Kritis Perpektif Teun Van.Dijk terhadap Media Sosial pada Akun Instagram @Indonesiatanpapacaran."

berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang disokong oleh teknologi multimedia yang kian canggih. Pada saat ini, jejaring sosial, blog, dan wiki merupakan media sosial yang paling banyak digunakan dan tumbuh pesat di antara yang lainnya.<sup>53</sup>

Dinamika masyarakat merupakan suatu kehidupan masyarakat yang terdiri dari dua atau lebih individu dalam suatu wilayah yang memiliki hubungan psikologis secara jelas antara masyarakat yang satu dengan yang lain dan berlangsung dalam situasi yang dialami.<sup>54</sup> Dari makna ini berkaitan dengan perkembangan teknologi. Kemajuan teknologi saat ini tidak bisa dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Berbagai informasi yang terjadi di berbagai belahan dunia kini telah dapat langsung kita ketahui berkat kemajuan teknologi (globalisasi). Kalau dahulu kita mengenal kata pepatah “dunia tak selebar daun kelor”, sekarang pepatah itu selayaknya berganti menjadi dunia saat ini selebar daun kelor, karena cepatnya akses informasi di berbagai belahan dunia membuat dunia ini seolah semakin sempit.<sup>55</sup>

Salah satu adanya perkembangan zaman ditandai dengan perkembangan media sosial, yang sebagai media komunikasi bagi masyarakat. Media sosial merupakan sarana dalam jaringan internet yang para penggunaanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berinteraksi, berbagi, dan menciptakan karya tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Perkembangan media sosial telah mengubah peradaban manusia

---

<sup>53</sup> Eko Sumadi, “Dakwah Dan Media Sosial (Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi),” *At-Tabasyir (Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam)* 4, no. 1 (2016). 184

<sup>54</sup> Nurul Akhmad, *Ensiklopedia Dinamika Masyarakat*, Digital 2019. (Semarang: Alprin, 2010).

<sup>55</sup> Hendro Setyo Wahyudi and Mita Puspita Sukmasari, “Teknologi dan Kehidupan Masyarakat,” *Analisa Sosiologi* 3, no. 1 (2014). 13

secara global.<sup>56</sup> Media sosial seperti instagram, facebook, whatsapp, twiter dan lain sebagainya membuat dunia menjadi tanpa batas sehingga mengakibatkan terjadinya dinamika sosial dalam bermasyarakat. Media sangat berperan dalam kegiatan peyampaian pesan dalam komunikasi. Dengan mengoptimalkan penggunaannya akan memaksimalkan kegiatan masyarakat. Apabila ditinjau dengan teori media *influence*, bahwa media dapat memberikan pengaruh kepada individu baik secara langsung ataupun tidak langsung.<sup>57</sup> Dengan hadirnya media sosial sebagai teknologi baru, tentu saja cara hidup manusia juga akan mengalami perubahan.<sup>58</sup> Beberapa perubahan adalah semakin efektif dan efisiennya manusia dalam memperoleh informasi tidak tehalang waktu, tempat dan biaya yang relatif murah.

Perkembangan media sosial pun memberikan banyak manfaat dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Melalui media sosial juha dapat memudahkan seseorang mengetahui berbagai peristiwa yang sedang terjadi di belahan dunia. Selain itu juga media sosial memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengekspresikan diri dan mempermudah dalam penyebaran informasi secara cepat. Selain memberikan manfaat bagi masyarakat, perkembangan media sosial juga berdampak negatif bagi masyarakat. Dampak negatif ketika penggunaan media sosial secara berlebihan dapat menghabiskan waktu seharian sehingga membuat seseorang menjadi individualis dan tidak peduli dengan masyarakat di sekitarnya. Selain itu juga mengakibatkan adanya konflik antar kelompok tertentu dengan berlatar belakang

---

<sup>56</sup> Rizana, Andrew Utama, and Irene Svinarky, “Pengaruh Media Sosial terhadap Dinamika Masyarakat dan Lahirnya Bentuk Bentuk Perbuatan Hukum Baru di Media Sosial.,’ 9 (November 27, 2021): 92.” *Jurnal Cahaya Keadilan* 9 (2021).92

<sup>57</sup> Ibid, 51

<sup>58</sup> Anang Sugeng Cahyono, “Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia,” *Publiciana* 9, no. 1 (2016).

suku, ras, maupun agama. Ada pula berlatar belakang kesenjangan sosial yang sering mengundang komentar dan berujung pada konflik.

## 2. Instagram dan Masyarakat Millennial

Masyarakat modern atau millennial dikenal sangat ketergantungan dengan internet, senang menghabiskan hidupnya di jejaring media daring, dan selalu mengikuti perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam rangka pemanfaatan teknologi mutakhir untuk memudahkan aktivitas sehari-hari. Generasi ini melihat dunia, tidak secara langsung melainkan berselancar di dunia maya.<sup>59</sup> Mulai dari berkomunikasi, berbelanja online, dan mendapatkan informasi atau kegiatan lainnya. Salah satu media sosial yang digandrungi oleh khalayak adalah Instagram.

Instagram merupakan aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto atau video yang dapat dilihat oleh pengikut (*followers*) dari pemilik akun yang mengunggah foto atau video tersebut serta dapat juga terjadi interaksi berupa saling berkomentar antar pengguna. Nama Instagram terdiri dari dua kata yaitu “insta” dan “gram”. Kata “insta” berasal dari kata instant dan kata “gram” berasal dari telegram yang mana memiliki cara kerja yang cepat dalam mengirimkan informasi kepada orang lain.<sup>60</sup> Instagram dimulai oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang sebagai *Co-Founder* Instagram. Instagram diluncurkan pada tanggal 6 oktober 2010.<sup>61</sup> Ditahun 2022 ini, menurut data *We Are Sosial*, pengguna aktif bulanan (*monthly active user/MAU*) Instagram di seluruh dunia mencapai 1, 45 miliar orang.<sup>62</sup>

<sup>59</sup> Puput Puji Lestari, “Dakwah Digital untuk Generasi Millennial,” *Jurnal Dakwah* 21, no. 1 (2020). 51

<sup>60</sup> Andika Romadani and Yasser Fikry, “Peran Media Sosial dalam Dakwah Islam Nahdlatul Ulama (Instagram @Nuonline\_id),” *Prosiding Jurnalistik* 7, no. 1 (2021). 331

<sup>61</sup> Caroline, *Sejarah Perubahan Cepat Teknologi: Dari 2000 Hingga 2021*.

<sup>62</sup> Rizaty, “Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat Di Dunia.”

Tabel 3: 8 Negara Pengguna Instagram Terbanyak

Negara	Pengguna (juta per bulan)
India	253,3
Amerika serikat	155,7
Brazil	122,5
Indonesia	99,9
Turki	54,4
Jepang	47,3
Meksiko	39,3
Inggris	32,2

Data tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia khususnya generasi milenial saat ini cenderung menggunakan internet terutama media sosial. Banyak alasan kenapa masyarakat Indonesia gemar menggunakan internet atau media sosial tersebut. Salah satunya untuk dijadikan ajang hiburan dan pusat mencari informasi. Tidak heran, jika banyak yang memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi yang tren pada masa kini.<sup>63</sup>

Neil Howe dan William Strauss telah mempopulerkan teori perbedaan generasi di tahun 1991. Mereka membagi generasi berdasarkan kesamaan kejadian-kejadian *historis*. Secara spesifik Strauss dan Howe dalam teori generasi telah membagi generasi kedalam empat bagian: generasi baby boom (1943-1960), generasi X (1961-1981), generasi Y (1982-2004) dan generasi Z (2005-sekarang). Sebenarnya generasi millennial merupakan istilah lain dari generasi Y. Karena mereka yang lahir pada tahun 1982-2004 merupakan satu-satunya generasi yang

<sup>63</sup> Reza Mardiana, "Daya Tarik Dakwah Digital sebagai Media Dakwah untuk Generasi Milenial," *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* 10, no. 02 (2020).

mengalami tahun di millenium kedua. Istilah generasi millennial pertama kali digunakan pada tahun 1923 silam oleh Karl Manheim seorang sosiolog yang berasal dari Hongaria. Yoris Sebastian membagi generasi Millennial menjadi tiga kelompok:<sup>64</sup>

- a. *The Student Millennials*, yaitu mereka yang terlahir padatahun 1994-2000. Pada tahun 2020 mereka berada di kisaran usia 20-26 tahun. Yang dimana *smartphone* mulai hadir dalam kehidupannya. Kini mereka terkoneksi dengan jaringan internet dan menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-sehari.
- b. *The Working Millennials*, yaitu mereka yang terlahir pada tahun 1987-1993. Pada tahun 2020 mereka berada di kisaran usia 27-33 tahun. Kelomppok milenial ini sibuk meniti karir di berbagai bidang pekerjaan. Milenial tertua dalam kelompok ini mengalami gejolak sosial media saat mereka mulai masuk Sekolah Menengah Atas (SMA).
- c. *The Family Millennials*, yaitu generasi milenial yang sudah mulai berkeluarga atau sudah memikirkan dan berencana menikah. Rata-rata mereka berusia 28-35 tahun. Saat mereka baru lulus SMA pada tahun 1998 mereka mengalami era reformasi. Mereka juga mengalami masa transisi dari perangkat analog menjadi perangkat digital di masa SMA.

Pembagian kelompok milenial ini menunjukkan bahwa generasi milenial di Indonesia memiliki pengalaman hidup yang beragam. Tentu dengan beragam pengalaman hidup tersebut, milenial juga memiliki pola pikir yang berbeda dalam menyikapi suatu persoalan. Dalam survei *GlobalWebIndex* (GWI), tiap generasi

---

<sup>64</sup> Lina Muflihah, "Dakwah Muslim Milenial (Studi Kasus dalam Akun Instagram @Surabayahijrah)" (Tesis, UIN Sunan Ampel, 2020). 47

memiliki media sosial yang paling digemari. Instagram menjadi aplikasi favorit generasi Z (16-23 tahun) sebab 24% responden mengaku menyukai media sosial itu. Sementara itu, generasi Y atau milenial (24-37 tahun) dan generasi X (38-56 tahun) menyukai media sosial yang sama. Kedua generasi itu menjadikan WhatsApp sebagai aplikasi favoritnya yang diwakili 17% responden dan 20% responden.<sup>65</sup> Generasi milenial sebenarnya mempunyai peluang dan kesempatan berinovasi yang sangat tinggi. Terbukti dengan adanya media digital yang mampu menciptakan usaha baru guna membantu meningkatkan perekonomian, sebagai contoh maraknya jual beli online (*online shop*) dan transportasi online. Selain itu, dari sisi pendidikan generasi milenial ini memiliki kualitas yang lebih unggul yang mana banyak orang yang memiliki minat untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Instagram lebih mudah digunakan untuk menangkap ataupun membagikan momen ke seluruh dunia, dengan Instagram masyarakat juga bisa memberikan atau memperoleh informasi dengan mudah.<sup>66</sup> Berbagai banyak fitur yang ditawarkan Instagram telah membuat masyarakat tertarik. Tidak dipungkiri bahwa semua orang terutama generasi millennial lebih memilih menggunakan Instagram.

### 3. Instagram dan Ideologi Sosial

Suatu konsep gagasan yang disepakati oleh sekelompok masyarakat dan ekspresinya dalam institusi sosial merupakan ideologi. Ideologi mendominasi pemaknaan cara hidup dan cara memahami dunia di sekitar kita. Ideologi mencakup serangkaian sistem nilai atau kepercayaan dan penerapannya dalam

<sup>65</sup> Yosepha Pusparisa, "Instagram, Media Sosial Favorit Generasi Z," *Databoks*, May 16, 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/16/instagram-media-sosial-favorit-generasi-z>.

<sup>66</sup> Tim Prodi Ilmu Komunikasi UMM, *Relasi Kuat Antara Generasi Millennial dan Media* (Malang: Intelligensia Media (Intens Publishing Group), 2020).

kehidupan sosial yang dikendalikan oleh institusi sosial tertentu. Ideologi merupakan suatu konsep pemaknaan sosial yang bersifat rasional dan juga irrasional. Sekelompok masyarakat yang meyakini suatu ideologi mewujudkan nilai-nilai tertentu untuk mencapai hakekat kebenaran menurut perspektif mereka. Ideologi merupakan cerminan cara berpikir masyarakat dalam suatu komunitas tertentu. Masyarakat yang meyakini suatu ideologi akan berpikir dan berkehendak berdasarkan tujuan yang sudah disepakati bersama.<sup>67</sup> Instagram merupakan media sosial terbesar di Indonesia. Banyak alasan kenapa masyarakat Indonesia gemar menggunakan internet atau media sosial tersebut. Salah satunya untuk dijadikan ajang hiburan dan pusat mencari informasi. Tidak heran, jika banyak yang memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi yang tren pada masa kini.

Nahdlatul Ulama merupakan organisasi Islam Indonesia yang kuat akan prinsip *Al-Muhafadzah ala Qadhimi Al Salih, Wa Al-Akhdzu bi Al-Jadidi Al-Ashlah*, yang artinya NU melestarikan nilai-nilai lama yang baik dan mengakomodasi nilai-nilai baru yang lebih baik sehingga tetap tidak kehilangan dan meninggalkan tradisi lama.<sup>68</sup> Selain itu, Nahdlatul Ulama' memiliki prinsip moderatisme paham keagamaan, harus mampu memberikan wawasan keIslaman yang teduh, sejuk dan penuh kasih sayang di dalam media. Sebab masuknya berbagai paham keagamaan atau ideologi Islam ke dalam media online khususnya instagram pun tidak terelakkan dan dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat luas. Sebagai representasi ideologi, setiap konten yang diposting memaparkan fakta dengan media teks dan bahasa yang membawa pada kesimpulan yang

---

<sup>67</sup> Marina Arikha, "Dinamika Nilai Ideologis (Analisa Kritis Terhadap Fenomena Pemilihan Umum sebagai Bagian Dari Fenomena Sosial di Indonesia)" (Universitas Indonesia, 2009).

<sup>68</sup> Shadrina, "E-Dakwah Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah: Penggunaan Twitter Sebagai Media Dakwah Kontemporer."



cenderung memihak pada kelompok atau objek tertentu.<sup>69</sup> Akun instagram NU Online Jawa Timur yang meyakini suatu ideologi dengan mewujudkan nilai-nilai tertentu untuk mencapai hakikat kebenaran sesuai dengan perspektifnya. Banyak nilai-nilai yang terkandung dalam setiap konten yang diposting instagram NU Online Jawa Timur, seperti nilai kebudayaan, nilai sosial, nilai keagamaan, nilai kesehatan, ekonomi dan lain-lain. Dari nilai-nilai yang dibawa oleh instagram NU Online Jawa Timur ini ini menjadikan pertarungan ideologi dari berbagai elemen yang memiliki kepentingan tertentu.

#### 4. Konstruksi Sosial Instagram

Fenomena penggunaan instagram cenderung mengefisiensikan dimensi sosial pada aspek komunikasi. Instagram mampu menjadi alat silaturahmi digital, sarana usaha, penyebar nformasi yang cepat dan dapat menjangkau khalayak yang luas dan tidak terbatas, serta wahana untuk memviralkan sesuatu atau seseorang. Elemen visual atau video visual serta tulisan yang terdapat pada instagram bisa dipahami sebagai teks. Sementara secara luas bahasa dapat dipahami sebagai struktur yang dikendalikan oleh aturan main tertentu, semacam mesin untuk memproduksi makna. Teks dalam konteks ini serta bahasa yang menyertainya merupakan alat simbolis untuk mensignifikasi dimana logika ditambahkan secara mendasar kepada dunia sosial yang diobyektifasi. Baik teks dan bahasa itu sendiri mengalami proses konstruksi pada medan sosial, termasuk ketika digunakan dalam media sosial Instagram. Bahasa memiliki aturan main bila ingin menghasilkan ekspresi yang bermakna. Dengan demikian teks yang berada pada

---

<sup>69</sup> Moh Hafid Effendy, Agik Nur Effendi, and Agus Purnomo Ahmad Putikadyanto, "Media Sosial sebagai Platform Penyampaian Ideologi Keagamaan," *Proceedings of the 3rd International on Islamic Studies* 1–3 (2019).

aplikasi Instagram mengandung bahasa yang memiliki struktur agar memiliki makna<sup>70</sup>

Berbicara mengenai konstruksi sosial, konstruksi sosial biasanya dihubungkan pada pengaruh sosial dalam pengalaman hidup individu.<sup>71</sup> Menurut pandangan Berger, Realitas sosial objektif dilahirkan manusia melalui tiga peristiwa dialektis dan simultan yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi, yang bagi Berger memiliki hubungan dasar dan dipahami sebagai satu proses yang berdialektika (*interplay*) satu sama lain.<sup>72</sup> Pada proses penggunaan bahasa yang dipakai merupakan hasil konstruksi yang telah mengalami proses dialektika sosial. Fenomena ini bisa dijelaskan dengan konsep dialektika antara diri yang diprakarsai oleh pemikiran Berger dan Luckmann, dalam hal ini pengguna Instagram dengan lingkungan dunia sosial nya. Dialektika ini berlangsung melalui tiga fase.<sup>73</sup> Pertama, penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia (eksternalisasi). Kedua, interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan (obyektifitas), Ketiga, proses ketika individu mengidentifikasi dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau tempat individu menjadi anggotanya atau internalisasi.

Tiga momen dialektika itu melalui proses konstruksi sosial yang dilihat dari segi asal mulanya merupakan hasil ciptaan manusia, yaitu buatan interaksi

<sup>70</sup> Irwanto and Laurensia Retno Hariatiningsih, "Identitas Diri pada Media Sosial (Konstruksi Sosial dan Potensi Rumor Pengguna Instagram)," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10 (2019).

<sup>71</sup> Arsyi Koes Anggita, "Konstruksi Sosial Terhadap Berita Hiburan di Media Sosial (Followers Dari Akun Instagram @Lambe\_turah)," *Prosiding Konferensi Nasional* 01, no. 01 (2017).101

<sup>72</sup> Argyo Demartoto, "Teori Konstruksi Sosial dari Petter I Berger dan Thomas Luckman," 2013, <https://argyo.staff.uns.ac.id/2013/04/10/teori-konstruksi-sosial-dari-peter-l-berger-dan-thomas-luckman/>.

<sup>73</sup> Irwanto and Laurensia Retno Hariatiningsih, "Identitas Diri pada Media Sosial (Konstruksi Sosial dan Potensi Rumor Pengguna Instagram)," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10 (2019). 186

intersubjektif.<sup>74</sup> Pertama, tahapan eksternalisasi berlangsung ketika produk sosial, dalam hal ini bahasa–teks tercipta di masyarakat. Lalu kemudian individu menyesuaikan diri ke dalam dunia sosiokulturalnya sebagai bagian dari produk manusia. Kedua, tahapan obyektifikasi produk sosial terjadi dalam dunia intersubjektif masyarakat. Ketiga, tahapan internalisasi yaitu pemahaman atau penafsiran yang langsung dari suatu peristiwa obyektif sebagai pengungkapan suatu makna. Hal ini artinya sebagai manifestasi dari proses-proses subjektif orang lain yang demikian menjadi bermakna secara subjektif bagi individu itu sendiri.

Di Instagram terdapat konten informasi yang dapat mempengaruhi khalayak. Salah satu konten selalu menarik perhatian masyarakatnya adalah akun NU Online Jawa Timur. Karena akun tersebut mengubah literasi khalayak dari media sosial Instagram. Sehingga pengaruh tersebut menyebabkan timbulnya konstruksi sosial yang berbeda yang dimunculkan tiap orang, terkait dengan konten yang diberikan oleh akun NU Online Jawa Timur tersebut

##### 5. Media Sebagai Ruang Publik

Istilah ruang publik diperkenalkan oleh Jurgen Habermas, seorang filsuf dari sosiolog dari Jerman.<sup>75</sup> Ruang publik merupakan tempat terjadinya pertukaran dan pergaulatan berbagai gagasan kultural, politik, ekonomi dan sosial. Dalam bahasa Habermas, ruang publik merupakan zona netral tempat dominasi pemerintah, partai politik, kelompok bisnis atau kelompok kepentingan lainnya yang seharusnya dihindarkan. Secara garis besar, ruang publik dideskripsikan dalam tiga ranah penting yakni 1) ruang publik sebagai arena (ruang publik

<sup>74</sup> Irwanto and Laurensia Retno Hariatiningsih, “Identitas Diri pada Media Sosial (Konstruksi Sosial dan Potensi Rumor Pengguna Instagram),” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10 (2019)

<sup>75</sup> Salman, “Media Sosial sebagai Ruang Publik,” *Kalbisocio (Jurnal Bisnis dan Komunikasi)* 4 (2017).

menyediakan basis komunikasi antar masyarakat). 2). Ruang publik itu adalah publik (sebagai aktor). 3). Ruang publik adalah agen (agen atau alat penting dalam menyampaikan aspirasi dari akar rumput menuju bawah).<sup>76</sup>

Dalam sejarahnya, ruang publik berupa tempat pertemuan. Dalam konteks modern, salah satu medium ruang publik yang terpenting adalah media.<sup>77</sup> Media merupakan sarana yang memungkinkan khalayak untuk dapat melihat hal yang terjadi di luar. Habermas dalam tulisannya, melihat perkembangan wilayah sosial yang terbebas dari sensor dan dominasi *Public Sphere* disebutnya sebagai wilayah yang memungkinkan kehidupan sosial kita untuk membentuk opini publik yang relatif bebas. Dikaitkan dengan ruang publik, media merupakan media atau medium, channel, saluran, sarana atau alat yang dipergunakan dalam proses komunikasi. Meminjam konsep Habermas tentang ruang publik, bahwa manusia selalu berada dalam ruang kehidupan, dalam ruang hidup tersebut ada proses interaksi dan komunikasi dengan sesama dalam sebuah ruang pula. Habermas mengatakan, sama wilayah atau ruang kehidupan sosial yang memungkinkan adanya terbentuk pendapat umum (*public opinion*) dapat dipahami sebagai ruang publik<sup>78</sup>.

Media saat ini dengan gaya *storytelling* berusaha untuk “memberikan” gambaran secara utuh, seluk beluk kehidupan terungkap, sehingga publik dapat menilai dan memutuskan sendiri bagaimana mereka seharusnya bersikap. Posisi media sebagai ruang publik tidak bisa dilepaskan dari karakteristik unik media

---

<sup>76</sup> Wasisto Raharjo, “Cyberspace, Internet, dan Ruang Publik Baru: Aktivisme Online Politik Kelas Menengah Indonesia,” *Jurnal Pemikiran Sosiologi* 3 (2016).

<sup>77</sup> Wahyu Tricana, “Media Massa dan Ruang Publik, Sebuah Ruang yang Hilang,” *Aristo* 1 (2013).  
9

<sup>78</sup> *Ibid*, 9

yang tidak dipunyai oleh bidang lain.<sup>79</sup> Media selalu berkaitan dengan publik. Dalam sistem sosial, media tidak dapat berdiri sendiri tetapi media menyediakan saluran komunikasi para pelaku di dalamnya. Pernyataan tersebut menyiratkan bahwa idealnya media sebagai bagian dari *public sphere* yang mempunyai dua fungsi, yaitu sebagai sumber informasi dan sebagai tempat di mana warga negara dapat melakukan perdebatan terhadap isu-isu yang menjadi perhatian mereka.<sup>80</sup> Sehingga bisa diungkapkan bahwa media dapat dikatakan bertindak sebagai unsur dari *public sphere* ketika mereka menyebarkan informasi yang berkaitan atau ketika menyediakan ruang bagi isu-isu publik. Adapun media sosial sebagai ruang terbuka publik, dalam menggunakannya dan pemanfaatannya tentunya ada aturan-aturan, etika ataupun norma dan prinsip komunikasi sosial yang mengikat setiap masyarakat digital, setiap informasi yang disajikan harus mampu dipertanggungjawabkan.

## B. Kajian Teori

### 1. Teori Kritis Dalam Kajian Ilmu Komunikasi

Pertemuan pertama Teori Kritis dengan ilmu komunikasi sebenarnya terjadi ketika Teori Kritis bermigrasi ke Amerika Serikat. Perkembangan ilmu komunikasi di Amerika sudah mengalami perkembangan yang pesat. Premis awal Ilmu komunikasi di Amerika merupakan permulaan awal perkembangan teknologi informasi bahkan sebelum perang dunia I. Perkembangan ilmu komunikasi di Amerika banyak ditandai dengan perkembangan komunikasi massa di negara tersebut. Sementara itu, paradigma dominan ilmu komunikasi dipenuhi dengan

<sup>79</sup> Wahyu Tricana, "Media Massa dan Ruang Publik, sebuah Ruang yang Hilang," *Aristo* 1 (2013).  
10

<sup>80</sup> *Ibid*, 18

paradigma positivistik. Teori Kritis yang dibawa oleh para sarjana Jerman akhirnya berpindah di beberapa universitas di Amerika pada tahun 1933. Tentu saja, pertemuan dua tradisi intelektual tersebut menghasilkan kontroversi.

Paradigma kritis yang sangat kritis idealistik bertemu dengan tradisi keilmuan yang pragmatis. Dalam sejarah perkembangannya, penelitian komunikasi di Amerika dipengaruhi oleh kondisi sejarah sosial, politik dan budaya yang terjadi. Komunikasi pada titik tertentu, di Amerika, berada dalam titik pragmatik yang sangat komersial dan memunculkan diskursus klasik terhadap perubahan sosial, terutama yang berkaitan dengan arus kesejahteraan yang bersifat kapitalistik. Ide pragmatisme sangat mewarnai penelitian komunikasi di Universitas Chicago yang kajiannya sangat empirik. Paul Lazarfeld, Kurt Lewin, Harold Laswell dan Carl Hovland. Studi yang dikembangkan oleh Wilbur Schramm adalah studi kuantitatif dalam konteks anthropologi komunikasi. Kontribusi kritisisme Teori Kritis dikembangkan oleh Adorno yang mengkritik pendekatan Paul Lazarfeld yang sangat dipengaruhi oleh pendekatan struktural fungsionalistik ala Talcott Parsons. Horkheimer dan Adorno melihat cacat epistemologi dalam ilmu komunikasi yang berwatak totaliter dan ideologis. Teori Kritis melihat bahwa ada kecenderungan di kalangan ilmuwan komunikasi menjadi ilmu ini untuk dipaksakan dalam wujud ilmu yang sangat mekanistik. Model pemikiran administratif yang dikembangkan oleh pemikir Universitas Chicago dikritisi oleh model pemikiran kritis. Riset komunikasi yang berkembang bersamaan dengan asumsi pemikiran administratif adalah riset studi efek media massa.<sup>81</sup>

---

<sup>81</sup> Eka Wenats Wuryanta, "Teori Kritis dan Varian Paradigmatis dalam Ilmu Komunikasi" (UIN Syarif Hidayatullah, 2012)

Dalam kajian komunikasi, para ahli kritis umumnya tertarik dengan bagaimana pesan memperkuat penekanan dalam masyarakat. Meskipun para ahli kritis pun juga tertarik pada tindakan social. Namun mereka juga fokus pada wacana dan teks-teks yang mempromosikan ideologi-ideologi tertentu, membentuk dan mempertahankan kekuatan, meruntuhkan minat-minat kelompok. Analisis wacana kritis memperhatikan fitur-fitur aktual dalam teks yang memunculkan rangkaian penekanan tersebut, tanpa memisahkan komunikasi dari factor lain pada keseluruhan sistem kekuatan yang bersifat menekan.<sup>82</sup>

Nahdlatul Ulama merupakan salah satu organisasi Islam di Indonesia. NU yang menganut paham *ahlusunnah wal jamaah* untuk mewujudkan tatanan masyarakat yang berkeadilan demi kemaslahatan dan demi terciptanya rahmat bagi semesta. NU yang dinilai sebagai organisasi yang identik dengan pedesaan, dan tidak mengikuti perkembangan zaman merupakan hal yang salah. NU menyikapi positif dengan adanya teknologi yang semakin berkembang, dimana NU memiliki prinsip *Al-Muhafadzah ala Qadhimi Al-Salih, wa al-Akhdu bi Al-Jadidi Al-Ashlah*. Artinya NU melestarikan nilai-nilai lama yang baik dan mengakomodai nilai-nilai baru yang lebih baik sehingga tidak kehilangan dan meninggalkan tradisi lama. Sehingga NU yang tidak mau ketinggalan zaman, NU membuat Instagram sebagai media etalase untuk lebih menyebarkan dakwah Islam.

Konten yang disajikan memperkuat penekanan pesan, dengan mempromosikan gagasan tertentu guna untuk mempertahankan kekuatan

---

<sup>82</sup> Stephen W. Littlejohn and Karen A Foss, *Teori Komunikasi*, 9th ed. (Jakarta: Salemba Humaika, 2009). 70

kelompok ini. Ditambah data dari Kominfo pada tahun 2019 menunjukkan 7.160 konten radikal di facebook dan instagram<sup>83</sup> yang tentu menjadi ancaman serius. Selain itu, NU juga erat berseberangan dengan organisasi keagamaan radikal yang sering disebut-sebut menguasai media sosial. Setelah HTI dibubarkan oleh pemerintah tahun 2017 silam, NU mendapat peluang lebar untuk mengembalikan wajah Islam yang moderat baik secara offline maupun secara online. Dari fenomena yang terjadi pada tahun 2019 maka NU Online Jawa Timur tidak mau ketinggalan zaman atau tersingkirkan. Sehingga NU Online Jawa Timur membuat gebrakan baru dengan menghadirkan instagram sebagai media penguat atau etalase untuk menyebarkan dakwah, dengan menekankan akan pemahaman yang lebih benar dan sesuai dengan ideologinya. Sehingga disini NU Online Jawa Timur fokus pada wacana dan teks-teks yang mempromosikan ideologinya, membentuk dan mempertahankan ajarannya, serta meruntuhkan minat-minat kelompok yang menyimpang atau berberangan dengan prinsip NU.

## 2. Teori Kritis dalam Bahasa, Budaya dan Masyarakat

Percakapan bagian dari kehidupan manusia yang natural dan tidak terhindarkan. Bahkan percakapan membentuk identitas individu dan kelompok. Teori kritis menunjukkan kepada kita bagaimana menggunakan bahasa dalam percakapan yang menciptakan pembagian sosial dan memegang teguh pandangan kesetaraan yang membentuk komunikasi dengan memberi wewenang kepada semua kelompok. Terdapat tiga teori yang menggambarkan cara kerja karya tersebut.<sup>84</sup> pertama, bahasa berkisar pada teori budaya, menjelaskan kepentingan dari bahasa dalam pembentukan identitas budaya. Kedua, teori budaya,

---

<sup>83</sup> Astuti, "Konten Radikalisme Terbanyak di Facebook dan Instagram."

<sup>84</sup> Ibid



menerapkan pemikiran ini pada hubungan antarpribadi. Ketiga, retorika ajakan, menyuguhkan cara berpikir baru mengenai percakapan.

Dalam aplikasinya, *pertama* bahasa yang digunakan oleh instagram NU Online Jawa Timur mudah di cerna, singkat, dan terkadang juga masih mengaitkan atau kental dengan budaya NU, seperti menggunakan bahasa jawa yang khas jawa timur. *Kedua*, NU Online merupakan oragnisasi Islam yang menciptakan manusia untuk seimbang antara hubungan vertikal (*habluminallah*) dan horizontal (*habluminnas*) serta memegang teguh pandangan kesetaraan yang tetap memberikan wewenang kepada individu. *Ketiga*, retorika ajakan. Sebagaimana makna dakwah yaitu mengajak, sehingga apapun konten yang diposting oleh isntagram NU Online Jawa Timur bersifat persuasif. NU Online jawa Timur menyuguhkan cara berpikir baru untuk mendapatkan pemahaman atau ilmu dari konten yang lebih benar dan sesuai dengan syariat Islam.

Indonesia merupakan negara yang kaya akan budaya dan bahasa. Salah satunya Nahdlatul Ulama yang memiliki khas dalam kebudayaannya menciptakan pembagian hubungan (*habluminallah wa habluminnannas*) dan memegang teguh pandangan kesetaraan yang tetap memberikan wewenang kepada semua kelompok. Budaya, bahasa dan masyarakat telah hadir dan dituangkan oleh NU dalam sajian konten-konten instagram NU Online Jawa Timur.

### 3. Paradigma Kritis dan Media

Paradigma merupakan orientasi dasar untuk teori dan riset. Pada umumnya suatu paradigma keilmuan merupakan sistem keseluruhan dari berpikir. Paradigma terdiri dari asumsi dasar, teknik riset yang digunakan, dan contoh seperti apa seharusnya teknik riset yang baik. Asumsi realitas yang dikemukakan oleh paradigma adalah asumsi realitas yang tidak netral namun dipengaruhi dan

terikat oleh nilai serta kekuatan ekonomi, politik dan sosial. Oleh sebab itu, proyek utama dari paradigma kritis adalah pembebasan nilai dominasi dari kelompok yang ditindas. Hal ini akan mempengaruhi bagaimana paradigma kritis mencoba membedah realitas dalam penelitian ilmiah, termasuk di dalamnya penelitian atau analisis kritis tentang teks media. Ada beberapa karakteristik utama dalam seluruh filsafat pengetahuan paradigma kritis yang bisa dilihat secara jelas.<sup>85</sup> Paradigma kritis dalam hal ini menekankan penafsiran peneliti pada objek penelitiannya. Hal ini berarti ada proses dialog dalam seluruh penelitian kritis. Dialog kritis ini digunakan untuk melihat secara lebih dalam kenyataan sosial yang telah, sedang dan akan terjadi.

Paradigma kritis dapat dijelaskan secara ontologi, epistemologi, dan metodologi sebagai berikut: Pertama, ontologi teori kritis; realisme historis sebuah realitas dianggap bisa dipahami pernah suatu ketika berciri lentur, namun dari waktu ke waktu dibentuk oleh serangkaian faktor sosial, budaya, ekonomi, teknik, gender yang kemudian mengkristal ke dalam serangkaian struktur yang dipandang sebagai yang nyata yaitu alamiah dan abadi. Kedua, epistemologi teori kritis; transaksional dan subjektif. Peneliti dan objek terhubung secara interaktif dengan nilai-nilai peneliti (dan nilai “orang lain” yang terposisikan) mempengaruhi penelitian secara tak terhindarkan. Oleh karenanya temuan-temuan penelitian diperantai oleh nilai. Ketiga, metodologi teori kritis; dialogis dan dialektis. Sifat transaksional penelitian membutuhkan dialog antara peneliti dengan subjek-subjek penelitian, dialog tersebut harus berciri dialektis agar dapat mengubah ketidaktahuan dan kesalahpahaman.<sup>86</sup>

<sup>85</sup> Eka Wenats Wuryanta, “Teori Kritis dan Varian Paradigmatis dalam Ilmu Komunikasi” (UIN Syarif Hidayatullah, 2012).

<sup>86</sup> Ali Nurdin, *Penelitian Teks Media (Teori dan Contoh Praktik Penelitian Bidang Komunikasi)* (Surabaya: CV Revka Prima Media, 2021). 17

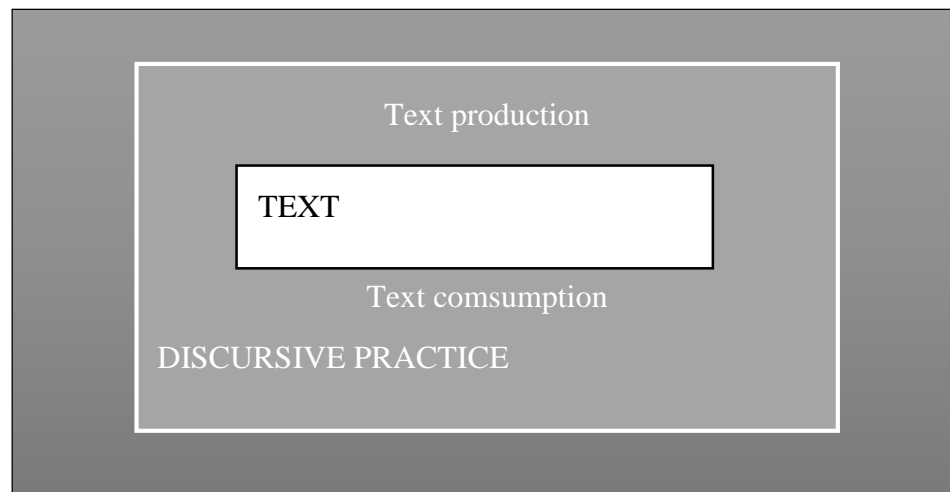
Media bukan hanya mekanisme sederhana untuk menyebarkan informasi: media merupakan organisasi kompleks yang membentuk institusi sosial masyarakat yang penting. Jelasnya, media adalah pemain utama dalam perjuangan ideologis. Sebagian besar teori komunikasi kritis berhubungan dengan media terutama karena kekuatan media untuk menyebarkan ideologi yang dominan dan kekuatannya untuk mengungkapkan ideologi alternatif dan ideologi yang bertentangan. Bagi sebagian ahli teoritis, media merupakan bagian dari sebuah industri budaya yang secara harfiah menciptakan simbol dan gambaran yang dapat menekan kelompok kecil.<sup>87</sup> Analisis wacana kritis merupakan metodologi dalam paradigma kritis, yang melihat bahwa media bukanlah saluran yang bebas dan netral. Media justru dimiliki oleh kelompok tertentu dan digunakan untuk mendominasi kelompok yang tidak dominan. Penelitian ini menggunakan teori analisis wacana kritis Norman Fairclough. Dalam teorinya, Fairclough menteorisasikan konsep wacana yang berupaya menggabungkan beberapa tradisi, yaitu linguistik, tradisi interpretatif, dan sosiologi. Selain itu, Fairclough menawarkan model diskursus yang memuat tiga dimensi analisis wacana, yaitu dimensi text, discourse practice, dan sociocultural practice. (a) Dimensi teks (mikrostruktural) dianalisis secara linguistik, yaitu dengan melihat kosakata, semantik, dan sintaksis. (b) Discourse practice (mesostruktural) merupakan dimensi yang berhubungan dengan proses produksi dan konsumsi teks. (3) Sociocultural practice (makrostruktural) adalah dimensi yang berhubungan dengan konteks di luar teks.<sup>88</sup> Adapun tiga elemen kunci dalam analisis wacana

---

<sup>87</sup> Stephen W. Littlejohn and Karen A Foss, *Teori Komunikasi*, 9th ed. (Jakarta: Salemba Humaika, 2009) 411

<sup>88</sup> Aris Badara, *Analisis Wacana (Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media)*, cetakan kedua. (Jakarta: Kencana Pradana Media Group, 2013). 26

kunci dalam analisis wacana model Norman Fairclough dapat di deskripsikan melalui gambar sebagai berikut;<sup>89</sup>



Gambar 1: Model Tiga Dimensi Analisis Wacana Norman Fairclough

Gambar diatas menjelaskan bahwa terdapat tiga dimensi dalam analisis wacana. Menurut Fairclough, analisis wacana harus mengkaji teks, praktik diskursif (produksi dan konsumsi teks) dan praktik sosial. Secara formal, analisis teks fokus pada kosa kata, tata bahasa, dan kalimat koherensi yang diproduksi dalam teks media. Praktik diskursif fokus kajiannya pada bagaimana penulis teks menggunakan aliran kepenulisannya, dan bagaimana konsumen teks menerima dan menginterpretasikan teks. Analisis tingkat praktik sosial dapat dihubungkan dengan teks melalui praktik diskursif. Produksi dan konsumsi teks dipengaruhi oleh praktik sosial yang melibatkan praktik diskursif dan non-diskursif. Media melakukan produksi teks sesuai kepentingan media.<sup>90</sup>

<sup>89</sup> Ali Nurdin, *Penelitian Teks Media (Teori dan Contoh Praktik Penelitian Bidang Komunikasi)* (Surabaya: CV Revka Prima Media, 2021). 75

<sup>90</sup> Ali Nurdin, *Penelitian Teks Media (Teori Dan Contoh Praktik Penelitian Bidang Komunikasi)* (Surabaya: CV Revka Prima Media, 2021) 76

Inti analisis wacana Norman Fairclough di atas adalah menggabungkan empat dimensi wacana tersebut kedalam satu kesatuan analisis. Aspek pertama Dalam dimensi *teks*, yang di telieti adalah bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu. Penggunaan bahasa tertulis atau lisan yang di hasilkan oleh instagram NU Online Jawa Timur. Pada penelitian ini peneliti akan menggambarkan suatu konten yang telah di produksi dengan menggunakan teks atau gambar untuk menegaskan suatu tema tertentu. Elemen grafis yang muncul dalam bentuk foto, gambar atau tabel untuk mendukung gagasan atau untuk bagian lain yang ingin di tonjolkan. Bentuk ekspresi lain adalah dengan menampilkan huruf yang berbeda di bandingkan huruf yang lain. Sehingga informasi tersebut dapat menjadikan suatu informasi yang di anggap penting dan menarik sehingga harus di pusatkan atau di fokuskan. Berdasarkan penjelasan teori di atas dan jika di hubungkan dengan penelitian ini maka hiperealitas yang ada di dalam teks instagram NU Online Jawa Timur dapat di ketahui dengan membedah dimensi teks. Sedangkan pada *discourse practice*, peneliti fokus kajiannya pada bagaimana khalayak menerima teks yang telah diproduksi oleh NU Online Jawa timur. Yang terakhir yaitu pada analisis tingkat sosial dapat di hubungkan dengan teks melalui praktik diskursif yang dimana dimensi ini berhubungan dengan konteks diluar teks. Selain itu, Media merupakan pemain utama dalam perjuangan ideologis. Baik pada titik tertentu, teks pada media pun sudah bersifat ideologis. Teks media memiliki kemampuan untuk membedakan antara kuasa teks untuk mengkontruksi, mempresentasikan dan memaknai teks tersebut. Dalam hal ini, bagaimana media (instagram NU Online Jawa Timur) bisa menanamkan ideologi ke masyarakat bahwa konten apapun (keIslaman) itu merupakan sebuah dakwah.

#### 4. Teori Kritis kajian feminisme

Kajian feminisme didefinisikan secara beragam, mulai dari pergerakan untuk menyelamatkan hak-hak wanita sampai semua bentuk usaha penekanan. Para ahli feminisme memulainya dengan fokus pada gender dan mencari perbedaan antara seks-sebuah kategori biologis dan gender sebuah konstruksi social. Hal yang paling terkini, kajian tentang bagaimana praktik komunikasi berfungsi sebagai menyebarkan ideologi-ideologi gender yang dimediasi wacana menjadi mengemuka dan merefleksikan variabilitas kajian budaya dalam ilmu komunikasi.<sup>91</sup> Teori feminist bertujuan untuk menentang asumsi-asumsi gender yang ada dalam masyarakat dan mencapai cara-cara yang lebih bebas bagi wanita.<sup>92</sup>

Penelitian media feminis merupakan bidang penelitian yang kuat dalam penelitian budaya. Penelitian ini selama bertahun-tahun telah bergeser dari ketertarikan dalam mengkritisi stereotip gender (penelitian penggambaran gender) ke melihat pada bagaimana penggambaran wanita dalam media dipahami oleh audience. Penelitian ini telah tertarik dalam bagaimana audience sebenarnya membentuk, atau menyamakan makna-makna pesan media (penelitian penyamaan makna)<sup>93</sup>

Para ilmuwan feminist mengatakan bahwa gender mempengaruhi cara kita berperilaku. Sara Mills lebih menitikberatkan teori wacanya mengenai feminisme, yaitu bagaimana wanita ditampilkan dalam teks, baik dalam gambar, foto, berita atau media sosial. Titik perhatian dalam perspektif ini adalah

<sup>91</sup> Morissan, *Teori Komunikasi*, pertama. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013). 43

<sup>92</sup> Basuki Agus Suparno, "Memahami Teori Teori Kritis Dalam Ilmu Komunikasi," *Paradigma: Masalah Sosial, Politik dan kebijakan* 9 (2005).

<sup>93</sup> Stephen W. Littlejohn and Karen A Foss, *Teori Komunikasi*, 9th ed. (Jakarta: Salemba Humaika, 2009) 433

menunjukkan bagaimana teks bisa dalam menampilkan wanita. Sara Mills membagi analisis wacananya ke dalam dua konsep inti, yaitu posisi subjek-objek dan posisi pembaca. Konsep pertama menekankan pada bagaimana posisi dari berbagai aktor sosial, posisi gagasan, atau peristiwa yang ditempatkan dalam teks. Konsep kedua mengenai bagaimana posisi pembaca ditampilkan dalam teks.<sup>94</sup>

Sebagaimana penjelasan di atas, terdapat konsep pertama yang menekankan pada bagaimana posisi dari aktor yang ditempatkan dalam teks. Dalam konten Instagram NU Online Jawa Timur pun memberikan wadah bagi perempuan, baik wadah itu sebagai subjek, isi pesan ataupun objek. Hal ini membuktikan bahwa Instagram memberi peluang kepada perempuan untuk berpartisipasi serta memberikan informasi seperti isu feminisme. Dalam isu di atas mengenai aktivitas perempuan di bulan Ramadhan. Adapun Konsep kedua mengenai bagaimana posisi pembaca ditampilkan dalam teks. Instagram NU Online memiliki *audience* atau *followers* yang beraneka ragam, baik itu berbeda akan gender, daerah, usia, bahkan kepercayaan. Hal ini memberikan tempat istimewa untuk perempuan khususnya. Terbukti Instagram memberi peluang kepada perempuan untuk berpartisipasi, memberikan informasi serta mendapatkan informasi sesuai tepat sasaran.

## 5. Teori Semiotika Media

John Fiske merupakan salah satu sarjana pertama yang menerapkan semiotika pada teks media yang mengikuti tradisi poststrukturalisme, serta menciptakan istilah demokrasi semiotika. Fiske menganggap bahwa khalayak memiliki latar

---

<sup>94</sup> Nila Puspitorukmi, "Konstruksi Feminisme dalam Media Sosial (Analisis Wacana Kritis Tentang Feminisme Pada Akun @magdaleneid Di Instagram)" (Skripsi, Universitas Sebelas Maret, 2019).

belakang sosial dan identitas yang memungkinkan mereka untuk menerima teks secara berbeda. Menurut John Fiske, media pembawa beragama makna, kesenangan dan budaya dalam masyarakat. Fiske menganalisis bagaimana tekstualitas media dibuat bermakna dan menyenangkan bagi pemirsa yang beragam.<sup>95</sup> Sedangkan semiotika yang identik dengan kode memaknai kode sebagai sistem tanda yang telah diatur dalam kesepakatan bersama. Kode adalah penghubung antara produser, teks dan khalayak, dan merupakan agen intertekstualitas.<sup>96</sup> Analisis semiotika dapat dilakukan dengan model John Fiske yang mengkaji teks-teks media untuk mengungkapkan lapisan makna yang dikodekan dan disusun dalam teks media.

Inti dari pembahasan diatas, dalam penelitian ini. peneliti menganalisis tekstualitas instagram berdasarkan kode-kode yang telah ditentukan, sebagai berikut:

Tabel 4: Skema Analisis Semiotika

Tahapan	Kode
Tahap 1 Realitas	Berupa penampilan, suara, teks, suara, lisan dan lain-lain yang dikodekan secara elektronik dengan kode teknis.
Tahap 2 Representasi	Dapat berupa pengeditan konten, baik konten tertulis maupun konten audiovisual.
Tahap 3 Ideologi	Dapat diatur dalam koherensi dan penerimaan sosial dengan kode-kode ideologis, seperti individualisme, ras dan lain-lain.

<sup>95</sup> Ali Nurdin, *Penelitian Teks Media (Teori dan Contoh Praktik Penelitian Bidang Komunikasi)* (Surabaya: CV Revka Prima Media, 2021). 127-128.

<sup>96</sup> Ali Nurdin, *Penelitian Teks Media (Teori dan Contoh Praktik Penelitian Bidang Komunikasi)* (Surabaya: CV Revka Prima Media, 2021). 129



Tabel di atas menjelaskan kode-kode utama yang digunakan. Ininya, ketika dihubungkan dengan penelitian ini maka, realitas dikodekan secara sadar dan konvensional. NU Online Jawa Timur memberikan konten tulis maupun audiovisual dengan kode teknis, artinya dari konten tersebut sudah memberikan makna atau dapat diidentifikasi dengan tepat dan mudah. Untuk mendapatkan tujuan yang maksimal dengan menghadirkan ideologi-ideologi khlayak yang baik maka, NU Online Jawa Timur pun memilih dan membuat konten-konten dengan bahasa yang baik, kata-kata yang bijak, narasumber (audiovisual) yang relevan dan pengeditan yang sebaik mungkin. Namun tidak bisa dipungkri juga, jika menghubungkan kode konvensional dan ideologis serta representasinya agak sulit karena pemahaman khlayak yang berbeda. NU Online tetap mempertahankan realitas dan ideologi yang dikodekan secara alami agar menghasilkan representasi yang koheren dan dapat diterima akal sehat masyarakat.

## 6. Teori Narasi dalam Komunikasi

Tzvetan Todorov mengatakan bahwa semua cerita dimulai dengan keseimbangan dimana beberapa potensi pertentangan berusaha diseimbangkan pada suatu waktu.<sup>97</sup> Narasi berisi penjelasan bagaimana cerita disampaikan, bagaimana materi dari suatu cerita dipilih dan disusun untuk mencapai efek tertentu pada khlayak. Narasi adalah proses dan efek dari merepresentasikan waktu dalam teks. Setiap narasi memiliki sebuah alur yang didasarkan pada kesinambungan peristiwa dalam narasi itu dalam hubungan sebab akibat. Menurut Tzvetan Todorov, pada bagian awal ada interaksi situasi dasar yang

---

<sup>97</sup> Atik Sukiarti Rahma, Analisis Narasi Film 99 Cahaya di Langit Eropa (UIN Syarif Hidayatullah, 2014).

kemudian ditengah menimbulkan konflik dan pada akhirnya biasanya akan berakhir bahagia. Alur ditandai oleh puncak dari perbuatan dramatis dalam rentang laju narasi.

Narasi harus diberi batasan yang lebih jelas, yaitu rangkaian tindakan yang terdiri atas tahap-tahap yang penting dalam sebuah struktur yang terikat oleh waktu. Dimana waktu ini akan dibagi menjadi tiga, yaitu pendahuluan, perkembangan dan akhir (peleraian). Berikut penjelasan dari ketiga waktu sebagai berikut:<sup>98</sup>

- a. Cerita awal, suatu perbuatan tidak akan muncul begitu saja dari kehampaan. Perbuatan lahir dari situasi yang mengandung sistem yang mudah meledak atau mampu meledakkan. Setiap situasi dapat menghasilkan suatu perubahan yang dapat membawa akibat atau perkembangan lebih lanjut di masa depan. Komplek tidak nya situasi dapat diukur dari kaitan-kaitan antara satu factor dengan factor yang lain, dapat diukur dari jumlah faktornya, dan dapat pula dikukur dari akibat-akibat yang ditimbulkannya serta rangkaian-rangkaian kejadian selanjutnya. Sehingga bagian pendahuluan menyajikan situasi dasar yang harus memungkinkan pembaca atau penonton memahami adegan-adegan selanjutnya.
- b. Cerita Tengah, Bagian perkembangan adalah bagian batang tubuh yang utama dari seluruh tindak tanduk para tokoh. Bagian ini mencakup adegan-adegan yang berusaha meningkatkan ketegangan atau menggawatkan komplikasi yang berkembang dari situasi asli. Bagian ini memasuki tahap konkritisasi, yang diungkapkan dengan menguraikan secara terperinci peranan semua sitem

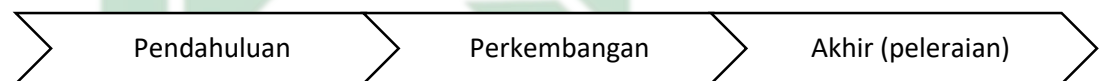
---

<sup>98</sup> Atik Sukiarti Rahma, “Analisis Narasi Film 99 Cahaya di Langit Eropa” (UIN Syarif Hidayatullah, 2014).

narasi, perbuatan atau tindak tanduk tokoh, interelasi antara tokoh dan tindakan mereka yang menimbulkan benturan kepentingan.

- c. Cerita Akhir, akhir dari perbuatan merupakan titik di mana tenaga atau kekuatan yang diemban dalam situasi yang tercipta sejak semula membersit keluar dan menemukan pemecahannya.

Secara sederhana, terdapat gambar pembagian tiga waktu alur cerita dalam narasi adalah sebagai berikut:<sup>99</sup>



Gambar 2: Pembagian Tiga Waktu Alur Cerita Dalam Narasi.

NU Online Jawa Timur memberikan batasan secara jelas, yaitu rangkaian tindakan dalam sebuah struktur yang terikat oleh waktu. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir adanya kesalahpahaman atau ketidaksambungan makna yang didapat. Selain itu untuk mencapai *goals* tertentu kepada khalyak, NU Online Jawa Timur menyajikan pesan secara jelas dan mudah diterima.

Dalam pendahuluan terdapat bagian yang menyajikan situasi dasar. Dalam hal ini Setiap situasi dapat menghasilkan suatu perubahan yang dapat membawa akibat atau perkembangan lebih lanjut di masa depan. Dengan adanya konten instagram NU Online Jawa Timur, maka dapat memberikan informasi dan juga perubahan kepada khalayak mengenai pesan-pesan Islam yang diberikan, serta bisa juga di implementasikan oleh khalayak untuk masa depan. Pada Bagian kedua yaitu perkembangan, yang diungkapkan dengan menguraikan secara terperinci peranan

<sup>99</sup> Atik Sukiarti Rahma, “Analisis Narasi Film 99 Cahaya di Langit Eropa” (UIN Syarif Hidayatullah, 2014).

semua sistem narasi, perbuatan atau tindak tanduk tokoh, interelasi antara tokoh dan tindakan mereka yang menimbulkan kesan. Pada konten instagram NU Onliene Jawa Timur memberikan korelasi secara terperinci antara pesan dengan tokoh dan tindakan tokoh yang menimbulkan pesan. Bagian Cerita Akhir yaitu dengan adanya jalan keluar dalam konten-konten instagram NU Online Jawa timur, yaitu terdapat pesan pesan mengenai makna puasa Ramadhan, Hikmah puasa Ramadhan, pelajaran-pelajaran di bulan Ramadhan, dan tips-tips produktif di bulan Ramadhan. Dari penjelasan di atas maka khalayak dapat mengimplementasikan untuk memanfaatkan waktunya berlomba-lomba dalam kebaikan

### C. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu merupakan hal penting bagi peneliti. Maka dengan ini hasil penelusuran peneliti dari berbagai riset karya ilmiah yang membahas tentang Realitas Dakwah pada konten Instagram NU Online Jawatimur dari berbagai aspek sangat menjadi bahan pertimbangan serta sumber literasi dan referensi penelitian. Terdapat tiga tipologi yang ada dalam penelitian terdahulu, yaitu Realitas di Media Sosial, Analisis Wacana Van Dijk, dan Dakwah NU Online. Penjelasan sebagai berikut:

1. Realitas Dakwah dalam Analisis Wacana di Media Sosial
  - a. Penelitian oleh Mochammad Renaldi, Suhendra, dan Muhammad Fahri, dengan judul “Analisis Pesan Dakwah pada Akun Intsgram @Si\_Bedil periode 2021-Januari 2022.”<sup>100</sup> Pada jurnal Koloni (Jurnal Multidisiplin Ilmu) tahun 2022. Hasil penelitian tersebut menyebutkan bahwa dalam postingan akun Instagram @Si\_Bedil selama periode Januari 2021 hingga periode Januari

<sup>100</sup> Mochammad Renaldi, Suhendra, and Muhammad Fahri, “Analisis Pesan Dakwah pada Akun Intsgram @Si\_Bedil Periode 2021-Januari 2022,” *Koloni (Jurnal Multidisiplin Ilmu* 1 (2022).

2022 sebanyak 65 postingan, terdapat 12 unggahan pesan Aqidah, 20 unggahan pesan syariah, serta 33 unggahan pesan akhlak. Dalam unggahan juga ditemukan sebanyak 32 tema dan dua metode dakwah yakni metode *Al-Mauidzah Hasanah dan Al-Hikmah* serta dalam penyampaian pesannya ditemukan elemen-elemen struktur mikro, latar, detail, pengandaian, ekspresi dan koherensi.

Persamaan dalam penelitian ini adalah analisis wacana pesan dakwah yang ada, dan adanya klaster/bidang dakwah dalam konten masing-masing Instagram. Persamaan dalam metode penelitian. Sedangkan perbedaan yang ada terletak pada akun Instagram penelitian (objek penelitian).

- b. Penelitian oleh Agus Triyono, Nifsya Khaira Marhuda, dengan judul “Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Sosial Intagram @Dakwah\_Tauhid” pada jurnal *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* tahun 2020.<sup>101</sup> Metode penelitian ini adalah kuantitatif yang bersifat *ex post facto*, dengan model analisis data berupa isi. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat tiga kategori pesan dakwah dalam Instagram @dakwah\_tauhid. Dalam kategori Syariah terdapat 140 postingan dengan persentase 49, 65%. Kategori aqidah terdapat 34 postingan dengan persentase 12, 05%. Sedangkan kategori akhlak terdapat 4 postingan dengan persentase 1, 4%.

Persamaan dalam penelitian ini adalah analisis wacana pesan dakwah yang ada, dan adanya klaster/bidang dakwah dalam konten masing-masing Instagram. Sedangkan perbedaan yang ada terletak pada akun Instagram penelitian (objek penelitian) serta metode penelitian.

---

<sup>101</sup> Triyono and Nifsya Khaira Marhuda, “Studi Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Media Social Intagram @Dakwah\_Tauhid.”

- c. Penelitian dengan judul “Bahasa Agama di Media Sosial: Analisis Framing pada Media Sosial “*Islam Popular*” ” oleh Moch Fakhuroji, Ridwan Rustandi, Busro. Penelitian ini berada di jurnal *Bimas Islam* vol 13 tahun 2020.<sup>102</sup> Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis teks media. Hasil penelitian ini adalah pengemasan Bahasa agama pada akun “Islam popular” dilakukan dengan merujuk pada sumber normativitas Islam, yakni Al-Qur’an dan Al-Hadist. Konstruksi Bahasa agama di media sosial dibangun sebagai sebuah praktik keagamaan yang dikemas melalui serangkaian symbol baik bersifat verbal maupun nonverbal. Dalam konteks budaya siber, konstruksi gagasan ini dilakukan dengan membentuk ulang realitas secara subjektif. Realitas subjektif terbangun melalui rekayasa teks dan image. Pada titik inilah, Bahasa agama di media sosial menjadi sebuah imagologi keagamaan yang berada pada wilayah ambiguitas, yakni antara wilayah sacral dan profane.

Persamaan dalam penelitian ini adalah metode penelitian serta menggunakan media dakwah yang sama (Instagram). Sedangkan perbedaan yang ada terletak pada analisis wacana pesan dakwah yang ada.

## 2. Dakwah NU Online

- a. Rahmat Saputra dan Azyyati Mohd Nazim “Strategi Dakwah Islam melalui Media Online Nahdlatul Ulama ([www.nu.or.id](http://www.nu.or.id)) (Islamic Dakwah Strategies via Online Media by Nahdlatul Ulama).<sup>103</sup> *MJIS* (Malaysian journal for Islamic Studies) 2017. Penelitian ini menggunakan metode kepustakaan. Objektif

<sup>102</sup> Mochammad Fakhuroji, Ridwan Rustandi, and Busro. “Bahasa Agama di Media Social: Analisis Framing pada Media Social ‘Islam Popular,’” *Jurnal Bimas Islam* 13 (2020).

<sup>103</sup> Rahmat Saputra and Azyyati Mohd Nazim, “Strategi Dakwah Islam melalui Media Online Nahdlatul Ulama (Www.Nu.or.Id) Islamic Dakwah Strategies via Online Media by Nahdlatul Ulama,” *MJIS (Malaysian journal for Islamic Studies)* 2 (2017).

penelitian ini adakah untuk menjelaskan strategi dakwah Islam yang diterapkan oleh media online NU ([www.nu.or.id](http://www.nu.or.id) atau NU online). Hasil dalam penelitian ini yaitu: *Pertama*, kerja sama dengan media-media yang memiliki visi sama. *Kedua*, memperbanyak mesej media, sehingga masyarakat dunia maya mendapat ilmu pengetahuan seputar Islam dengan berbagai topic perbincangan. *Ketiga*, mengembangkan teknologi terkini. Persamaan dalam kedua penelitian ini adalah Terdapat media yang sama, Tujuan dakwah serta media dakwah NU Online. Sedangkan perbedaan antara kedua penelitian ini adalah Metode penelitian, serta fokus penelitian (strategi dan analisis pesan).

- b. Penelitian dengan judul “Strategi Dakwah Multimedia Nahdlatul Ulama melalui Instagram @Nuonline\_Id, oleh Lutfi Fatmasari, Ahmad Nurcholis, Bobby Rachman Santoso di jurnal Al-Insyiroh: Jurnal Studi KeIslaman pada tahun 2021.<sup>104</sup> Penelitian ini menggunakan Metode kualitatif dengan pendekatan *content analysis*. Hasil dalam pembahasan penelitian menunjukkan bahwa dari segi bentuk konten memiliki dua strategi: pertama, dalam penyajian gambar yang diberi sisipan kata dan pemilihan template yang menunjukkan ciri khas Nahdlatul Ulama. Kedua, penyajian video dengan memberikan ilustrasi-ilustrasi menarik. Selain itu, dari sisi sifat pesan, strategi juga dapat dilihat pada kansungan dalam pesan dakwah yang bersifat informative, persuasive, dan edukatif.

Persamaan dalam kedua penelitian ini adalah Terdapat media yang sama, tujuan dakwah, metode penelitian serta dakwah online ala Nahdlatul Ulama’.

---

<sup>104</sup> Lutfi Fatmasari, Ahmad Nurcholis, Bobby Rachman Santoso, “Strategi Dakwah Multimedia Nahdlatul Ulama melalui Instagram @Nuonline\_Id,” *Jurnal Al-Insyiroh: Jurnal Studi KeIslaman* 7 (2021).

Sedangkan perbedaan antara kedua penelitian ini adalah fokus penelitian (strategi dan analisis pesan).

- c. Penelitian Tesis program Magister Media dan Komunikasi Universitas Airlangga, dengan judul “E-Dakwah Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah: Penggunaan Twitter sebagai Media Dakwah Kontemporer” oleh Elfara Shadrina, pada tahun 2015.<sup>105</sup> Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis tekstual dan studi kasus. Objek penelitian ini adalah Twitter NU dan Muhammadiyah. Hasil penelitian menunjukkan konten e-dakwah kontemporer dalam akun *twitter* NU dan Muhammadiyah berisi aspek-aspek aqidah, syariah, akhlaq, dan muamalah. Konten aqidah dalam @nu\_online memuat tentang bahaya aliran sesat atau aliran keras dalam Islam, konten aqidah dalam twiter muhammadiyah memuat tentang pentingnya bersyukur dan bertaqwa pada Allah SWT. Konten syariah dalam akun twitter @Nu\_online memuat tentang hikmah ziarah kubur dan mendoakan leluhur (para Wali Allah SWT) dan pentingnya memuliakan Nabi Muhhamd dengan memperbanyak membaca sholawat Nabi, konten syariah dalam akun twitter Muhammadiyah memuat tentang keutamaan sholat dalam Islam. Konten akhlaq dalam akun twitter @nu\_online memuat tentang hakikat toleransi antar umat beragama, konten akhlaq dalam akun twitter @muhammadiyah tentang saling menghargai sesama Muslim sebagai identitas seorang Muslim sejati. Konten muamalah dalam akun twitter @nu\_online dan @Muhammadiyah sama-sama memuat tentang berbagai aktivitas kemasyarakatan kedua organisasi dalam bidang pendidikan, sosial dan politik. Twitter NU cenderung

---

<sup>105</sup> Elfara Shadrina, “E-Dakwah Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah: Penggunaan Twitter Sebagai Media Dakwah Kontemporer” (Tesis, Universita Airlangga, 2015).



bersifat “searah” (one way interactivity) dalam bentuk tweet dan retweet. Sedangkan akun twitter Muhamadiyah lebih bersifat “dua arah” (*two way interactivity*) dalam bentuk *tweet dan replay*.

Persamaan dalam penelitian ini adalah analisis wacana pesan dakwah yang ada, dan adanya klaster/bidang dakwah. Sedangkan perbedaan yang ada terletak pada metode penelitian serta media sosial yang digunakan (berdakwah).

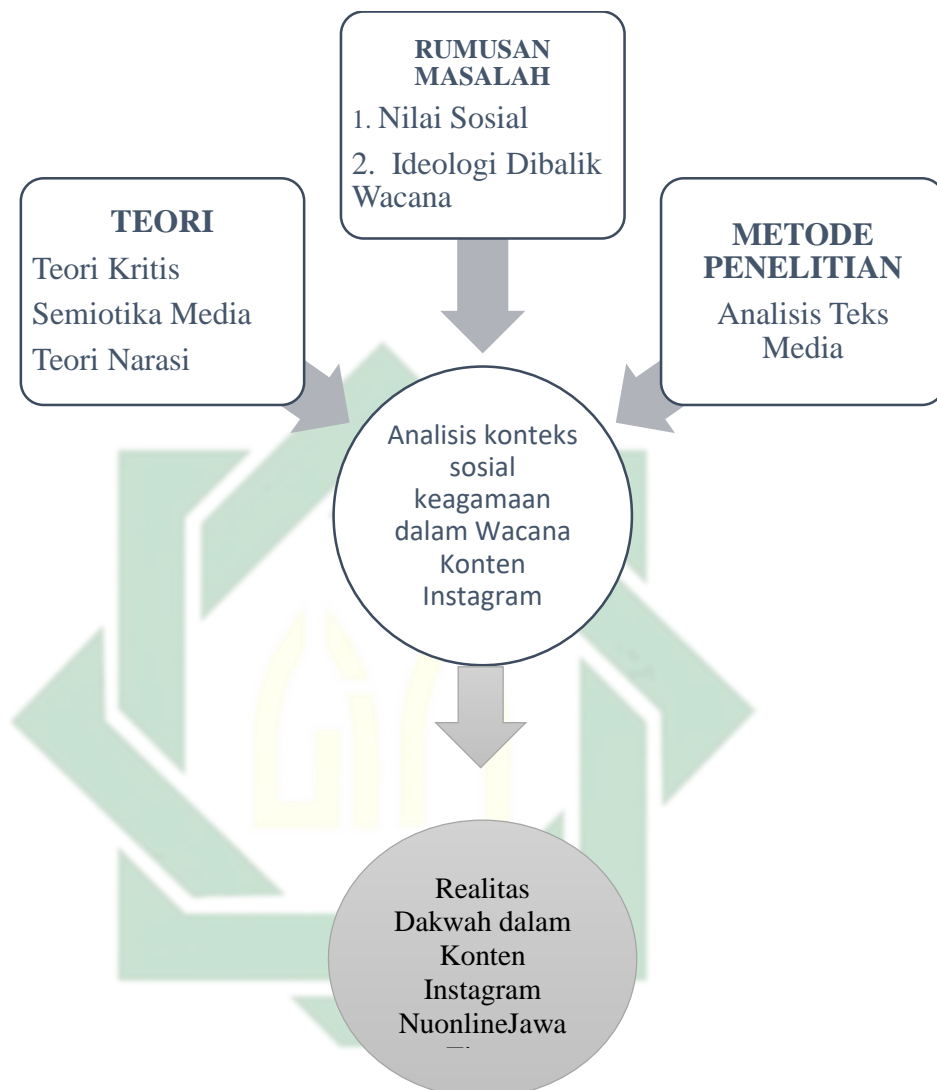
Semua kajian atau penelitian di atas telah memberikan sumbangsih atau kontribusi yang berharga bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya terkait dengan analisis isi pesan, atau pun dakwah di instagram.

#### **D. Kerangka Pikir Penelitian**

Menurut Sugiyono, kerangka berpikir sebagai model konseptual yang dimanfaatkan sebagai teori yang ada kaitannya dengan beberapa faktor yang diidentifikasi sebagai masalah penting.<sup>106</sup> Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah realitas dakwah yang digunakan oleh media NU online Jawa Timur melalui Instagram, yang dilakukan dengan menganalisis sosial keagamaan dalam wacana konten Instagram NuonlineJawa Timur. Dari kegiatan dakwah inilah menghasilkan rumusan masalah yang diteliti yaitu konten dakwah, analisis nilai sosial serta ideologi dibalik wacana dalam konten Instagram @NuonlineJawa Timur.

---

<sup>106</sup> Salma, “Kerangka Berpikir: Pengertian, Cara Membuat, Dan Contoh Lengkap,” *Deepublish*, April 2022, <https://penerbitdeepublish.com/kerangka-berpikir/>.



Gambar 3: Kerangka Teoritik Penelitian

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

### BAB III REALITAS DAKWAH DALAM KONTEN INSTAGRAM

#### A. Konten Instagram di NU Online Jawa Timur

Media sosial instagram menjadi salah satu media yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat, khususnya organisasi Islam Nahdlatul Ulama. Dalam bidang dakwah, dengan fitur-fitur pendukung yang memungkinkan pendakwah dapat membagikan materi dakwah dengan berbagai bentuk. Fitur-fitur tersebut antara lain: *homepage, explore, feed, caption, mention, tagar, like, komentar, follow, namtage, direct message, dan instagram story*. Konten dakwah pada instagram NU Online Jawa Timur memiliki beberapa bentuk. Pertama, konten berupa tulisan seperti *quotes*. Kedua, konten berupa grafis, seperti amalan atau tips dan ketiga konten berupa video seperti podcast atau video dari TikTok. Selain itu, dalam konten instagram NU online Jawa Timur pun memiliki beberapa narasi yaitu narasi besar (artinya tema yang paling sering dimunculkan), narasi sedang (artinya tema yang sering dimunculkan) dan narasi kecil (artinya tema yang jarang dimunculkan). Berdasarkan temanya, pesan dakwah tidak berbeda jauh dengan pokok-pokok ajaran Islam.<sup>107</sup> Peneliti memiliki batasan akan menganalisis ketiga narasi ini dalam jangkauan waktu bulan Ramadhan tahun 1443 atau 2022. Bila diklasifikasikan berdasarkan kandungan nilai konten, maka persentasenya sesuai dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 5: Kategorisasi Narasi Dakwah

No	Nilai	Jumlah Postingan	Persentase
1.	KeIslaman	9	30%
2.	Sosial	8	26,7%

<sup>107</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Revisi. (Jakarta: Kencana, 2017). 284

3.	Budaya	6	20%
4.	Sufisme	3	10%
5.	Pembaharuan	2	6,7%
6.	Feminisme	1	3,3%
7.	Pluralistik	1	3,3%
		9	100%

Dari tabel di atas, maka dapat disimpulkan dalam tiga narasi yang meliputi:

1. Narasi Besar (*Grand Naration*).

Narasi besar dalam penelitian ini merupakan suatu pembahasan ataupun tema yang “paling sering” dimunculkan dalam konten instagram NU Online Jawa Timur. Dalam kategori narasi besar ini, instagram NU Online Jawa Timur memiliki tiga *grand naration* yaitu:

- a. Nilai KeIslaman. Nilai keIslaman adalah rentetan kalimat yang saling berkaitan, serta menghubungkan proposisi satu dengan proposisi yang lain, sehingga membentuk kesatuan bahasa tentang agama.<sup>108</sup> Nilai keIslaman bersifat mutlak kebenarannya dan *universal*. Nilai keIslaman memiliki cangkupan yang luas, karena agama Islam bersifat *universal* menyangkut seluruh kehidupan manusia dari berbagai kehidupan, sehingga seluruh kehidupan manusia dan aktivitas manusia harus sesuai ajaran agama agar manusia dapat memperoleh keselamatan dan kebahagiaan dunia akhirat.<sup>109</sup> Selain itu, agama adalah sebagai pembentuk sistem nilai dalam diri individu. Nahdlatul Ulama adalah *jam'iyah diniyyah Islamiyah* beraqidah Islam

<sup>108</sup> Hawwin Muzakki, “Wacana keIslaman Remaja di Media Sosial (Kajian Analisis Wacana Model Van Dijk dalam Tulisan Afi),” *As-Salam* 1 6, no. 2 (2017). 162

<sup>109</sup> Nurul Jempa, “Nilai-Nilai Agama Islam,” *Pedagogik* 4, no. 2 (2017). 107

menurut faham *Ahl al-Sunnah Wa al-Jama'ah* yang menganut salah satu madhhab empat : Hanafi, Maliki, Syafi'i dan Hambali. Misi Nahdlatul Ulama adalah: mewujudkan masyarakat yang sejahtera *lahiriyah* maupun *batiniyah*, mewujudkan masyarakat yang berkeadilan, dan mewujudkan masyarakat yang demokratis dan berakhlakul karimah. Tujuan Nahdlatul Ulama adalah berlakunya ajaran Islam yang menganut faham *Ahlusunnah wal Jama'ah* untuk terwujudnya tatanan masyarakat yang berkeadilan demi kemaslahatan, kesejahteraan umat dan demi terciptanya *rahmat* bagi semesta.<sup>110</sup>

Dalam konten yang mengandung nilai keIslaman, terdapat 30% dengan sembilan konten yang dianalisis. Nilai ini disajikan dalam bentuk video (podcast atau cuplikan), grafis yang berupa tips, penjelasan singkat, hukum atau amalan-amalan serta quotes atau kata-kata mutiara dari Ulama Nahdlatul Ulama.

- b. Nilai sosial. Nilai sosial sering kali menjadi pegangan hidup masyarakat luas dalam menentukan sikap di kehidupan sehari-hari, juga menjadi nilai hidup manusia dalam berinteraksi dengan manusia lainnya. Nilai-nilai sosial merupakan nilai yang dianut oleh suatu masyarakat mengenai apa yang dianggap baik dan apa yang dianggap buruk oleh masyarakat.<sup>111</sup> Nilai sosial yang ideal merupakan nilai yang tercapai pada saat hubungan interpersonal atau hubungan antar individu. Maksudnya, seseorang dikatakan mempunyai nilai sosial jika hubungan dengan orang lain dapat tercapai

<sup>110</sup> Fahrur Razi, "NU dan Kontinuitas Dakwah Kultural," *Jurnal Komunikasi Islam* 01 (Desember 2011).

<sup>111</sup> Lihat di [http://id.wikipedia.org/wiki/nilai\\_sosial](http://id.wikipedia.org/wiki/nilai_sosial). Diakses pada 20 Desember 2022

dengan baik.<sup>112</sup> Nahdlatul Ulama merupakan organisasi masyarakat yang memiliki prinsip *amar ma'ruf nahi munkar* (menyeru kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran). Dengan prinsip ini diharapkan munculnya kepekaan dan mendorong perbuatan yang baik dalam kehidupan bersama serta kepekaan mencegah dan menolak semua hal yang dapat menjerumuskan kehidupan yang dilarang (munkar). Konten instagram NU Online Jawa Timur yang mengandung nilai sosial terdapat 26,7% dengan delapan konten yang dianalisis. Nilai sosial disajikan berupa video (podcast), grafis (amalan-amalan) dan quotes.

- c. Nilai Budaya. Nilai budaya merupakan suatu nilai yang tertanam di masyarakat dan menjadi kebiasaan. Agama Islam tidak hadir dalam ruang yang hampa, ia bersentuhan dengan faktor-faktor lain seperti budaya yang melekat di tengah-tengah masyarakat.<sup>113</sup> Islam hadir bukan untuk menghapus tradisi yang sudah ada. Nahdlatul Ulama' merupakan organisasi yang masih kental akan tradisi-tradisinya. Nahdlatul Ulama' didirikan pada 31 Januari 1926. Pada tahun 2015 Nahdlatul Ulama' mengadakan muktamar NU ke 33 di Jombang. Tema yang diangkat yaitu meneguhkan Islam Nusantara untuk peradaban Indonesia dan dunia. Tema tersebut adalah jawaban untuk fenomena yang ada, yaitu globalisasi, terutama globalisasi budaya.<sup>114</sup> Adapun lesbumi (lembaga seni budaya Muslimin Indonesia) pengurus besar Nahdlatul Ulama' memiliki strategi kebudayaan dalam bergerak. Salah satu akan starteginya yaitu menghidupkan kembali nilai seni budaya yang beragam

<sup>112</sup> Ahmad Arifiyah Maliki, "Penanaman Nilai-Nilai Sosial dan Spiritual Santri di Pondok Pesantren As Syafiyah NU Grogol, Blotongan, Siderejo, Salatiga" (Skripsi, IAIN Salatiga, 2020). 13

<sup>113</sup> Wawan Setiawan, "Makna Simbolik Budaya Marhabanan bagi Kalangan Nahdlatul Ulama'," *Hanifiyah: Jurnal Studi Agama-Agama* 3 (2020).

<sup>114</sup> Jauhar Fuad, "Akar Sejarah Moderasi Islam pada Nahdlatul Ulama'," *Tribakti: Jurnal Pemikiran Islam* 31 (2020).

dalam ranah bhineka tunggal ika berdasarkan nilai kerukunan, kedamaian, toleransi, empati, gotong royong, dan keunggulan dalam seni, budaya dan ilmu pengetahuan.<sup>115</sup> Konten instagram NU Online Jawa Timur yang mengandung nilai budaya terdapat 20% dengan enam konten yang dianalisis. Nilai budaya disajikan berupa video (podcast), grafis (amalan-amalan) dan quotes.

## 2. Narasi Sedang (*Middle Naration*).

Narasi sedang dalam penelitian ini merupakan suatu nilai pembahasan yang “sering” dimunculkan dalam konten instagram NU Online Jawa Timur. Kategorisasi narasi sedang ini, NU Online Jawa Timur mengandung dua nilai, yaitu:

- a. Nilai Sufisme. Dalam kaitannya dengan manusia, sufisme lebih menekankan aspek rohaninya daripada aspek jasmaninya yang kaitannya dengan kehidupan. Sehingga sufisme lebih ke aspek batin yang berkenaan dengan hati dan pikiran pelakunya. Nilia-nilai sufisme terbagi atas beberapa poin. Pertama, *al-hikmah* (nilai kearifan) meliputi ketajaman, intelegensi, kerjenihan dalam berpikir. Kedua, *al-iffah* (menjaga kesucian) meliputi kedermawanan, keteguhan hati, dan *wira'i*. Ketiga, *al-syaja'ah* (keberanian) meliputi sikap tenang dan kesabaran. Keempat, *al-a'dl* (nilai keadilan) meliputi kasih sayang, bersahabat, dan tawadu.<sup>116</sup> Nahdlatul Ulama' merupakan salah satu organisasi keagamaan yang memiliki gerakan sufisme yang khas. Sebagaimana Nurcholish Madjid berkata “organisasi sosial

<sup>115</sup> Abdullah Alawi, “Tujuh Strategi Kebudayaan Islam NUsantara dari Lesbumi NU,” *NUOnline.or.Id*, 2018.

<sup>116</sup> Hamidulloh Ibda, “Penguatan Nilai-Nilia Sufisme dalam *Nyadran* sebagai Khazanah Islam Nusantara,” *Jurnal Islam Nusantara* 02, no. 02 (2018). 154

keagamaan Nahdlatul Ulama' memperhatikan masalah sufisme-tasawwuf.<sup>117</sup>

Konten instagram NU Online Jawa Timur yang mengandung nilai sufisme adalah 10% dengan tiga konten yang dianalisis. Nilai sufisme disajikan berupa video (podcast) dan quotes

- b. Nilai Pembaharuan. Pembaharuan pemikiran Islam merupakan penyegaran visi, persepsi dan interpretasi terhadap ajaran-ajaran agama, yang memang berada dalam wilayah *ijtihad* dengan tetap bertitik tolak dari Al-Qur'an dan Sunnah yang shahih. Sehingga pada gerakan pembaharuan pemikiran Islam diharapkan dapat menghasilkan pemikiran Islam yang dinamis, kreatif dan antisipatif. Konten instagram NU Online Jawa Timur yang mengandung nilai pembaharuan adalah 6,7% dengan dua konten yang dianalisis. Nilai pembaharuan disajikan berupa video (podcast).

### 3. Narasi Kecil (*Small Naration*).

Narasi kecil dalam penelitian ini merupakan suatu pembahasan ataupun tema yang “jarang” dimunculkan dalam konten instagram NU Online Jawa Timur. Dalam narasi kecil ini, Instagram NU Online Jawa Timur memiliki dua nilai yang “jarang” dimunculkan, yaitu:

- a. Nilai Pluralistik. Menurut Pitoyo yang dikutip oleh Sutaryo bahwa “pluralistik merupakan sifat atau kualitas yang menggambarkan keanekaragaman, suatu pengakuan bahwa alam semesta tercipta dalam keanekaragaman.”<sup>118</sup> Pluralistik adalah suatu faham mengakui, menerima, dan menyambut dengan hati terbuka akan adanya keragaman serta tidak tergantung pada satu pendapat

<sup>117</sup> Rohmatul Izad, “Perbedaan Wacana Sufisme NU dan Muhammadiyah,” *Alif.Id*, 2019, <https://alif.id/read/rohmatul-izad/perbedaan-wacana-sufisme-di-nahdlatul-ulama-dan-muhammadiyah-b225102p/>.

<sup>118</sup> Sutaryo et al., *Membangun Kedaulatan Bangsa Berdasarkan Pancasila: Pemberdayaan Masyarakat Dalam Kawasan Terluar, Terdepan Dan Tertinggal* (Yogyakarta: Pusat Studi Pancasila UGM, 2015), 65.



saja. Setiap umat beragama dalam hubungan sosial kemasyarakatan wajib menerapkan pluralistik. Sedangkan hubungan dengan teologi, iman, dan keyakinan agama tidak dikenal istilah pluralistik, ia harus tunggal, utuh, dan setiap pemeluk agama wajib hukum menyakini sepenuh hati akan kebenaran agamanya.<sup>119</sup> Nahdlatul Ulama' sebuah organisasi masyarakat Islam merupakan wadah bagi umat Islam yang menganut paham *ahlusunnah wal jama'ah* yang membangun hubungan sosial secara lintas batas tanpa menihilkan kelompok tertentu yang minoritas. Konten instagram NU Online Jawa Timur yang mengandung nilai pluralistik adalah 3,3% dengan satu konten yang dianalisis. Nilai pluralistik disajikan berupa grafis (amalan-amalan).

- b. Nilai Feminisme. Agama Islam memberikan perhatian lebih terhadap keberadaan perempuan. Perempuan merupakan salah satu dari dua jenis manusia yang diciptakan oleh Allah SWT untuk menjadi *khalifah fi al-ardl*.<sup>120</sup> Dalam era keterbukaan ini, Keberadaan media sosial sangatlah memberikan dampak yang cukup besar bagi perempuan. Melalui media sosial perempuan dapat lebih leluasa mengekspresikan dirinya dan berpartisipasi lebih aktif. Salah satunya instagram NU Online Jawa Timur yang memberikan ruang untuk berperan aktif dalam menyebarkan kebaikan dan menanggapi problema perempuan. Konten instagram NU Online Jawa Timur yang mengandung nilai pluralistik adalah 3,3% dengan satu konten yang dianalisis. Nilai pluralistik disajikan berupa grafis (amalan-amalan).

<sup>119</sup> Duski Somad, *Best Practice Tolerance* (Sumatra Barat: PAB Publishing, 2017), 11.

<sup>120</sup> M Jakfar Puteh and Saifullah, *Dakwah Tekstual dan Dakwah Kontekstual*, cetakan ke-3. (Aceh: CV Citra Kreasi Utama, 2006). 179

## B. NU Online di Instagram

### 1. Transformasi Dakwah NU Online di Instagram

Perkembangan era digital juga berdampak pada aspek keagamaan, khususnya dakwah Islam yang dilakukan oleh organisasi Islam, yaitu Nahdlatul Ulama. NU mau tidak mau harus beradaptasi dengan revolusi digital jika tidak akan terlindas dalam gelombang perubahan. Nahdlatul Ulama didirikan pada tanggal 31 Januari 1926. Banyak era yang dilalui NU dengan segala bentuk tantangan baru yang secara otomatis juga membutuhkan strategi dakwah yang relevan dengan zaman. Nahdlatul Ulama yang berpegang terhadap *manhaj salafus sahih, ahlussunnah wal jamaah* sangat perlu menerbangkan sayap dakwahnya melalui teknologi digital, dengan mengedepankan prinsip *tasamuh* (toleransi), *tawazzun* (seimbang), *tawassuth* (adil) dan *ta'addul* (Adil).

Sejak didirikannya, NU memiliki tujuan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas, khususnya di kalangan Nahdlatul Ulama. Seiring dengan berjalannya waktu, NU Online Jawa Timur mampu melakukan beberapa inovasi yang didukung dengan sarana yang menunjang masyarakat untuk mengakses berita melalui media online.<sup>121</sup> Dalam konteks ke NU-an, transformasi dakwah NU Online Jawa Timur merupakan proses penggunaan teknologi untuk menciptakan hal baru atau memodifikasi proses dakwah dalam kehidupan Nahdliyin sesuai dengan kondisi terkini.<sup>122</sup> Transformasi dakwah di digital bukan hanya berbicara soal fisik, melainkan juga soal nilai, pengoptimalan, dan kemampuan adaptasi pada saat teknologi informasi digunakan.

<sup>121</sup> Hasan Aziz, "Dinamika Media Massa Nahdlatul Ulama dari Era Cetak Hingga Digital" (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, 2019).

<sup>122</sup> Moch Rofi'i Buwenawi, "Transformasi Dakwah NU Online Jawa Timur," Oktober 2022.

Dakwah dengan lisan merupakan salah satu dakwah konvensional NU, yakni menggunakan sarana tradisional. Media dakwah yang berbunyi ucapan atau bunyi yang ditangkap dengan inder telinga, seperti: berdakwah dari podium atau mimbar ke mimbar, seminarke seminar, radio, dan lain-lain).

Tahun 1927, Nahdlatul Ulama mulai merintis dan membangun sebuah media yang pada saat itu dinamakan Soeara Nahdlatuol Oelama. Kemudian muncul pula beberapa media yang berada di bawah naungan NU, diantaranya Berita Nahdlatuol Oelama (1930), Suluh Nahdlatuol Oelama (1940), Duta Masjarakat (1950), Risalah Islamiyah (1960), Warta NU (1980), dan Tabloid Masa (2000).<sup>123</sup> Hingga pada muktamar NU ke-30 yang dilaksanakan di Lirboyo tahun 1999, menjadi awal perubahan besar arah dari perjalanan NU dalam mengisi kolom media di Indonesia.<sup>124</sup> Melalui Muktamar tersebut, lahirlah suatu usulan yang menginginkan didirikannya sebuah badan media dalam NU yang bertujuan agar semua informasi dan kabar terbaru mengenai organisasi ini dapat dilihat serta dikethau oleh semua kalangan. Maka atas dasar usulan tersebut tahun 2003 didirikannya dan diresmikan media baru yang bernama NU Online. NU Online selain menjadi media dakwah, situs ini juga sebagai media dalam melestarikan budaya Nahdlatul Ulama.

Tahun 1978 dakwah NU dilakukan di majalah Aula, suatu mjalah bulnana yang diterbitkan oleh pengurus wilayah Nahdlatul Ulama. 10 tahun kemudian atau pada tahun 1987, majalah Aula mendapat izin terbit Menteri Penerangan di tahun 1987.<sup>125</sup> Majlan ini merupakan satu satunya media NU yang bertahan lama,

<sup>123</sup> Khoiril Anam, Buldanul Khuri, and Dwi Oblo, *Ensiklopedi Nahdlatul Ulama: Sejarah Tokoh dan Khazanah Pesantren* (Jakarta: Mata Bangsa dan PBNU, 2014). 173

<sup>124</sup> Sarjoko, "Manajemen Redaksi pada Media NU Online Pengurus Besar Nahdlatul Ulama" (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, 2016).

<sup>125</sup> Khoiril Anam, "Majalah Aula," *NUOnline* (Surabaya, 2012), <https://www.nu.or.id/nasional/majalah-aula-T4TuM>.

walaupun diterbitkan oleh PWNNU namun segmen pasarnya adalah para tokoh dan jamaah NU secara Nasional. Terkonfirmasi dari Manager NU Online Jawa Timur, bahwa”

*“Sebelum berkembang seperti ini, media dakwah NU Online berada di majalah Aula, iya untuk majalah kita masih menerbitkan namun tidak sekilat media sosial, jangkauannya pun lebih besaran melalui media online”<sup>126</sup>*

Dakwah Nahdlatul Ulama yang sebelumnya bersifat konvensional, lalu dirubah menjadi dakwah dengan Radio dan televisi yang kemudian saat ini berubah sesuai dengan kebutuhan zaman. Nahdlatul Ulama memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah secara daring guna untuk memperluas kegiatan dakwahnya. Hal ini pada 11 Juni 2003 secara resmi NU Online memiliki website dengan nama [www.nu.or.id](http://www.nu.or.id). Pemanfaatan website sebagai media dakwah dinilai sangat efektif dan efisien. Karena website merupakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi yang dibuat dengan biaya yang relatif murah, juga bisa menampilkan informasi dalam bentuk interaktif dibanding kertas konvensional pada umumnya. Sebagaimana hasil wawancara dengan manejer NU Online Jawa Timur:

*“Sebelum tahun 2013, dakwah masih bersifat konvensional, dakwah melalui media cetak atau media audio. Sedangkan NU Online secara resmi diluncurkan pada 11 Juli 2003 di Hotel Borobudur, dengan alamat website [www.nu.or.id](http://www.nu.or.id).<sup>127</sup>*

Pada 26 Oktober 2016 secara resmi juga Nahdlatul Ulama memiliki wadah digital yang diberi nama AISNU (Arus Informasi Santri Nusantara). AISNU merupakan sebuah komunitas digital yang terbentuk atas inisiasi beberapa admin

<sup>126</sup> Buwenawi, “Transformasi Dakwah NU Online Jawa Timur.”

<sup>127</sup> Mohammad Hasyim, “Analisis Produksi Berita di NU Online” (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2013). 34

media sosial instagram yang berbasis pesantren tanah air, juga admin beberapa portal media santri dan Islam aswaja. Berawal dari perhatian seorang santri akan media sosial instagram Alasantri yang memiliki banyak penggemar di instagram. Hingga Ahmad Qomaruddin juga berinisiasi membentuk akun instagram dengan nama Galerisantri, yang kemudia akhirnya membawa pikiran Qamaruddin untuk mengumpulkan beberapa admin instagram santri untuk silaturahmi sekaligus diskusi. Berkumpulnya wadah admin santri melalui grup *Whatsapp*, sehingga terbentuklah komunitas Arus Informasi Santri Nusantara (AISNU).<sup>128</sup> AISNU hadir sebagai sebagai salah satu media dakwah untuk menebar banyak kemanfaatan kepada khalayak sebagai tempat dakwah Islam yang rahmatan lil alamin, menebar damai kepada sesama santri dan umat Muslim atau non Muslim di Indonesia khususnya. AISNU juga sebagai wadah penggiat *cyber* media santri untuk mendiskusikan konten dan isu-isu yang sedang hangat dibicarakan.<sup>129</sup> Sebagaimana hasil wawancara manager NU Online Jawa Timur, bahwa:

*Pada 26 Oktober 2016 di Yogyakarta, 50-an admin sosial media berkumpul dan sepakat untuk meresmikan sebuah wadah digital media networking dengan nama Arus Informasi Santri Nusantara (AIS-NU).<sup>130</sup>*

Tidak sampai disitu, terdapat informasi dari Kementerian Komunikasi dan Informasi pada tahun 2019, bahwa konten radikal di facebook dan instagram<sup>131</sup>

<sup>128</sup> Ilyas Infarul, "Profil Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara" Cyber Media Santri sebagai Mercusuar Negeri" " Cyber Media Santri Sebagai Mercusuar Negeri," n.d., [https://www.academia.edu/36843522/PROFIL\\_KOMUNITAS\\_ARUS\\_INFORMASI\\_SANTRI\\_NUSANTARA\\_Cyber\\_Media\\_Santri\\_sebagai\\_Mercusuar\\_Negeri\\_Cyber\\_Media\\_Santri\\_sebagai\\_Mercusuar\\_Negeri\\_](https://www.academia.edu/36843522/PROFIL_KOMUNITAS_ARUS_INFORMASI_SANTRI_NUSANTARA_Cyber_Media_Santri_sebagai_Mercusuar_Negeri_Cyber_Media_Santri_sebagai_Mercusuar_Negeri_).

<sup>129</sup> Ilyas Infarul, Profil Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara Cyber Media Santri Sebagai Mercusuar Negeri " " Cyber Media Santri Sebagai Mercusuar Negeri," [https://www.academia.edu/36843522/PROFIL\\_KOMUNITAS\\_ARUS\\_INFORMASI\\_SANTRI\\_NUSANTARA\\_Cyber\\_Media\\_Santri\\_sebagai\\_Mercusuar\\_Negeri\\_Cyber\\_Media\\_Santri\\_sebagai\\_Mercusuar\\_Negeri\\_](https://www.academia.edu/36843522/PROFIL_KOMUNITAS_ARUS_INFORMASI_SANTRI_NUSANTARA_Cyber_Media_Santri_sebagai_Mercusuar_Negeri_Cyber_Media_Santri_sebagai_Mercusuar_Negeri_).

<sup>130</sup> Buwenawi, "Transformasi Dakwah NU Online Jawa Timur."

<sup>131</sup> Dyah Dwi Astuti, "Konten Radikalisme Terbanyak di Facebook dan Instagram," *Antarnews.Com* (Jakarta, 2019).

menunjukkan 7.160. Hal ini tentu menjadi ancaman serius. Selain itu, NU juga erat berseberangan dengan organisasi keagamaan radikal yang sering disebut-sebut menguasai media sosial. Setelah HTI dibubarkan oleh pemerintah tahun 2017 silam, NU mendapat peluang lebar untuk mengembalikan wajah Islam yang moderat baik secara *offline* maupun secara *online*. Sehingga, NU terus melanjutkan dakwah nya dengan mengikuti perkembangan zaman. Hingga akhirnya di tahun 2019 NU Online berperang di *search google* (google pencarian). Selain itu, ditahun 2019 instagram NU Online jawa timur hadir sebagai sektor etalase (media pendukung) dalam penyebaran dakwah ala Nadhlatul Ulama'. Sebagaimana Moch Rofi'i selaku manager NU Online Jawa Timur menjelaskan”

*“Di tahun 2019, kita perang dan di mbah google, di searchnya dan ditahun itu juga baru kita membuat instagram, karena bagaimanapun juga kita harus mengikuti trend perkembangan zaman. 2019 kan juga lagi awal-awal covid, semua kan beralih ke media kan, kitaa tidak bisa ketinggalan trend, akhirnya yaudah membuat juga. Tapi disini perlu ditekankan instagram hanya sebagai etalase, dakwah sesungguhnya ada di website resmi kita.”<sup>132</sup>*

## 2. Basic Dakwah NU Online di Instagram

Dakwah merupakan pelaksanaan terhadap perintah Allah SWT, yaitu menyeru manusia ke arah ajaran Islam. Tujuan dari berdakwah adalah dakwah kepada Allah SWT. Dan maksud dari dakwah kepada Allah SWT adalah dakwah kepada agamaNya yaitu agama Islam. Islam adalah prinsip atau dasar pertama dalam dakwah.<sup>133</sup> Dakwah merupakan satu usaha untuk menyampaikan kebenaran atau membawa berita baik. Melaksanakan tugas dakwah merupakan

<sup>132</sup> Buwenawi, “Transformasi Dakwah Nu Online Jawa Timur.”

<sup>133</sup> Abdullah Ghulam Nazih, “Dasar-Dasar Dalam Dakwah” (Makalah Nusus Dakwah, Universitas Islam As-Syafi'iyah, 2020)

puncak kebaikan dan kebahagiaan.<sup>134</sup> Seperti dalam firman Allah SWT Qur'an

Surat Fussilat ayat 33:

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّن دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ

Dan siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah SWT. Mengerjakan amal dan berkata “sungguh, aku termasuk orang-orang Muslim (yang berserah diri).<sup>135</sup>

Salah satu ideologi ideal dalam ajaran agama Islam merupakan konsep *ummatan wahidan* atau umat yang satu. NU Online jawa timur merupakan salah satu konsep *virtual ummah*, yang dapat diartikan sebagai representasi dari komunitas Muslim di seluruh dunia yang difasilitasi oleh teknologi internet. Sebagaimana perkataan Roy yang dikutip dalam buku dakwah di era media baru, bahwa roy meyakini virtual ummah sebagai tempat yang sempurna bagi umat Islam untuk mengekspresikan diri seraya mengklaim dirinya sebagai bagian dari komunitas untuk saling berkontribusi dan mengambil peran aktif.<sup>136</sup> Dalam mengartikulasikan Islam, banyak peran yang dapat dijalankan umat Islam dalam konteks virtual ummah. Salah satunya dengan berbagi informasi dan pengetahuan keagamaan.

Hal ini, Nahdlatul Ulama menyadari sepenuhnya akan persoalan ini. Oleh karena itu, untuk mendukung tujuannya maka dibuatlah sejumlah metode untuk mengintegrasikan pesan Islam dalam kerangka digital, yang bahkan beberapa di antaranya didesain dalam beberapa level pemahaman dengan pertimbangan khalayak yang memiliki pemahaman lebih atau khalayak yang memiliki

<sup>134</sup> Aminudin, “Konsep Dasar Dakwah,” *Al-Munzir* 9 (2016).

<sup>135</sup> Kementrian Agama RI, “Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahannya Q.S Fussilat 41:33.” (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2014) 480

<sup>136</sup> Moch Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru (Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet)* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2019). 177

keterbatasan pemahaman juga. Sebab dalam konten instagram yang ditampilkan mengandung pesan Islam yang singkat.

Adapun unsur-unsur dakwah di Instagram NU Online Jawa Timur adalah *da'i* (pelaku dakwah), pesan atau materi dakwah, *mad'u* (khalayak), *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (metode dakwah), dan *atsar* (efek dakwah).

### 3. Strategi Dakwah NU Online di Instagram

Media sosial memberikan peluang cukup besar terhadap tersampainya pesan dakwah kepada khalayak saat ini.<sup>137</sup> Saat budaya membaca di internet mulai marak dan minat umat Islam untuk belajar ajaran Islam juga meningkat, beragam portal online meramaikan isu keagamaan melalui jejaring internet. Artinya terdapat kepekaan dan keterlibatan individu maupun institusi untuk melakukan dakwah digital. Mengingat jumlah konsumsi masyarakat terhadap media sosial yang cukup tinggi. Hal inilah yang membuat para pendakwah “digital” mulai berinovasi, karena penyampaian konten dakwah dalam media sosial lebih mudah dicerna.<sup>138</sup> Selain itu, seorang *mad'u* pun lebih banyak mengakses konten dakwah melalui media sosial yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.

Kegiatan virtual tidak dapat dihindarkan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat saat ini. Bagi kalangan organisasi Islam Nahdlatul Ulama yang dikenal sebagai organisasi tradisional nyatanya mampu memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi sebagai media dakwah. Sejak tahun 2015, Nahdlatul Ulama Jawa Timur memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah secara daring guna memperluas kegiatan dakwahnya. Adapun beberapa media sosial

<sup>137</sup> Lutfi Fatmasari, Ahmad Nurcholis, and Bobby Rachman Santoso, “Strategi Dakwah Multimedia Nahdlatul Ulama Melalui Instagram @NUONLINE\_ID,” *Al-Insyiroh: Jurnal Studi KeIslaman* 7 (2021).

<sup>138</sup> Athik Hidayatul Ummah, “Dakwah Digital dan Generasi Millennial (Menelisk Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara),” *Tasamuh* 18, no. 1 (2020). 70



yang digunakan oleh NU Online Jawa Timur, antara lain: Instagram dengan akun NU Online Jawa Timur, youtube dengan akun NU Online Jawa Timur, TikTok dengan akun NU Online Jawa Timur, twitter dengan akun NU Online Jawa Timur, facebook dengan akun NU Online Jawa Timur, website dengan akun [www.Jawa Timur.nu.or.id](http://www.JawaTimur.nu.or.id). Akun-akun pada media sosial tersebut merupakan akun resmi Nahdlatul Ulama yang dibuat guna memberikan wadah informasi kepada masyarakat terkait kegiatan sosial, keagamaan serta kebangsaan.

Setiap orang atau lembaga memiliki satu atau beberapa tujuan yang menunjukkan arah dan menyatukan gerak sarana yang dimilikinya. Adapun proses pencapaian tujuan itu memerlukan penataan yang terarah, efektif, dan efisien.<sup>139</sup> Maka dari itu, latar belakang NU Online Jawa Timur dibentuk dikarenakan semakin banyaknya akun media sosial yang bertebaran memberikan sajian yang tidak proposional. Masyarakat dengan mudah mengonsumsi informasi melalui media sosial. Oleh karena itu, NU Online Jawa Timur harus dikembangkan menjadi media dakwah untuk menebar banyak manfaat kepada khalayak dengan sajian dakwah yang moderat, sebagai tempat sajian dakwah yang *rahmatan lil' alamiin*.

Instagram NU Online Jawa Timur menjadi salah satu akun instagram keIslaman yang di gemari oleh anak muda. Karena rasa keingin tahuan yang lebih besar dan bagaimana caranya agar mendapatkan jawaban dengan cepat dan tepat. Generasi millennial yang akrab dengan teknologi digital telah menjadikan media sosia dan sumber-sumber informasi online sebagai salah satu media pembelajaran, termasuk pembelajaran keagamaan. Ketokohan seorang pemuka

---

<sup>139</sup> Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah (Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah)* (Bandung: PT Remaja Posdakarya, 2014). 103

agama muda (Gawagus dan Nawaning) yang merupakan generasi millennial ditentukan oleh popularitas dan frekuensi kemunculannya di media sosial. Tokoh agama yang digital *friendly* lebih mudah untuk diterima karena mereka dapat mengakses secara mudah. Sehingga dengan penguasaan teknologi dan informasi, generasi millennial bisa mengambil peluang strategis dalam mengonsumsi dakwah Islamiyah yang disajikan oleh NU Online Jawa Timur dalam melaksanakan dakwah Islamiyah yang ramah, toleran dan damai. Kegiatan dakwah Islam yang dilakukan oleh NU Online Jawa Timur pun menyesuaikan dengan konteks kekinian ala generasi millennial. Karena karakteristik generasi millennial yang produktif, kreatif, percaya diri, semangat, siap dengan perubahan, lebih banyak menghabiskan waktu dengan gadget. Maka dari itu, NU Online Jawa Timur membuka dan menyiapkan strateginya berdakwah untuk generasi Millennial. Sebagaimana manager Muhammad Rofi'i Buwenawi berkata,

*“followers Instagram NU Online Jawa Timur rata-rata 65% generasi millennial (usia dibawah 35 tahun) dan 35% followers dengan usia diatas 35 tahun. Mereka ini lagi gemar-gemarnya mengekspresikan diri juga<sup>140</sup>”*

Selain itu di era digital ini, Negara Indonesia berada di urutan nomor empat sebagai pengguna aktif media sosial Instagram. Hal ini menjadi ladang NU Online Jawa Timur menjadikan ladang dakwah yang harus dirambah. Sehingga NU Online memiliki strategi yang tepat dalam berdakwah di media sosial instagram. Content creator yang ditampilkan oleh Instagram NU Online Jawa Timur adalah para gawagus dan nawaning khususnya di Jawa Timur untuk memberikan konten tentang kalimat hikmah. Dalam hal ini, kalimat hikmah *masyaikh* NU adalah Gawagus dan Nawaning menjadi salah satu pilihan yang dikembangkan oleh NU

---

<sup>140</sup> Bunaweni, “Wawancara Dengan Tim Redaksi NU Online Jawa Timur.”

Online.<sup>141</sup> Konten edisi Ramadhan memiliki perbedaan dengan edisi-edisi lainnya, karena instagram NU Online membuat konten dengan kajian Binnur (Bincang NU Online Jawa Timur Ramadhan). Binnur ini merupakan sebuah podcast bersama selebgram NU dengan mengisi kajian keIslaman Ramadhan atau sesuai kebutuhan Masyarakat. Sebagaimana yang jelaskan oleh manajer NU Online Jawa Timur sebagai berikut:

*“yang menjadi salah satu pilihan kami yang saat ini dikembangkan itu menjadikan instagram digemari oleh anak-anak muda, dengan cara packing atau desain harus menarik. Selain itu kita pun memberi wadah ke gawagus atau nawaning untuk mengekspresikan diri, artinya berdakwah ala ala millennial dengan kalimat-kalimat hikmah atau ciri khas mereka sendiri-sendiri. Ada juga pembeda di edisi Ramadhan ini mbk, yaitu Binnur. Ini narasumbernya langsung dari selebgram NU, ya dari gus-gus atau ning-ning. Kan lagi viral-viral tuh mereka ”<sup>142</sup>*

Secara singkat, NU Online Jawa Timur menyusun strategi dakwah melalui tiga tahapan, yaitu:<sup>143</sup>

a. Pengumpulan data dasar sesuai kebutuhan

Informasi yang bersifat dasar (*base data*) merupakan faktor yang penting untuk menghasilkan karya hingga mengevaluasi keefektifan konten. Sasaran-sasaran konten biasanya atas dasar kepentingan dan kebutuhan khalayak. Selain itu, terdapat juga perumusan tujuan atas alasan (mengapa) pesan ini harus disampaikan kepada khalayak. Sebagaimana Menurut manager NU Online Jawa Timur, bahwa:

*“tugas mencari tema itu Rifki mbk, dia anak desain. Jadi ketika ada yang lagi viral atau ada yang bertanya atau ada tema yang bagus, dia yang langsung kasih informasi di group whatsapp. Kalau saya bilang “oke” dia baru bertindak, jadi disini dia harus gercep mengenai berita yang lagi viral atau momen-momen besar”<sup>144</sup>*

<sup>141</sup> Muhammad Rofi'i Bunaweni, “Strategi Dakwah NU Online Di Instagram,” November 2022.

<sup>142</sup> Muhammad Rofi'i Bunaweni, Wawancara mengenai Strategi Dakwah NU Online di Instagram, November 2022

<sup>143</sup> Ibid,

<sup>144</sup> Muhammad Rofi'i Bunaweni, “Strategi Dakwah NU Online Di Instagram,” November 2022

b. Penyesuaian Media dengan Pesan

Sebagaimana dalam penelitian ini yang memfokuskan media dakwah yang digunakan adalah instagram. Maka pesan yang disampaikan pun menggunakan bahasa yang ringan, menarik, persuasif dan singkat. Karena sesuai dengan ketentuan bahwa pesan dakwah yang lengkap adalah di *website*, sehingga instagram atau media sosial lainnya hanya sebagai etalase.

Sebagaimana Menurut manajer NU Online Jawa Timur, bahwa:

*“market kita adalah millennial, jadi ya harus pakai bahasa yang ringan, yang kekinian juga tapi masih berada dijalur yang lurus, artinya tidak melampau batas lah. Lalu millennial kan tidak mau ribet ya, mereka lebih suka yang singkat-singkat. Yaudah kita ambilkan konten dari website lalu kita rombak lagi, gimana caranya harus semenarik mungkin dan perlu tanda-tanda juga, biar mancing ke website”<sup>145</sup>*

c. Desain dan Penyusunan Pesan

Dalam tahapan ini, tema, isi pesan, hingga desain penyajian harus ditentukan. Oleh karena itu, kegiatan pokok dari tahapan ini adalah mendesain isi atau sajian dari awal hingga konten tersampaikan ke khalayak. Pembuatan konten berada pada satu keputusan yaitu manager NU Online Jawa Timur.<sup>146</sup> NU Online Jawa Timur juga menyajikan 5 bentuk konten, yaitu konten quotes, Grafis, E-Koran, Cover Berita dan Audiovisual. Sebagaimana hasil wawancara dengan salah satu Tim redaksi Instagram NU Online Jawa Timur:

*“untuk konten kami ada 5 jenis mbk, yaitu konten berupa quotes, Grafis berupa amalan-amalan singkat atau tips-tips, E-Koran, Cover Berita dan Audiovisual. Tapi berhubung ini di Ramadhan, ada edisi khusus, jadi kita hanya membuat 3 konten inti yaitu quotes, grafis dan podcast. Yang pasti kita setiap harinya mengeluarkan 3 postingan”*

<sup>145</sup> Muhammad Rofi'i Bunaweni, "Strategi Dakwah NU Online Di Instagram," November 2022


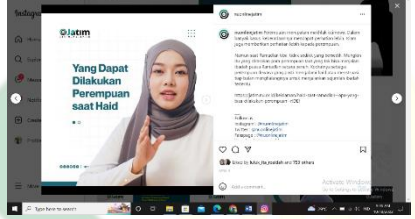
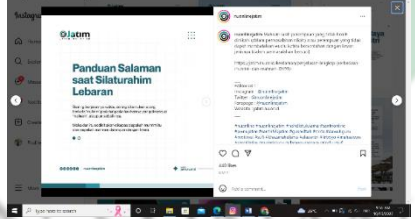
<sup>146</sup> Ibid, 2022

Dari ketiga strategi di atas, maka akan tersaji konten dakwah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan publik. Sebagaimana batasan penelitian ini dalam periode Ramadhan 1443 H, NU Online Jawa Timur meluncurkan konten istimewa atau spesial periode Ramadhan yaitu Binnur (Bincang NU Online Jawa Timur Ramadhan). Kajian Binnur ini merupakan podcast yang menghadirkan narasumber dari *masyaikh* NU atau selebgram NU yaitu gawagus dan nawaning. Kajian Binnur ini memiliki tujuan untuk mengisi Ramadhan dengan memberikan pesan Islam nuasa Ramadhan sesuai dengan kebutuhan masyarakat atau khalayak.

### C. Analisis Teks Wacana dalam Konten Instagram NU Online.

Komponen dari dalam maupun luar media mempengaruhi isi media itu. media beserta isinya pun harus disesuaikan dengan kebutuhan khalayak, agar pesan (isi) dapat tersampaikan dengan baik. Khalayak massa dengan tempat luas menuntut aktivitas dakwah pun dilakukan secara massal juga. Langkah ini lebih efektif dalam menjangkau khalayak yang menyebar luas, seperti yang dilakukan oleh organisasi Islam Nahdlatul Ulama' yang mengembangkan metode dakwahnya dengan mengikuti perkembangan zaman yaitu menggunakan media sosial, khususnya instagram. Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan oleh NU untuk menyebarkan kebaikan. Alasan adanya media sosial instagram adalah sebagai upaya untuk melayani khalayak mancanegara serta mengikuti trend perkembangan platform. Peneliti meminjam model analisis wacana dari Norman Fairclough untuk melihat bagaimana analisis wacana yang berkembang pada konten Instagram NU Online Jawa Timur. Berikut tabel data konten instagram NU Online Jawa Timur:

Tabel 6: Data konten instagram NU Online Jawa Timur

No	Gambar	Keterangan
1.		<p>Konten tersebut merupakan salah satu konten grafis instagram NU Online Jawa Timur dengan memberikan wacana yang mengandung nilai keIslaman, nilai sosial, nilai budaya, dan nilai pluralistik.</p>
2.		<p>Konten tersebut merupakan salah satu konten grafis instagram NU Online Jawa Timur yang mengandung nilai keIslaman, nilai sosial, dan nilai feminisme</p>
3.		<p>Konten tersebut merupakan salah satu konten grafis instagram NU Online Jawa Timur. Konten tersebut memberikan wacana yang bertuliskan “Panduan Salaman saat Silaturahmi Lebaran” Teks wacana pada konten tersebut mengandung nilai keIslaman, nilai sosial, dan nilai budaya.</p>

4.		<p>Konten tersebut merupakan konten podcast di akun instagram NU Online Jawa Timur. Konten tersebut memberikan wacana yang bertuliskan “Akhlak Mencari Ilmu”. Tema yang diambil tidak jauh dengan <i>followers</i> instagram, yaitu generasi muda. Narasumber yang dihadirkan oleh instagram NU Online Jawa Timur pun rekanita Puput yang merupakan Ketua umum PW IPPNU (pimpinan wilayah ikatan pelajar putri Nahdlatul Ulama) Jawa Timur masa khidmat 2020-2022, sekaligus mahasiswa di Madura. Teks wacana pada konten diatas mengandung nilai keislaman, nilai sosial, nilai budaya, dan nilai pembaharuan.</p>
5.		<p>Konten tersebut merupakan konten podcast di akun instagram NU Online Jawa Timur. Dalam konten tersebut terdapat tema yang dibahas, yaitu Marhaban ya</p>

		<p>Ramadhan. Teks wacana pada konten diatas mengandung nilai keIslaman, nilai sosial, dan nilai budaya.</p>
6.		<p>Konten tersebut merupakan konten podcast di akun instagram NU Online Jawa Timur. Dalam konten tersebut terdapat tema yang dibahas, yaitu Hikmah Ramadhan. Adapun tema yang diambil tidak jauh dengan situasi yang dialami oleh masyarakat Muslim di dunia, yaitu Ramadhan. Teks wacana pada konten diatas mengandung nilai keIslaman, , nilai sufisme, nilai sosial, dan nilai budaya</p>
7.		<p>Konten tersebut merupakan konten quotes yang memberikan pesan tentang ghibah. Ramdhan merupakan bulan yang mulia, bahkan tidur bagi orang puasa bernilai ibadah. Tidur lebih baik dibandingkan dengan membicarakan kesalahan orang lain. Teks wacana pada konten</p>



		diatas mengandung nilai keIslaman, dan nilai sosial.
8.		Konten tersebut merupakan konten <i>quotes</i> dari Ibnu Athaillah Al-Iskandari yang memberikan pesan tentang ikhlas dalam beramal. Teks wacana pada konten diatas mengandung nilai keIslaman dan nilai sufisme.
9.		Konten tersebut merupakan konten <i>quotes</i> dari Ibnu Athaillah Al-Iskandari yang memberikan pesan tentang wujud zikir. Berzikir dimaksudkan sebagai sarana berkomunikasi dengan Allah SWT. Berzikir bukan hanya lafal apa yang keluar dari mulut, namun esensi zikir adalah menghayati apa yang diucapkan dan apa yang dihajati. Teks wacana pada konten diatas mengandung nilai keIslaman, nilai sosial, nilai budaya, dan nilai sufisme.

### 1. Wacana Sosial Keagamaan dalam Teks Instagram

Istilah wacana berasal dari bahasa Sanskerta yang bermakna “ucapan atau tuturan”. Wacana dipadankan dengan istilah discourse dalam bahasa Inggris dan le discours dalam bahasa Prancis. Kata tersebut berasal dari bahasa Yunani discursus yang bermakna “berlari ke sana ke mari”. Yang dimaksud dengan wacana adalah semua ujaran yang tatarannya lebih tinggi dari pada kalimat, berdasarkan sudut pandang aturan rangkaian kalimat yang saling berkaitan.<sup>147</sup> Sehingga, wacana adalah rentetan kalimat yang saling berkaitan dan menghubungkan proposisi yang satu dengan proposisi lainnya di dalam kesatuan makna (semantis) antarbagian di dalam suatu bangun Bahasa.

Menurut Qurotul Uyun, yang dikutip oleh Maimunah agama sangat mendorong pemeluknya untuk berperilaku baik dan bertanggung jawab atas segala perbuatannya serta giat berusaha untuk memperbaiki diri agar menjadi lebih baik.<sup>148</sup> Agama sebagai unsur keyakinan akan menjadi bermakna apabila manusia hidup di dalam ruang lingkup sosial. Kehidupan tidak hanya bersifat individualis, tetapi lebih berimplikasi sosial yang secara filsafat dapat mengubah realitas sosial menjadi lebih manusiawi. Dalam agama, dianjurkan kepada umatnya untuk mengolah alam dan hasilnya dapat dimanfaatkan dan digunakan untuk kepentingan sosial.<sup>149</sup> Keberagaman dapat diwujudkan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Aktivitas beragama tidak hanya terjadi ketika melakukan perilaku ritual keagamaan berupa ibadah, tetapi juga aktivitas lain yang meliputi hubungan dengan sesama. Fenomena keagamaan atau kehidupan beragama bisa menjadi sumber kajian sosiologi, misalnya bagi kaum Muslim, agama bisa

<sup>147</sup> Maimunah, “Wacana keislaman dan Perilaku Sosial Masyarakat Melayu Perantau di Palembang” (Laporan Hasil Penelitian, UIN Raden Fatah, 2016). 31

<sup>148</sup> Ibid, 33

<sup>149</sup> Fuadi, “Memahami Hakikat Kehidupan Sosial Keagamaan sebagai Solusi Alternatif Menghindari Konflik,” *Substantia* 12, no. 1 (2011). 66

menyangkut sumber identitas, sumber nilai, dan norma sosial.<sup>150</sup> Sosial keagamaan merupakan perilaku yang telah menjadi kebiasaan yang telah terikat erat dan berhubungan dengan masyarakat yang merupakan pelaksanaan dari ajaran agama.

Nahdlatul Ulama merupakan sebuah organisasi Islam terbesar di Indonesia. Organisasi ini berdiri pada tahun 31 Januari 1926 dan bergerak di bidang keagamaan, pendidikan, sosial dan ekonomi. Kehadiran NU merupakan salah satu upaya melembagakan wawasan tradisi keagamaan yang dianut jauh sebelumnya, yaitu paham *Ahlusunnah Wal Jamaah*.<sup>151</sup> Nahdlatul Ulama adalah perkumpulan/*jam'iyah diniyyah Islamiyyah ijtima'iyah* (organisasi sosial keagamaan Islam) untuk menciptakan kemaslahatan masyarakat, kemajuan bangsa, dan ketinggian harkat dan martabat manusia. Nahdlatul Ulama adalah *jam'iyah diniyyah Islamiyah* beraqidah Islam menurut paham *Ahl al-Sunnah Wa al-Jama'ah* yang menganut salah satu madhhab empat : Hanafi, Maliki, Syafi'i dan Hambali. Misi Nahdlatul Ulama adalah: mewujudkan masyarakat yang sejahtera lahiriyah maupun batiniyah; mewujudkan masyarakat yang berkeadilan; dan mewujudkan masyarakat yang demokratis dan berakhlakul karimah. Tujuan Nahdlatul Ulama adalah berlakunya ajaran Islam yang menganut paham *Ahlusunnah wal Jama'ah* untuk terwujudnya tatanan masyarakat yang berkeadilan demi kemaslahatan, kesejahteraan umat dan demi terciptanya rahmat bagi semesta.<sup>152</sup>

<sup>150</sup> Yudid Tira Edmansyah, "Peran Pondok Pesantren dalam Bidang Sosial Keagamaan (Studi Pondok Pesantren Inayatullah Desa Limbang Jaya Kabupaten Ogan Ilir Provinsi Sumatra Selatan)" (Skripsi, UIN Raden Fatah, 2019).35

<sup>151</sup> Julhadi and Nurashiah, "Organisasi Sosial Keagamaan dan Pendidikan Islam (Nahdlatul Ulama)," *Mau'izhah* XI (2021).

<sup>152</sup> Fahrur Razi, "NU dan Kontinuitas Dakwah Kultural," *Jurnal Komunikasi Islam* 01 (Desember 2011).

Di bidang agama mengusahakan terlaksananya ajaran Islam menurut faham *Ahl al-Sunnah wa al-Jama'ah*. Sedangkan dalam masyarakat melaksanakan dakwah Islamiyah dan *amar ma'ruf nahi munkar* serta peningkatan *ukhuwah Islamiyah*. Di bidang sosial, NU mengupayakan keadilan sosial dan keadilan hukum disegala lapangan bagi seluruh rakyat untuk menuju kesejahteraan dan keselamatan umat di dunia dan akhirat.

Dengan prinsip menyebarkan rahmat kepada seluruh alam semesta (*rahmatan lil 'alamin*) NU memandang realitas kehidupan secara inklusif dan substantif. NU tidak mau terjebak dalam klaim kebenaran dalam dirinya secara mutlak, juga tidak dalam kelompok-kelompok lain, karena perbedaan pendapat dan faham golongan serta kelompok merupakan suatu keniscayaan. Bagi NU pluralitas (kemajemukan) dalam hidup merupakan anugerah yang harus dihadapi dengan sikap ta'aruf, membuka diri dan melakukan dialog secara kreatif untuk menjalin kebersamaan dan kerjasama atas dasar saling menghormati dan saling membantu. NU memandang sikap eksklusifitas yang mengklaim kebenaran hanya miliknya sendiri dan memandang pihak lain salah, apalagi memaksakan pendapatnya kepada orang lain, merupakan refleksi sikap otoriter dan pada gilirannya akan mengakibatkan perpecahan, pertentangan dan konflik yang membuat kerusakan.<sup>153</sup>

Dari uraian di atas, maka teks instagram disini ditempatkan sebagai sumber pengetahuan masyarakat yang melahirkan wacana di masyarakat sebagai ceriman dari pengetahuan dan sekaligus mendorong lahirnya perilaku masyarakat. Sehingga NU yang merupakan organisasi Islam di Indonesia sudah menerapkan

---

<sup>153</sup> Ibid. 167-168

dan bergerak di bidang keagamaan, pendidikan, dan sosial. Pergerakan ini bukan hanya diwujudkan dalam dunia nyata namun juga di dunia maya.

## 2. Wacana keIslaman dalam Teks Instagram

Pengertian wacana adalah rangkaian ujar atau rangkaian tindak tutur yang mengungkapkan suatu hal (subjek) yang disajikan secara teratur, sistematis, dalam suatu kesatuan yang koheren, dibentuk oleh unsur segmental maupun nonsegmental bahasa.<sup>154</sup> Sedangkan kata keagamaan berasal dari kata dasar agama yang berarti sistem, kepercayaan kepada Tuhan. Agama merupakan salah satu domain penting dalam kehidupan masyarakat. Makna agama dilahirkan dan dibentuk orang-orang berdasarkan keyakinan individu<sup>155</sup> Definisi dari agama sendiri yaitu sebagai ajaran atau sebuah sistem yang mengatur tata keimanan dan peribadatan kepada Tuhan yang maha kuasa serta tata kaidah yang berubungan dengan pergaulan manusia dan manusia dengan lingkungannya.<sup>156</sup> Sedangkan dalam Islam agama lebih dekat dengan sebutan *diin* (*dienul* Islam). Kalimat *diin* dalam Bahasa Arab mengandung tiga pengertian yaitu kekuasaan, tunduk, balasan, dan undang-undang atau peraturan. Jadi, agama adalah sebuah tata aturan dan ajaran untuk menyembah Tuhan Yang Maha Esa. Pada tataran diskursus akademik, makna *religion* (agama) di Barat memang memang problematik. Selama bertahun-tahun Barat mencoba membuat definisi *religion* namun masih gagal. Sehingga bagi para sosiolog dan antropolog, *religion* bukan seperangkat ide-ide tentang ketuhanan. Jadi, *religion* bagi mereka merupakan praktik sosial yang dihasilkan oleh budaya. Agama bukan merupakan hal yang harus dihubungkan dengan

<sup>154</sup> Alex Sobur, *Analisis Teks Media* (Bandung: Rosdakarya, 2009). 28

<sup>155</sup> Moch Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru (Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet)* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2019). 41

<sup>156</sup> Departemen Pendidikan Nasional, "Kamus Besar Bahasa Indonesia" (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008). 88

penyembahan pada Tuhan. Mereka mempercayai Tuhan, tetapi mereka tidak menganggap Tuhan berperan dalam kehidupan dunia.

Karen Armstrong menjelaskan bahwa agama atau kepercayaan manusia ada Tuhan Tertinggi sudah dimiliki oleh sepanjang sejarah manusia walaupun pada awalnya masih dipahami secara *primitif*. Beberapa makna tersebut dapat disimpulkan bahwa agama merupakan sebuah sistem kepercayaan, ajaran dan penyembahan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Agama secara umum adalah ajaran yang mengakui bahwa manusia hidup di dunia karena kekuasaan Tuhan. Agama memiliki hubungan atau relasi yang empiris untuk mengenal alam sekitar.<sup>157</sup> Sedangkan kata keagamaan itu sudah mendapat awalan “ke” dan akhiran “an” yang memiliki arti segala tindakan yang berhubungan dengan agama.

Stewart M. Hoover menjelaskan, perdebatan antara agama dan media pertama kali datang ke publik dan perhatian ilmiah di pertengahan abad kedua puluh. Pada waktu itu, yang menjadi masalah adalah munculnya siaran agama tidak disetujui oleh otoritas keagamaan yang sekuler. Di samping diskusi ini kegunaan agama media, perdebatan muncul tentang liputan media agama pada saat agama memainkan peran yang semakin penting di dalam negeri dan politik internasional.<sup>158</sup> Piliang memiliki gagasan mengenai internet sebagai ruang sakral, yaitu ritualitas agama tidak luput dari pengaruh perkembangan *cyberspace*. Berbagai aktivitas keagamaan melalui *cyberspace* dilakukan dengan cara-cara baru yang bersifat virtual.<sup>159</sup>

Media sosial menjadi salah satu paradigma baru dalam masalah ekspresi keagamaan di Indonesia, di era industri teknologi komunikasi yang berkembang

<sup>157</sup> M Haqqi AnnaZilli, “Relasi Antara Agama dan Media Baru,” *Syi’ar* 18, no. 2 (2018). 28-30

<sup>158</sup> M Haqqi AnnaZilli, “Relasi Antara Agama Dan Media Baru,” *Syi’ar* 18, no. 2 (2018). 31

<sup>159</sup> Fakhruroji, *Dakwah Di Era Media Baru (Teori Dan Aktivisme Dakwah Di Internet)*.

begitu pesat, media sosial tidak dapat dipisahkan dengan pengguna internet, kegunaannya yang beragam mulai dari saling bersosial, pencarian informasi berita, berjualan, memasarkan jasa, sampai dengan digunakannya dalam berdakwah keagamaan juga dapat ditemui. Dibeberapa tahun terakhir ini, gairah Muslim Indonesia mempelajari dan *ngaji* ilmu agama di media sosial menampakkan gejala dengan kecenderungan meningkat, bersama dengan perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini. Asumsi ini didasari sejumlah data *survey* dan penelitian meningkatnya pengguna internet.<sup>160</sup>

Wacana keIslaman adalah rentetan kalimat yang saling berkaitan, serta menghubungkan proposisi satu dengan proposisi yang lain, sehingga membentuk kesatuan bahasa tentang agama.<sup>161</sup> Wacana keagamaan yang berkembang di instagram dipengaruhi oleh tingkat usia serta perkembangan aspek kejiwaan, termasuk perkembangan berfikir dan kematangan spiritual seseorang. Wacana keIslaman dengan menulis di media social khususnya instagram, mulai menjadi kebiasaan favorit di masyarakat Indonesia. Selain mudah di akses oleh semua kalangan, media sosial bisa menjadi salah satu media efektif penyebar faham agama. Misalnya akun Instagram NU Online Jawa Timur, terdapat beberapa konten yang mengandung wacana keIslaman, khususnya agama Islam. Sebab Islam bukan hanya sekedar agama, melainkan sebagai sistem kehidupan. Islam meliputi persoalan-persoalan keseluruhan bidang dari kehidupan manusia.

### 3. Wacana Sufisme Dalam Teks Instagram

Sufisme dari sejak kelahirannya sampai saat ini, masih dan akan tetap menjadi fenomena yang menarik perhatian para ahli di bidang sosial keagamaan. Terutama

<sup>160</sup> Ahmad Ihsan Sarifuddin and Dzurrottun Afifah Fauziyah, "Fenomena Islam dan Media Sosial di Indonesia," *Al-Muaddib: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan KeIslaman* 6, no. 2 (2021). 188

<sup>161</sup> Hawwin Muzakki, "Wacana keIslaman Remaja Di Media Sosial (Kajian Analisis Wacana Model Van Dijk Dalam Tulisan Afi)," *As-Salam* 1 6, no. 2 (2017). 162

terkait dengan eksistensi dan perannya di dalam kehidupan masyarakat Muslim kontemporer. Sufisme terus mengalami perkembangan seiring dengan dinamika perubahan kehidupan masyarakat. Mulai dari definisi atau makna sufisme, praktik dan aliran-aliran yang berkembang di dalam sufisme, model keanggotaan sufisme, hingga perannya dalam kehidupan sosial masyarakat Muslim pun terus mengalami perkembangan yang kompleks dan dinamis.

Jika dilihat dari sisi definisi secara lingsuitik, dalam istilah Arab, kata yang seringkali dirujuk untuk memahami sufisme adalah kata “tasawwuf” yang berarti upaya penanaman spiritual yang dilakukan oleh seseorang atau suatu proses menjadi sufi, atau aktifitas menjauh atau menarik diri dari urusan dunia dengan tujuan untuk lebih mendekatkan diri kepada Tuhan.<sup>162</sup> Jika merujuk ada definisi tersebut, tentu tidak salah jika sufisme dipahami sebagai bentuk praktik dan model keberagaman yang pasif dan jauh dari peran sosial kemasyarakatan. Jika mengacu pada definisi ini, maka tidak heran jika cendekiawan dan pemikir modernis menganggap sufisme sebagai bentuk dan praktik kuno, sehingga diprediksi tidak akan dapat berkembang. Hal ini pun bertolak belakang dengan realitas sejarah sufisme di era modern. Kaum sufi membagi ajaran Islam menjadi dua aspek, yaitu aspek luar (*zhawahir*) dan aspek dalam (*bawathin*).<sup>163</sup> Aspek *zhawahir* terkait dengan perbuatan anggota tubuh yang dirasakan oleh pancaindra, terlihat oleh mata, terdengar oleh telinga, terucap oleh lisan, tercium oleh hidung, dan tersentuh oleh kulit. Dalam hal ini, fikih lebih menekankan pada perbuatan luar sedangkan tasawuf lebih pada aspek batin yang berkenaan dengan isi hati dan pikiran. Jika fikih memberantas kemungkaran dengan menerapkan sanksi hukum,

<sup>162</sup> Nur Kafid, “Sufisme dalam Dinamika Kehidupan Masyarakat Muslim Kontemporer,” *Mimbar Agama Budaya* 37 (2020).

<sup>163</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Revisi. (Jakarta: Kencana, 2017). 288



maka tasawuf berusaha menyucikan hati agar seseorang tidak melakukannya. Seperti contoh, ahli fikih menilai sah tidaknya sholat berdasarkan pelaksanaan syarat dan rukunnya, sedangkan ahli sufi menilai tingkat keikhlasannya.

Tasawwuf adalah salah satu cabang ilmu Islam yang menekankan dimensi atau aspek spiritual dari Islam.<sup>164</sup> Spiritualitas ini dapat mengambil bentuk yang beraneka di dalamnya. Dalam kaitannya dengan manusia, tasawwuf lebih menekankan aspek rohaninya daripada aspek jasmaninya yang kaitannya dengan kehidupan. Lebih jelasnya, ia lebih menekankan kehidupan akhirat ketimbang kehidupan dunia. Ketika sufisme pada mulanya digambarkan sebagai praktik keberagaman yang cenderung pasif atau jauh dari proses perubahan sosial, maka saat ini menunjukkan bahwa tidak sedikit dari para tokoh dan pengikut sufisme yang justru turut berperan aktif dalam perubahan sosial.

Sufisme sebagai praktik spiritual keagamaan biasanya lekat dengan kalangan Muslim tradisional daripada modernis. Nahdlatul Ulama' merupakan salah satu organisasi keagamaan yang memiliki gerakan sufisme yang khas. Sebagaimana Nurcholish Madjid berkata "organisasi sosial keagamaan Nahdlatul Ulama' memperhatikan masalah sufisme-tasawwuf.<sup>165</sup> Hal ini makna sufisme Nahdlatul Ulama' lebih pada wacana dan gerakan, yang lebih memahami sufisme sebagai praktik amaliyah spiritual keagamaan.

Proses sosial yang sudah tertanam dapat mengubah pola sosial yang membentuk rangkaian mobilisasi bentuk struktural yang tersedia di setiap titik waktu, tetapi mereka dapat menemukan yang baru dan mengubahnya secara

<sup>164</sup> M. Leliyanto, "Konsektualisasi Sufisme dalam Kemodernan dan KeIndonesiaan" (Skripsi, Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2010), 31.

<sup>165</sup> Rohmatul Izad, "Perbedaan Wacana Sufisme NU dan Muhammadiyah," *Alif.Id*, 2019, <https://alif.id/read/rohmatul-izad/perbedaan-wacana-sufisme-di-nahdlatul-ulama-dan-muhammadiyah-b225102p/>.

kreatif untuk mencapai tujuan kolektif. Di dalam konteks inilah, struktur sufisme menjadi bagian dari berbagai alternatif yang tersedia dan digunakan sebagai format organisasi untuk mengekspresikan Islam populer baru, karena berinteraksi dengan dimensi kehidupan sosial, atau yang melingkupinya.

Fenomena sufisme menunjukkan trend perkembangan yang luar biasa di Indonesia. Sebagai contoh keberadaan kelompok majelis sholawat atau dzikir. Kelompok ini menunjukkan bahwa tasawwuf telah tumbuh secara signifikan di dalam komunitas Muslim perkotaan yang terdidik, bahkan sebagian anggotanya berasal dari kelompok elit nasional di Indonesia. Dari sinilah, terlihat bahwa sufisme telah mengalami pembaharuan signifikan, dari yang sebelumnya terkesan eksklusif (tidak populer) karena kebanyakan didominasi oleh orang tua dari wilayah pedesaan. Kini dengan berbagai metode penyampaian substansi yang kreatif dan didukung dengan berbagai peralatan modern dalam berbagai aktifitasnya. Dalam hal ini peneliti memberikan kajian bahwa sufime bersifat kreatif, aktif, sosial humanistik, religius, damai dan universal yang tetap berlandaskan pada normativitas yang suci. Hal ini sebagai wacana pemikiran yang memiliki wawasan kedepan atas perubahan perilaku manusia.

Terlihat pada postingan NU Online Jawa Timur untuk mengekspresikan Islam dan berinteraksi dengan dimensi kehidupan sosial secara virtual. Sebagaimana analisis *discourse practice* yang memusatkan perhatiannya pada produksi dan konsumsi teks.<sup>166</sup> Maka konteks sosial keagamaan dalam teks instagram NU Online Jawa Timur memberikan peluang bagi para *Masyaikh*, tim redaksi dan khalayak (*followers*) untuk berperan andil dalam terbitnya konten instagram. Para

---

<sup>166</sup> Ali Nurdin, *Penelitian Teks Media (Teori Dan Contoh Praktik Penelitian Bidang Komunikasi)* (Surabaya: CV Revka Prima Media, 2021).

*Masyaikh* berperan memberikan pesan Islam kepada khalayak, tim redaksi berperan sebagai jembatan, wadah, *gatekeeper*, antara pendakwah dan khalayak, sedangkan khalayak berperan sebagai penerima, pemberi *feedback* kepada tim redaksi. Dari *feedback* yang diberikan oleh khalayak memberikan nilai postif ataupun ide untuk tim redaksi atas konten-konten yang ingin diterbitkan.<sup>167</sup> Sehingga nilai *ukhuwah Islamiyah* hadir ditengah-tengah konten instagram NU Online Jawa Timur, baik berupa teks, ataupun video.

Dalam edisi Ramadhan 1443 ini, NU Online Jawa Timur pun juga tetap mengedepankan keempat prinsip diatas. Intagram NU Online Jawa Timur memperkuat penekanan pesan yang disampaikan kepada khalayak, namun menuntut juga adanya tindakan sosial disekelilingnya (sebelum atau sesudah konten tersampaikan).

Konten yang diberikan dalam periode Ramadhan memiliki pandangan yang khas sebagai upaya untuk menyajikan pesan Islam secara jelas dan menekan sesuai dengan keempat prinsip di atas. Hal ini menjawab segala pertanyaan-pertanyaan khalayak atas berbagai pemahaman yang beragam. Pastinya banyak pemahaman (Islam) yang didapatkan oleh khalayak, namun disini NU Online Jawa Timur menekan akan pemahaaman yang lebih benar dan sesuai dengan ideologinya. Konten instagram NU Online Jawa Timur dapat juga dijadikan rujukan dalam mendapatkan informasi yang benar, tidak sembarangan untuk mempercayai situs atau media yang memburuk-burukkan agama Islam. Sufisme yang merupakan salah satu cabang ilmu Islam yang menekankan dimensi atau aspek spiritual dari Islam. Dalam hal ini peneliti memberikan kajian bahwa sufime

---

<sup>167</sup> Muhammad Rofi'i Bunaweni, wawancara dengan Tim Redaksi NU Online Jawa Timur, Agustus 2022.

bersifat kreatif, aktif, sosial humanistik, religius, damai dan universal yang tetap berlandaskan pada normativitas yang suci. Hal ini sebagai wacana pemikiran yang memiliki wawasan kedepan atas perubahan perilaku manusia.

#### 4. Wacana budaya dan Keharmonisan Sosial

Sejarah mencatat bagaimana usaha dakwah Rasulullah SAW ketika berhadapan ke tantangan kebudayaan yang sudah kokoh mempribumi. Padahal, banyak diantara ajaran yang dibawanya dimaksudkan untuk merombak serta meluruskan tata nilai yang sudah menjadi panutan masyarakat sehari-hari. Pada satu sisi Rasulullah SAW memperkenalkan ajaran baru dan sisi yang lain Rasulullah SAW juga sulit menghindari fenomena yang telah kuat mengakar dalam sistem kehidupan masyarakat yang dihadapinya. Namun, dalam melaksanakan tugas dakwahnya, Rasulullah SAW tidak pernah memaksakan kehendak apapun. Rasulullah SAW selalu membuka ruang obrolan kebudayaan yang lebih terbuka supaya terjadi proses yang adil untuk membentuk tata nilai baru ditengah-tengah sistem kehidupan masyarakat.

Ketika Islam masuk ke daratan nusantara sekitar abad-13, dakwah berlangsung melalui saluran-saluran yang paling mungkin dapat melakukan kompromi-kompromi kebudayaan.<sup>168</sup> Saat itu, nusantara bukanlah kawasan yang hampa kebudayaan, proses Islamisasi yang dilakukan oleh para wali berlangsung melalui pendekatan kultural yang paling mudah diterima masyarakat. Dipermudahkannya tradisi-tradisi setempat dengan nilai-nilai ajaran selama proses yang dilaluinya tidak mengganggu prinsip Aqidah yang menjadi pokok ajaran agama Islam.

---

<sup>168</sup> Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah (Teori, Pendekatan dan Aplikasi)*, Pertama. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012).42

Budaya merupakan muatan nilai yang menjadi kekuatan bahasa dalam memengaruhi cara berpikir, bersikap, dan bertindak. setiap tindakan sosial yang diperkannya, termasuk praktik-praktik komunikasi, muncul berdasarkan pola-pola budaya. Jadi, ketika ditarik dalam dunia dakwah, maka dengan mempertimbangkan aspek-aspek budaya komunikasi yang berlaku pada suatu masyarakat, seorang da'i akan memperoleh hasil seperti yang diharapkan. Pesan-pesan Islam akan mudah diterima dan akan menjadi kebutuhan masyarakat selama berada pada ruang psikologis dan budaya yang dianutnya. Di ruang psikologis inilah, seorang da'i dapat menanamkan ajaran Islam yang sesuai dengan kapasitas khalayaknya. Hal ini pesan Islam akan mengalir sesuai dengan kebutuhan *mad'u*, sehingga perubahan yang menjadi target dakwah pun dapat dipenuhi secara persuasif.<sup>169</sup>

Dalam konteks sosial, dakwah bukanlah sosok pemberantas total tatanan kehidupan lama, melainkan wujud yang melakukan proses seleksi atas nilai-nilai kehidupan yang dipandang relevan dengan kehendak ajaran. Masyarakat yang menganggap atau menilai NU adalah Konservatif, identik dengan pedesaan, pesantren dan tidak mengikuti perkembangan zaman merupakan hal yang tidak benar. Nahdlatul Ulama' merupakan organisasi yang tidak gagap terhadap teknologi, sehingga menggunakan *new media* Instagram sebagai sarana dakwah. NU menyikapi positif dengan adanya teknologi yang semakin berkembang, yang dimana NU juga memiliki prinsip *al-muhafadzah ala qadhimi al salih, wa al-akhdzu bi al-jadidi al-ashlah*, yang artinya NU melestarikan nilai-nilai lama yang

---

<sup>169</sup> Imam Suyitno, *Analisis Wacana Budaya (Refleksi Budaya dalam Kosakata)* (Malang: UM Press, 2015), 14.

baik dan mengakomodasi nilai-nilai baru yang lebih baik sehingga tetap tidak kehilangan dan meninggalkan tradisi lama.<sup>170</sup>

Prinsip NU dalam mengembangkan kebudayaan dan peradaban didasari sikap yang berimbang dan menjaga kesinambungan antara yang sudah ada dan mengambil hal yang baru. Budaya lama yang masih relevan terus dipelihara dan dilestarikan, sementara budaya baru diterima, setelah dilakukan filterisasi dan penyesuaian. Terhadap budaya dan peradaban modern dari Barat, NU memandang sebagai hasil inovasi dan kreativitas manusia atas dasar rasionalisme dalam menjawab tantangan yang dihadapi dalam bentuk nilai-nilai, ilmu pengetahuan dan teknologi.<sup>171</sup> Semua yang ada dalam peradaban dan kebudayaan modern berupa etos kerja, kedisiplinan, orientasi ke depan, motivasi penggunaan rasio dan kreativitas serta penemuan ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan warisan kemanusiaan yang membawa manfaat bagi kesejahteraan hidup manusia. NU memandang kebudayaan dan peradaban modern dapat dimanfaatkan sepanjang tidak mengakibatkan bahaya dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar Aqidah dan syariat Islam

Dalam perspektif kajian wacana, konten instagram termasuk wujud konkret wacana budaya. Melalui kontennya, para individu mengekspresikan budayanya dengan memanfaatkan bahasa sebagai teks pesannya. Situasi dan konteks budaya masyarakat yang berbeda membentuk wacana budaya yang berbeda pula. Instagram memiliki *followers* yang berbeda, konten instagram pun memiliki ciri khas, dari ciri khas ini akan memberikan makna identitas setiap instagram.

##### 5. Wacana Pembaharuan Pemikiran

<sup>170</sup> Elfara Shadrina, "E-Dakwah Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah: Penggunaan Twitter Sebagai Media Dakwah Kontemporer" (Tesis, Universitas Airlangga, 2015)

<sup>171</sup> Fahrur Razi, "NU dan Kontinuitas Dakwah Kultural," *Jurnal Komunikasi Islam* 01 (Desember 2011). 167-168

Menurut Nurcholish Madjid, pembaharuan pemikiran Islam adalah dinamika Islam dan sekaligus menjadi keharusan serta kebutuhan bagi umat Islam dalam upaya merespon tantangan zaman, jika umat Islam ingin tetap eksis.<sup>172</sup> Islam akan mengalami kemunduran, kelesuan, dan stagnasi dalam berbagai aspek kehidupan yang kemudian menempatkan umat Islam pada posisi yang marjinal (batas tepi). Pembaharuan pemikiran Islam merupakan penyegaran visi, persepsi dan interpretasi terhadap ajaran-ajaran agama, yang memang berada dalam wilayah *ijtihad* dengan tetap bertitik tolak dari Al-Qur'an dan Sunnah yang shahih. Sehingga pada gerakan pembaharuan pemikiran Islam diharapkan dapat menghasilkan pemikiran Islam yang dinamis, kreatif dan antisipatif. Kurang lebih lima belas abad berlalu sejak Rasulullah SAW, aktivitas dakwah tetap bertahan ditengah perkembangan zaman. Aktivitas dakwah tetap eksis dengan berbagai pendekatan baru sesuai dengan tuntutan zaman. Sejalan dengan itu, aktivitas dan gerakan dakwah telah muncul dan berevolusi dalam beragam bentuk yang sama sekali baru serta mungkin tidak pernah terbayangkan sebelumnya.<sup>173</sup>

Perkembangan wacana Islam yang tengah populer saat ini selain tampak dalam *lifestyle* sehari-hari juga tampak pada ranah ruang publik digital, khususnya di media sosial instagram. Instagram yang memiliki perkembangan yang cepat dan mayoritas akun yang diikuti oleh masyarakat adalah *public figure*, baik individu ataupun organisasi. Seperti yang diketahui, selama ini kegiatan dakwah yang berlangsung adalah kegiatan dakwah secara *offline*, yaitu tatap muka langsung dalam sebuah pertemuan, atau melalui media elektronik seperti televisi dan radio. Namun seiring berkembangnya media sosial, khususnya Instagram, kegiatan

<sup>172</sup> Enjang Tedi, "Setting Sosial Keagamaan Dan Politik Dalam Wacana Penerbitan Buku," *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*. 10 (2016).

<sup>173</sup> Moch Fakhruroji, *Dakwah di Era Media Baru (Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet)* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2019). 10

dakwah pun berkembang ke ranah publik digital. Sehingga tidak mengherankan ketika ada pendakwah atau bahkan organisasi keIslaman yang kemudian memiliki akun Instagram dan berdakwah melalui konten dan *caption* yang diunggahanya. Siapapun bisa berdakwah melalui metode ini, secara gratis dan mudah.

Nahdlatul Ulama sebagai organisasi Muslim tradisional saat ini sudah tidak relevan lagi. NU sama seperti halnya organisasi sosial keagamaan lainnya, tidak bisa menghindari tuntutan dan perkembangan zaman yang lebih modern. Karena itu, argumentasi yang dibangun NU sebetulnya adalah tetap memelihara nilai-nilai tradisional sembari menerapkan konsep-konsep modern yang lebih baik. Ini bentuk sikap yang moderat dengan mengelaborasi keduanya. Sikap lain yang ditunjukkan NU adalah beradaptasi dengan kebutuhan dan perkembangan zaman. Hal ini bukan tanpa alasan. Sebagai organisasi sosial-keagamaan terbesar dengan jamaah yang besar pula, NU memfokuskan pada integrasi tradisional dan modernis di tubuhnya agar kader dan warga Nahdliyin tetap berperan bagi kemajuan bangsa.<sup>174</sup>

Sebagai organisasi sosial-keagamaan terbesar di Indonesia, NU tidak mau ketinggalan untuk memanfaatkan internet sebagai instrumen gerakan keagamaannya. Kehadiran internet sebagai lingkungan baru Islam menuntut NU untuk memainkan peranannya di dunia maya ini, khususnya media sosial. Lahan yang besar yang sangat fleksibel ini menjanjikan hasil yang signifikan. Hal ini terlihat dengan perjuangan NU di media sosial. Alhasil, pemahaman media sosial sebagai ruang baru bagi gerakan-gerakan Islam terlihat jelas dalam respon NU ini. Keikutsertaan NU di media sosial tidak hanya menjawab tuduhan terhadapnya

---

<sup>174</sup> Paelani Setia and Asep Muhammad Iqbal, "Adaptasi Media Sosial oleh Organisasi Keagamaan di Indonesia: Studi Kanal Youtube Nahdlatul Ulama, NU Channel," *Jispo: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 11 (2021): 367.



yang seringkali dinilai tradisional, tetapi juga bergerak lebih jauh dengan menyajikan konten-konten Islam yang moderat. Konteks ini sejalan untuk melawan narasi-narasi ekstrem di media sosial. NU dalam hal ini hadir sebagai salah satu organisasi yang paling vokal melawan naras-narasi radikalisme di Indonesia terutama di media sosial. Data dari Kominfo pada tahun 2019 menunjukkan 7.160 konten radikal di Facebook dan Instagram yang tentu menjadi ancaman serius.<sup>175</sup> Selain itu, NU juga erat berseberangan dengan organisasi keagamaan radikal yang sering disebut-sebut menguasai media sosial. Setelah HTI dibubarkan oleh pemerintah tahun 2017 silam, NU mendapat peluang lebar untuk mengembalikan wajah Islam yang moderat baik secara *offline* maupun secara *online*.

#### 6. Wacana Feminisme dalam Teks Instagram

Perempuan merupakan salah satu dari dua jenis manusia yang diciptakan oleh Allah SWT untuk menjadi *khalifah fi al-ardl*.<sup>176</sup> Dalam perjalanan hidup manusia, wanita tampaknya mengalami nasib yang kurang menguntungkan. Mereka sering dijadikan makhluk kelas kedua yang selalu harus tunduk, patuh dan tergantung pada kaum pria secara tidak wajar. Perlakuan tidak adil dan sewenang-wenang terhadap kaum wanita inilah mendapat reaksi dari Rasulullah SAW. Rasulullah SAW menentang berbagai bentuk diskriminasi terhadap wanita dengan mengangkat harkat dan martabat mereka sebagai sosok yang harus dihormati, dilindungi dan disayangi.<sup>177</sup>

<sup>175</sup> Dyah Dwi Astuti, "Konten Radikalisme Terbanyak di Facebook dan Instagram," *Antarnews.Com* (Jakarta, 2019)

<sup>176</sup> M Jakfar Puteh and Saifullah, *Dakwah Tekstual dan Dakwah Kontekstual*, cetakan ke-3. (Aceh: CV Citra Kreasi Utama, 2006). 179

<sup>177</sup> M Jakfar Puteh and Saifullah, *Dakwah Tekstual dan Dakwah Kontekstual*, cetakan ke-3. (Aceh: CV Citra Kreasi Utama, 2006). 180

Pelaksanaan dakwah tidak saja menjadi beban dan tugas pria semata-mata. Akan tetapi wanita pun juga ikut berperan dan bertanggung jawab terhadap maju mundurnya agama Islam dalam realitas kehidupan.<sup>178</sup> Adapun peran wanita dalam dakwah dapat dilihat dalam dua kategori, yaitu secara langsung dan tidak langsung. Peran langsung merupakan keterlibatan wanita secara aktif dalam berbagai bentuk, proses, dan gerakan-gerakan dakwah. Dari peran langsung inilah, wanita diberikan kesempatan untuk bisa memberikan gagasan atau pemikiran terhadap aktivitas dakwah.

Era keterbukaan ini, Keberadaan media sosial sangatlah memberikan dampak yang cukup besar bagi perempuan. Melalui media sosial perempuan dapat lebih leluasa mengekspresikan dirinya dan berpartisipasi lebih aktif. Hal ini tentu saja berkaitan dengan karakteristik dari media sosial itu sendiri, yaitu partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas dan keterhubungan yang memberikan peluang kepada perempuan lebih aktif menggunakan media sosial tersebut.<sup>179</sup> Media sosial dengan berbagai *platform* telah memberi ruang besar bagi perempuan Muslim khususnya untuk menampilkan dan menunjukkan identitasnya serta ekspresinya dalam masyarakat.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang dianggap sangat berpengaruh dalam pemberdayaan perempuan dan membangun partisipasi yang lebih besar. Di sisi lain, kemudahan menciptakan konten dalam media instagram juga menimbulkan multi persepsi. Dalam perspektif wacana perempuan, menekankan bagaimana posisi perempuan, baik itu gagasannya, peristiwanya, identitasnya yang ditempatkan dalam sebuah teks. Nahdlatul Ulama memberikan

---

<sup>178</sup> Ibid, 185

<sup>179</sup> Selfi Budi Helpiastuti, "Media Sosial dan Perempuan (Analisis Wacana Terhadap Facebook sebagai Media Komunikasi Terkini Bagi Perempuan)," *LSP Conference Proceeding* (2017).

ruang yang cukup luas untuk kalangan perempuan. Ketika ada badan otonom khusus laki-laki, pasti juga dibentuk badan otonom yang khusus perempuan. Kiprah perempuan dalam kehidupan publik meningkat pesat seiring dengan terbukanya akses pendidikan bagi siapa saja dan tumbuhnya kesadaran akan hak-haknya perempuan dapat belajar apa saja sesuai dengan minat dan potensinya. Hal ini kemudian membuka peluang karir atas bidang-bidang yang mereka tekuni.

Di Instagram NU Online Jawa Timur, terdapat beberapa konten yang membahas dunia perempuan. Selain itu para *masyaikh* atau tokoh Instagram NU Online Jawa Timur juga berasal dari Nawaning Jawa Timur. Hal ini membuktikan bahwa perempuan berperan aktif dalam menyebarkan kebaikan dan menanggapi problema perempuan.

#### **D. Praktik Wacana Dalam Konten Instagram NU Online**

##### **1. Pembahasan**

Instagram NU Online Jawa Timur merupakan salah satu platform resmi milik NU Online Jawa Timur. NU Online yang menyusun strategi konten visual maupun audiovisual media sosialnya. agar pesan mudah dipahami, terutama oleh generasi millennial, maka pesan dalam konten media Instagram NU Online Jawa Timur dikemas secara kreatif dan menarik. Selain itu kriteria yang melekat pada konten adalah kesederhanaan, kejutan, konkret, dan baru. Dalam produksi konten visual maupun audio visual dilakukan empat tahapan, yakni ide, visualisasi, revisi dan *final artwork*. Berikut empat tahap proses produksi konten Instagram NU Online Jawa Timur:

##### **a. Penentuan ide atau gagasan**

Penentuan tema konten atau pencarian ide kreatif terkait konsep konten dilakukan berdasarkan website atau isu-isu yang berkembang di masyarakat.

Penggalian ide dilakukan ula melalui brainstorming tim publikasi NU Online untuk mencari konsep yang cocok. Setelah menemukan konsep yang tepat, maka dilakukan modifikasi dan visualisasi desain sesuai dengan standar atau ciri khas NU Online Jawa Timur. Dalam pemilihan tema dilakukan analisis internal yang mengacu pada sesuatu yang dapat dilakukan untuk menjadi pembeda. Sedangkan analisis eksternal terfokus oada sesuatu yang diperlukan oleh khalayak.

Tim redaksi instagram NU online Jawa Timur berada di tangan Muhammad Rifqi. Ia selaku pemegang kendali instagram dibawah bimbingan manager. Instagram NU Online Jawa Timur memiliki tiga jenis konten dakwah, yaitu berisikan quotes, grafis yang berisikan amalan-amalan atau beberapa tips, dan konten podcast. Selain itu, tema konten instagram di sesuaikan dengan kondisi yang sedang viral. Pada tahap ini materi diolah menjadi konten yang menarik dan berkualitas secara isi maupun estetika tampilannya. Desain dibuat berdasarkan *template* yang sudah menjadi identitas diri.

b. Visualisasi: antara Diksi, Warna dan Background

Visualisasi desain yang diproduksi melibatkan kemampuan untuk menyelaraskan antara diksi, warna dan background dengan identitas diri instagram NU Online jawa Timur. Hal ini dilakukan dengan menggunakan *font*, warna yang sesuai serta kemmapuan untuk merancang *layout* konten agar informasi yang penting dan memiliki “nilai jual” mudah dikenali dan menarik. Misalnya, judul konten harus dengan *bold* dan *keynote* speaker diletakkan dengan posisi yang pas atau sesuai standarnya. Selain itu, data-data informatif (foto, nama, waktu, tempat dan isi) digabungkan dengan data

estetis (*vector*, efek, dan lain-lain) menjadi satu kesatuan sesuai ciri khas *layout*. Proses visualisasi konsep dilakukan dengan menggunakan program desain, seperti aplikasi desain. Instagram NU Online Jawa Timur memiliki ciri khas warna atau background yang tidak jauh atau dominan dari logo, yaitu warna hitam, hijau dan putih.

#### c. Revisi

Revisi merupakan tahap selanjutnya setelah tema, isi dan desain selesai dibuat. Proses revisi diawali dengan mengirimkan visualiasi konten melalui group whatsapp milik tim redaksi, yang terdiri dari manager dan anggotanya. Jika ada masukan maka akan terjadi proses revisi. Proses visualiasi dan revisi memakan waktu yang cukup singkat, karena produksi konten instagram NU Online Jawa Timur selalu update dua atau lebih konten setiap harinya.

#### d. Final Artwork

Setelah melalui tahap revisi dan mendapat persetujuan manager, maka konten dipublikasikan melalui instagram NU Online Jawa Timur.

### 2. Market dan Segmentasi Instagram NU Online

Membuat konten instagram bukan hanya sekedar postingan dengan visual yang menarik. Namun tim redaksi perlu memikirkan segmentasi dari target yang dituju dan tepat pada pada market. Konten yang memiliki visual yang menarik juga tidak cukup meninggalkan kesan di hati *followers*. Konten juga perlu memiliki nilai informasi bermanfaat sehingga meskipun audience hanya lewat, namun setidaknya postingan tidak akan menjadi *shit postingan* atau bersifat *shareable*.

Pada dasarnya, instagram merupakan salah satu media komunikasi yang bisa dijangkau dari beberpa jenis khalayak. Namun, secara garis besar, market

instagram NU Online Jawa Timur adalah generasi Millennial yang tidak jauh dari Nahdlatul Ulama.<sup>180</sup> Market atau segmentasi dilihat dari persentase *followers* atau *viewers* instagram ataupun *feedback* yang diberikan oleh *followers*.



---

<sup>180</sup> Muhammad Rofi'i Bunaweni, "Wawancara Tim Redaksi NU Online Jawa Timur," Agustus 2022.

## **BAB IV**

### **ANALISA REALITAS DAKWAH DALAM KONTEN INSTAGRAM**

#### **A. Konteks Sosial Keagamaan Wacana Instagram NU Online**

Nahdlatul ulama merupakan organisasi sosial keagamaan Islam untuk menciptakan kemaslahatan masyarakat, kemajuan bangsa dan ketinggian harkat dan martabat manusia.<sup>181</sup> NU yang berdiri pada tahun 1926 ini bergerak di bidang keagamaan, pendidikan, sosial, ekonomi atau bahkan politik. Pada bidang sosial keIslaman, NU mengupayakan keadilan sosial, kesejahteraan dan keselamatan umat, baik di dunia maupun akhirat. Bagi NU, perbedaan pendapat atau paham golongan merupakan keniscayaan, sehingga NU tidak menganggap bahwa dirinya secara mutlak benar dan juga tidak dalam kelompok-kelompok lain.

Organisasi Nahdlatul Ulama pun tidak gagap akan teknologi. NU menyikapi positif dengan adanya teknologi yang semakin berkembang, karena NU tetap memegang prinsip *al-Muhafadzah ala Qadhimi al Salih, wa al-Akhdzu bi al-Jadidi al-Ashlah*, yang artinya NU melestarikan nilai-nilai lama yang baik dan mengakomodasi nilai-nilai baru yang lebih baik sehingga tetap tidak kehilangan dan meninggalkan tradisi lama.<sup>182</sup> Keikutsertaan NU di media sosial tidak hanya menjawab tuduhan terhadapnya yang seringkali dinilai tradisional, tetapi juga bergerak lebih jauh dengan menyajikan konten-konten Islam yang moderat.<sup>183</sup> Dalam konten wacana instagram NU Online Jawa Timur terdapat beberapa nilai yang terkandung. Berikut sembilan konten yang dianalisis oleh peneliti untuk menjawab rumusan masalah yang pertama sesuai dengan jenis-jenis konten (grafis, podcast, dan quotes). Konten di

---

<sup>181</sup> Razi, "NU dan Kontiunitas Dakwah Kultural," 167.

<sup>182</sup> Shadrina, "E-Dakwah Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah: Penggunaan Twitter sebagai Media Dakwah Kontemporer."

<sup>183</sup> Setia and Muhammad Iqbal, "Adaptasi Media Sosial oleh Organisasi Keagamaan di Indonesia: Studi Kanal Youtube Nahdlatul Ulama, NU Channel."

instagram NU Online Jawa Timur memiliki beberapa nilai yang terkandung. maka dari itu, penelitian ini akan membahas mengenai nilai-nilai dakwah NU dalam Instagram NU Online Jawa Timur, yang tercangkup dalam tujuh poin, yaitu wacana yang mengandung nilai keIslaman, nilai sosial, nilai budaya, nilai pembaharuan, nilai sufisme dan ilmu tasawuf, nilai feminisme serta nilai pluralistik.

#### 1. Konten Grafis “Ketentuan Zakat Fitrah bagi Perantau”

Kata zakat fitrah sudah tidak asing lagi bagi orang Islam, karena semua orang Islam sudah pasti menunaikan zakat fitrah setiap tahunnya, yakni di bulan Ramadhan. Zakat fitrah merupakan sejumlah harta yang wajib ditunaikan oleh setiap *mukallaf* (orang Islam, baligh dan berakal) dan setiap orang yang nafkahnya ditanggung olehnya dengan syarat-syarat tertentu. Sedangkan zakat fitrah dinamakan demikian karena kewajiban mengeluarkan zakat fitrah ketika selesainya seseorang dari puasa Ramadhan. Sebagaimana kewajiban dalam membayar zakat fitrah terkandung dalam Al-Qur’an surah Al-Baqarah ayat 43 sebagai berikut:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

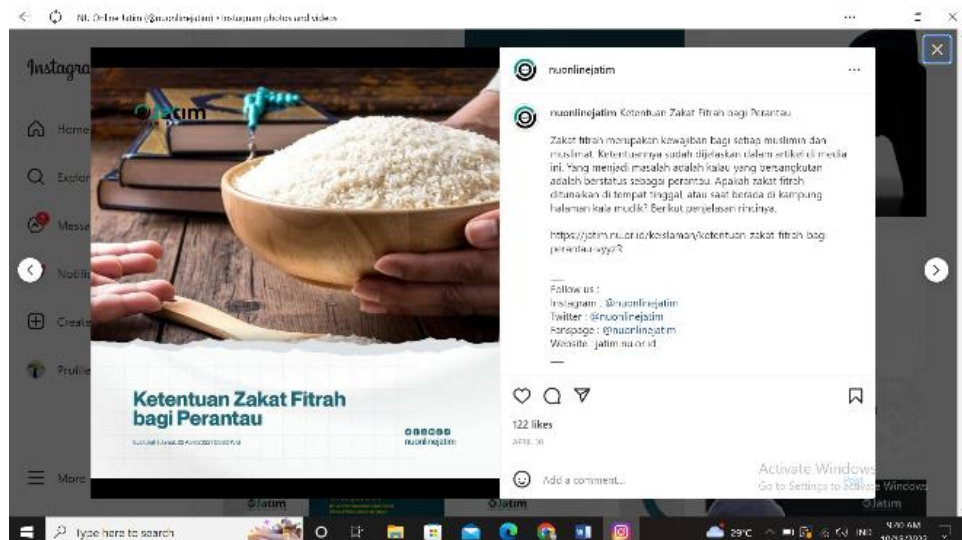
Dan laksanakan shalat, tunaikanlah zakat, dan ruku’lah beserta orang yang ruku’<sup>184</sup>

Bagi umat muslim, Menjelang lebaran Idul Fitri menjadi momen mudik ke kampung halaman. Meski begitu, ada sebagian orang di perantauan yang tidak melakukan mudik tetapi mudik setelah shalat Idul Fitri karena beberapa hal. Sementara, setelah bulan puasa tepatnya sejak terbenamnya matahari, seluruh umat Muslim diwajibkan untuk membayar zakat fitrah. Hal ini menjadi pertanyaan bagi orang awam mengenai pembayaran zakat fitrah bagi orang yang

<sup>184</sup> Kementerian Agama RI, Al-Qur’an dan terjemahannya Q.S Al-Baqarah 2;43 (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2017) 7



merantau. Maka dari itu, NU Online Jawa Timur memberikan pembahasan mengenai zakat bagi orang yang merantau, sebagaimana berikut:



Gambar 4: Konten Grafis Ketentuan Zakat Fitrah bagi Perantau<sup>185</sup>

Konten di atas merupakan salah satu konten grafis yang berisi ketentuan hukum Islam. Instagram merupakan salah satu media pendukung atau etalase, sehingga pembahasan yang lebih lengkap terletak di website [jatm.nu.or.id](http://jatm.nu.or.id), adalah sebagai berikut:

“Setelah bulan puasa tepatnya sejak terbenamnya matahari menjelang 1 syawal, seluruh umat Muslim diwajibkan untuk membayar zakat fitrah. Lalu, apakah orang yang masih di tanah rantau saat lebaran harus membayar zakat di tempat rantauannya atau boleh di kampung halamannya? Mengutip artikel NU Online berjudul “orang perantauan menunaikan zakat fitrah di mana?”. Dijelaskan bahwa pembayarannya zakat harus dilakukan di tempat di mana seseorang berada saat terbenamnya matahari menjelang 1 syawal. Penejelasan ini salah satunya dipaparkan Syekh Abdurrahman bin Muhammad bin Husein Ba’lawi dalam Ghyaru Talkhisil Murad ( hal 43), yang artinya : zakat fitrah wajib ditunaikan di tempat di mana seseorang berada pada saat matahari terbenam (di hari akhir Ramadhan). Maka ia memberikan zakat fitrah pada orang yang berhak menerima zakat yang berada di tempat tersebut, jika tidak ditemukan, maka ia berikan di tempat terdekat dari tempatnya.”

<sup>185</sup> Instagram NU Online Jawa Timur periode Ramadhan: 30 April 2022

Kesimpulan konten di atas mengenai ketentuan bayar zakat bagi orang perantau adalah membayar zakat di tempat ia berada, bukan di kampung halamannya. Namunterkait dengan kebiasaan orang perantauan yang mewakilkan pembayaran zakat di kampung halaman sendiri menurut Imam Nawawi dalam al-Majmu' Syarah Muhaddzab terdapat perbedaan ulama, artinya ada yang membolehkan dan ada yang tidak membolehkan. Sehingga pada akhirnya, dengan menyikapi perbedaan pandangan umala tersebut, syekh Abdurrahman bin Muhammmad bin Husein Ba'lawi dalam Bughyatul Mustarsyidin (hal 217) menjelaskan bahwa pendapat yang lebih unggul adalah yang mengatakan tidak boleh, artinya orang perantauan harus membayar zakat di tempat ia berada.<sup>186</sup> Konten di atas memiliki beberapa nilai yang terkandung sebagai berikut:

a. Nilai KeIslaman

Nilai keIslaman memiliki cangkupan yang luas, karena agama Islam bersifat *universal* menyangkut seluruh kehidupan manusia dari berbagai kehidupan, sehingga seluruh kehidupan manusia dan aktivitas manusia harus sesuai ajaran agama agar manusia dapat memperoleh keselamatan dan kebahagiaan dunia akhirat.<sup>187</sup> Selain itu, agama adalah sebagai pembentuk sistem nilai dalam diri individu.<sup>188</sup> Konten “Ketentuan Zakat Fitrah bagi Perantau” mengandung pesan dakwah syariah yang meliputi rukun Islam yang ketiga yaitu zakat.

b. Nilai Sosial

<sup>186</sup> Muhammad Abror, “Ketentuan Zakat Fitrah bagi Perantau,” *NuOnline19th*, 2022.

<sup>187</sup> Nurul Jempa, “Nilai-Nilai Agama Islam,” *Pedagogik* 4, no. 2 (2017). 107

<sup>188</sup> Jamaliah Hasballah, “Nilai-Nilai Budi Pekerti dalam Kurikulum” (Tesis, IAIN Ar-Rainy, 2008). 26

Nilai sosial yang ideal merupakan merupakan nilai yang tercapai pada saat hubungan interpersonal atau hubungan antar individu. Maksudnya, seseorang dikatakan mempunyai nilai sosial jika hubungan dengan orang lain dapat tercapai dengan baik.<sup>189</sup> Secara sosial, zakat fitrah menjadi sarana komunikasi antara manusia dengan manusia yang lain dalam sebuah tatanan kehidupan sosial. Zakat juga merupakan bentuk dari kepedulian sosial terhadap kaum ekonomi lemah agar dapat memenuhi kebutuhannya, sekaligus dapat menyambung jurang pemisah antara pemberi zakat dan penerima zakat. Sebenarnya zakat memiliki pesan sosial yang jelas. Artinya masyarakat masih terjebak dengan paradigma lama yang tertumpu pada pandangan dogmatis ritualis, sehingga zakat masih dianggap menjadi perintah Tuhan yang harus dijalankan tanpa mengetahui makna dan pesan zakat, baik untuk diri sendiri atau orang lain.<sup>190</sup> Nahdlatul Ulama merupakan salah satu organisasi masyarakat yang berperan dalam kehidupan sosial di Indonesia. NU Jawa Timur memiliki salah satu lembaga yang disebut LAZISNU yaitu lembaga Amil Zakat Infaq dan Shadaqah Nahdlatul Ulama wilayah Jawa Timur.

c. Nilai Budaya

Nilai budaya merupakan suatu nilai yang tertanam di masyarakat dan menjadi kebiasaan. Konten di atas juga mengandung nilai budaya, karena menjelang Idul Fitri menjadi momen mudik pulang halaman bagi umat Muslim yang merantau. Meski begitu, ada sebagian orang diperantauan yang tidak melakukan mudik atau mudik tetapi setelah Lebaran. Sementara,

<sup>189</sup> Ahmad Arifiyah Maliki, "Penanaman Nilai-Nilai Sosial dan Spiritual Santri di Pondok Pesantren As Syafiiyah NU Grogol, Blotongan, Siderejo, Salatiga" (Skripsi, IAIN Salatiga, 2020). 13

<sup>190</sup> Abdul Karim, "Dimensi Sosial dan Spiritual Ibadah Zakat," *ZISWAF* 2, no. 1 (2015). 15

setelah bulan puasa tepatnya terbenamnya matahari menjelang idul fitri, seluruh umat Muslim diwajibkan untuk membayar zakat fitrah. Sehingga dengan adanya konten di atas, memberikan pemahaman kepada orang perantau dalam melaksanakan ibadah zakat fitrah.

Konten di atas pun terkonfirmasi dengan teori semiotika adalah konten di atas menyatakan pesan dakwah “Ketentuan Zakat Fitrah Bagi Perantau”, dengan simbol gambar beras pada konten. Terdapat keterkaitan antara gambar beras dengan pesan dakwah yang disajikan. Umat Islam diwajibkan mengeluarkan zakat fitrah, khususnya dibulan Ramadhan. Adapun zakat hal-hal yang diperbolehkan digunakan untuk zakat fitrah adalah beras, gandum, kurma, atau kebutuhan pokok lainnya. Selain itu, gambar yang disajikan adalah beras, yang dimana menjadi makanan pokok masyarakat Indonesia.

d. Nilai Pluralistik

Islam memandang bahwa pluralisme merupakan suatu yang alamiah dalam kehidupan manusia. Konten “ketentuan zakat bagi perantauan” memiliki nilai pluralistik, karena terdapat faham yang tidak tergantung pada satu pendapat saja. Dalam penjelasan konten tersebut, menurut Imam Nawawi dalam kitab al-Majmu’ Syarah Muhaddzab terdapat perbedaan ulama, artinya ada yang membolehkan dan tidak ada yang membolehkan. Sehingga pada akhirnya, dengan menyikapi perbedaan pandangan ulama tersebut, Syekh Abdurrahman bin Muhammad bin Husein Ba’lawi dalam kitab Bughyatul Mustarsyidin (hal 217) menjelaskan bahwa pendapat yang lebih unggul adalah yang mengatakan tidak boleh, artinya orang harus membayar zakat di tempat a berada.<sup>191</sup>

<sup>191</sup> Muhammad Abror, “Ketentuan Zakat Fitrah bagi Perantau,” *NuOnline19th*, 2022.

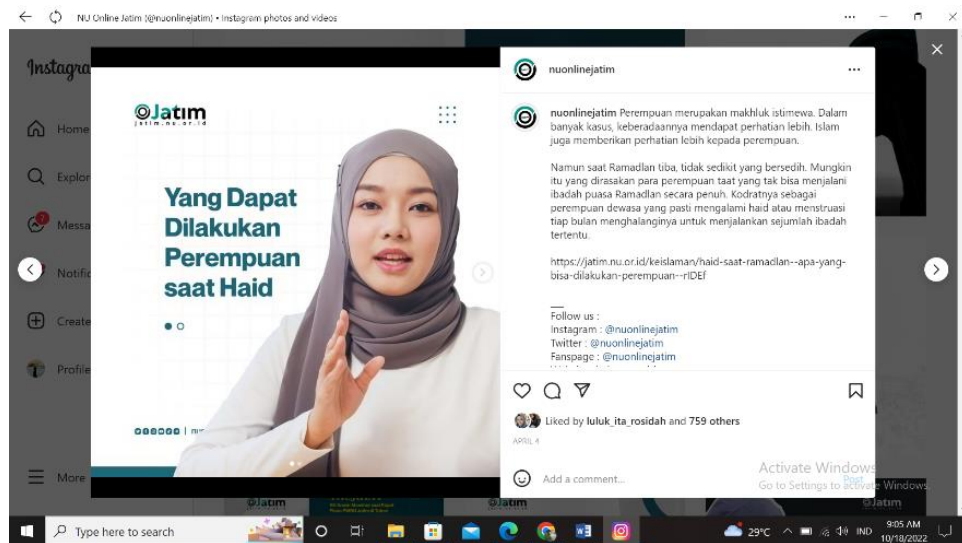
## 2. Konten Grafis “Yang Dapat Dilakukan Perempuan saat Haid”

Perempuan merupakan makhluk Allah SWT yang istimewa. Keberadaannya mendapat perhatian lebih. Seperti halnya mengenai Haid. Haid dan wanita adalah dua hal yang tidak bisa terpisahkan, karena setiap wanita pasti akan mengalaminya atau bersifat alaminyah yang diberikan oleh Allah SWT.<sup>192</sup> Haid adalah darah yang keluar dari vagina seorang perempuan saat usianya sudah menginjak umur lebih 9 tahun dalam hitungan qomariyahnya, dengan sehat dan sudah menjadi kodrat wanita.<sup>193</sup> Salah satu perkara yang haram bagi wanita haid adalah puasa Ramadhan. Bagi wanita yang puasa Ramadhan dan tiba-tiba keluar darah haid, maka secara otomatis ibadah puasa yang dijalankannya batal. Bulan Ramadhan merupakan momen melipatgandakan kebaikan. Perempuan yang sedang haid mendapat batasan untuk menunaikan ibadah-ibadah, seperti shalat, puasa, membaca Al-Qur'an dan ibadah lainnya. Maka dari itu, NU Online Jawa Timur memberikan pembahasan mengenai yang dapat dilakukan perempuan saat haid di bulan Ramadhan:

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

<sup>192</sup> Siti Rahmah, “Wanita Haid dengan Metode Syarah Perspektif Teologi Islam,” *Jurnal Penelitian Ilmu Ushuluddin* 1, no. 2 (2021). 40

<sup>193</sup> Muhammad Rdani bin Ahmad, *Risalah Haid, Nifas dan Istikhadloh*, Revisi. (Surabaya: Al-Miftah, 2021). 11



Gambar 5: Konten Grafis “Yang dapat Dilakukan Perempuan saat Haid”

Konten diatas merupakan salah satu konten grafis, yang berisi ketentuan hukum Islam. Intagram merupakan salah satu media pendukung atau etalase, sehingga pembahasan yang lebih lengkap terletak di *website jatim.nu.or.id*. Dijelaskan dalam website yaitu:

“Bulan ramadhan menjadi momen melipatgandakan kebaikan. Perempuan yang sedang haid atau nifas memang mendapat batasan untuk menunaikan ibadah-ibadah tersebut, namun ia bisa melakukan ibadah lainnya yang jumlahnya lebih banyak, dan anjurannya memang jelas dalam dalil yang bersifat umum. Berikut sejumlah ibadah yang dapat dilakukan perempuan dalam kondisi haid yaitu Mencari ilmu, Berzikir, Berdoa, dan kegiatan sosial.”<sup>194</sup>

Adapun beberapa nilai yang terkandung dalam konten grafis di atas:

a. Nilai KeIslaman dan Nilai sosial

Konten tersebut di akun instagram NU Online Jawa Timur merupakan konten yang mengandung nilai keIslaman. Sebab Islam bukan hanya sekedar agama, melainkan sebagai sistem kehidupan. Islam meliputi persoalan-

<sup>194</sup> Mahbib Khoiron, “Haid Saat Ramadhan, Apa yang Bisa Dilakukan Perempuan?,” *Keislaman, Jatim.Nu.or.Id*, 2021.

persoalan keseluruhan bidang dari kehidupan manusia. Islam memberikan banyak solusi di balik larangan-larangan yang ada. Bulan Ramadhan merupakan momen melipatgandakan kebaikan. Bagi perempuan yang haid memiliki batasan untuk menunaikan ibadah-ibadah tersebut seperti shalat, puasa, membaca Al-Qur'an, menyentuh dan membawa mushaf, masuk masjid, thawaf, dan jima'. Namun, perempuan yang haid dapat melaksanakan ibadah lainnya seperti berdzikir, berdo'a, kegiatan sosial atau kegiatan positif yang lainnya.<sup>195</sup>

Nilai sosial yang terkandung dalam konten tersebut pun diungkapkan oleh Sheila Hasinah dalam podcast "Tolok ukur keberhasilan Ramadhan" bahwa:<sup>196</sup>

*"amalan-amalan untuk wanita haid adalah mengejar ibadah secara batin serta cari kegiatan yang bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain"*

Begitu banyak aktivitas di bulan Ramadhan yang bisa dilakukan oleh wanita haid. Aktivitas ini tidak hanya yang berelasi khusus dengan Allah SWT namun juga bisa relasi dengan sesama manusia.<sup>197</sup>

#### b. Nilai Feminisme

Konten "*Yang dapat Dilakukan Perempuan saat Haid*" merupakan wacana instagram yang mengandung nilai feminisme. Instagram NU Online Jawa Timur memberikan ruang yang cukup luas untuk kalangan perempuan, baik itu posisi perempuan, gagasannya, peristiwanya, dan identitasnya.

<sup>195</sup> Khiron Mahbib, "Haid saat Ramadhan, Apa yang Bisa Dilakukan Perempuan?," KeIslaman, *Jatim.Nu.or.Id*, 2021.

<sup>196</sup> Sheila Hasinah, "Tolok Ukur Keberhasilan Ramadhan," Instagram NU Online Jawa Timur, Binnur, 2022

<sup>197</sup> Khiron Mahbib, "Haid Saat Ramadhan, Apa yang Bisa Dilakukan Perempuan?," KeIslaman, *Jatim.Nu.or.Id*, 2021.

Agama Islam memberikan perhatian lebih terhadap keberadaan perempuan. Salah satunya yaitu dengan keluarnya darah bukan karena sakit, namun bersifat alamiyah yang diberikan oleh Allah SWT yakni haid. Haid dan wanita adalah dua hal yang tidak bisa terpisahkan. Dalam konteks ini Sara Mills pun lebih menitikberatkan teori wacananya mengenai feminisme, yaitu bagaimana wanita ditampilkan dalam teks, baik dalam gambar, foto, berita atau media sosial. Titik perhatian dalam perspektif ini adalah menunjukkan bagaimana teks bisa dalam menampilkan wanita. Sara Mills membagi analisis wacananya ke dalam dua konsep inti, yaitu posisi subjek-objek dan posisi pembaca. Konsep pertama menekankan pada bagaimana posisi dari berbagai aktor sosial, posisi gagasan, atau peristiwa yang ditempatkan dalam teks. Konsep kedua mengenai bagaimana posisi pembaca ditampilkan dalam teks.<sup>198</sup>

Sebagaimana penjelasan di atas, terdapat konsep pertama yang menekankan pada bagaimana posisi dari aktor yang ditempatkan dalam teks. Dalam konten instagram NU Online JawaTimur pun memberikan wadah bagi perempuan, baik wadah itu sebagai subjek, isi pesan ataupun objek. Hal ini membuktikan bahwa instagram memberi peluang kepada perempuan untuk berpartisipasi serta memberikan informasi seperti isu feminisme. Dalam isu di atas mengenai aktivitas perempuan di bulan Ramadhan. Perempuan merupakan makhluk yang istimewa. Keberadaannya mendapatkan perhatian lebih dari Agama Islam. Di bulan Ramadhan merupakan momentum untuk melipatgandakan kebaikan.

---

<sup>198</sup> Ibid



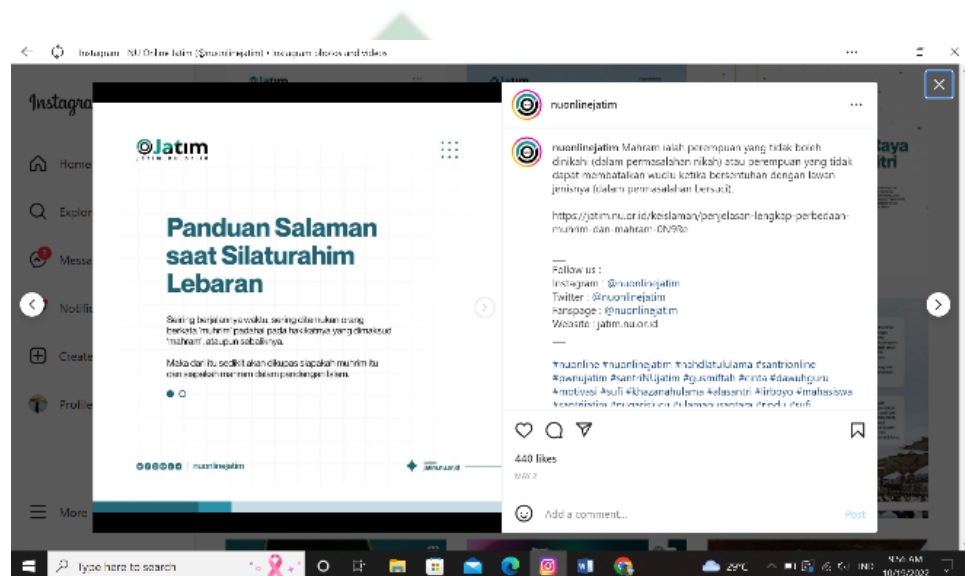
Adapun Konsep kedua mengenai bagaimana posisi pembaca ditampilkan dalam teks. Instagram NU Online memiliki *audience* atau *followers* yang beraneka ragam, baik itu berbeda akan gender, daerah, usia, bahkan kepercayaan. Hal ini memberikan tempat istimewa, khususnya untuk perempuan. Terbukti instagram memberi peluang kepada perempuan untuk berpartisipasi, serta mendapatkan informasi sesuai yang dibutuhkan.

### 3. Konten Grafis “Panduan Salaman saat Silaturahmi Lebaran”

Temuan selanjutnya dengan jenis konten grafis mengenai “Panduan Salaman saat Silaturahmi Lebaran”. Idul Fitri merupakan tradisi umat Muslim untuk bersilaturahmi ke rumah saudara, kerabat, tetangga, dan lain sebagainya. Hal ini guna untuk menciptakan suasana persaudaraan yang erat. Selain keutamaan silaturahmi memberi keberkahan umur, silaturahmi pun memiliki keutamaan yaitu melapangkan rezeki. Silaturahmi yaitu menyambungkan yang telah putus dalam hubungan antar manusia. Di titik inilah silaturahmi mempunyai peran penting dalam menyambung kembali apa yang sudah terputus. Lebaran merupakan momentum tepat untuk bersilaturahmi. Energi kembali ke fitrah turut mendorong manusia untuk berlomba-lomba mengembalikan jiwanya pada kesucian. Namun agama Islam pun memiliki batasan dalam silaturahmi, yaitu mengenai silaturahmi kepada yang bukan mahramnya.

Salah satu fenomena yang berkaitan dengan isu-isu gender adalah konsep mahram. Di akhir-akhir sempat viral di media sosial yaitu hukum pidana tentang perzinahan (*check in* hotel bagi pasangan yang belum menikah). Namun terdapat penegasan dalam rancangan kitab undang-undang hukum pidana (RKUHP). Juru bicara Tim sosialisasi RKUHP menegaskan bahwa “tidak akan ada proses hukum

tanpa adanya pengaduan dari yang berhak dan dirugikan secara langsung”<sup>199</sup> Mahram merupakan perempuan yang diharamkan untuk dinikahi oleh seorang laki-laki, karena masih ada hubungan kekeluargaan (*nasab*) atau sepersusuan (*radla'ah*) dan perbesanan (*mushaharah*).<sup>200</sup> Sebagaimana dalam konten grafis instagram NU Online Jawa Timur sebagai berikut:



Gambar 6: Konten Grafis Panduan Salaman Silaturahmi Lebaran

Sebagaimana konten tersebut, instagram NU Online hanya sebagai etalase, sehingga pengertian atau pembahasan yang lebih lengkap terdapat di *website nu.or.id*. Dijelaskan secara lengkap dalam website bahwa:<sup>201</sup>

“dalam bahasa Arab perbedaan harakat dapat mempengaruhi suatu makna kalimat atau kata, seperti sering ditemukan orang berkata “muhrim” padahal pada hakikatnya yang dimaksud “mahram”, ataupun sebaliknya. Maka dari itu akan sedikit dikupas penjelasan mengenai muhrim atau mahram. pertama, muhrim. Istlah muhrim familier dalam pelaksanaan

<sup>199</sup> Ryn, “Penjelasan Pidana RKUHP bagi Pasangan Checkin Hotel Belum Menikah,” *CNN Indonesia* (Jakarta, 2022).

<sup>200</sup> Abdul Mustaqim, “Konsep Mahram dalam Al-Qur’an (Implikasinya Bagi Mobilitas Kaum Perempuan di Ranah Publik),” *MuSawa* 9 (2010).

<sup>201</sup> Saifullah, “Penjelasan Lengkap Perbedaan Muhrim dan Mahram,” *Jawa Timur.Nu.or.Id*, 2021, <https://Jawa Timur.nu.or.id/keIslaman/penjelasan-lengkap-perbedaan-muhrim-dan-mahram-0N9Re>.

ibadah haji atau umrah. Yaitu ihram (tahapan awal seseorang menunaikan haji atau umrah). Orang yang sedang melaksanakan ihram di sebut muhrim (orang yang ihram). kedua, Mahram. istilah mahram dijumpai dalam pembahasan nikah. Mahram merupakan perempuan yang tidak boleh dinikahi (dalam permasalahan nikah) atau perempuan yang tidak dapat membatalkan wudhu ketika bersentuhan dengan lawan jenisnya (dalam permasalahan bersuci). Dua orang yang punya hubungan mahram diperbolehkan menyentuh satu sama lain, baik bersalaman atau lainnya.”

Isi pesan dari konten di atas (konten instagram NU Online Jawa Timur dan website jawatimur.or.id) memiliki keterkaitan. Maksudnya, dalam konten instagram dijelaskan mengenai “Panduan Salaman saat Lebaran” sedangkan dalam website dijelaskan mengenai “penjelasan lengkap perbedaan *muhrim* dan *mahram*”. terdapat keterkaitan antara keduanya, yaitu Mahram yang memiliki arti perempuan yang tidak boleh dinikahi tidak boleh bersalaman saat lebaran. Yang dimana silaturahmi saat lebaran merupakan suatu adat ataupun kebiasaan Umat Islam saat Idul Fitri.

Dari penjelasan akan konten di atas, maka terdapat nilai-nilai yang terkandung didalamnya, yaitu:

a. Nilai KeIslaman

Nilai keislaman yang terkandung dalam konten tersebut mengenai panduan silaturahmi dan batasan-batasannya. Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) silaturahmi di artikan sebagai tali persahabatan (persaudaraan).<sup>202</sup> Istilah Silaturahmi merupakan gabungan dari dua kata, yaitu *shilah* dan *ar-rahim*. Kata *shilah* berasal dari *washala*, *yashilu*, *washlan*, *wa shilatan* yang berarti menghubungkan atau hubungan. Sedangkan *ar-rahim* berarti keabat yang masih ada pertalian darah. *ar-rahim* juga berarti rahmah, yaitu lembut, penuh cinta, dan kasih sayang. Jadi, secara bahasa

<sup>202</sup> Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, “Kamus Besar Bahasa Indonesia,”

silaturahmi maknanya adalah menghubungkan tali kekerabatan atau menghubungkan rasa kasih sayang. Jika dua makna tersebut digabungkan, silaturahmi mempunyai arti menjalin hubungan kasih sayang, baik dengan kerabat ataupun orang lain.<sup>203</sup>

Silaturahmi yaitu menyambungkan yang telah putus dalam hubungan antar manusia. Energi kembali ke fitrah turut mendorong manusia untuk berlomba-lomba mengembalikan jiwanya pada kesucian. Namun agama Islam pun memiliki batasan dalam silaturahmi, yaitu mengenai silaturahmi kepada yang bukan mahramnya. Mahram merupakan orang-orang yang haram untuk dinikahi. Ada tiga golongan wanita mahram yang haram dinikahi selamanya. Yaitu *mahram nasab* (keturunan), *mahram musharah* (karena pernikahan), *mahram radha'* (sepersusuan).<sup>204</sup> Nash Alquran dan Sunnah yang mengharamkan berjabat tangan antara laki-laki dengan wanita, sementara sudah disebutkan banyak motivasi kemasyarakatan atau kekeluargaan yang melatarinya. Adapun anggapan tidak mau berjabat tangan, maka dipandang pula sebagai orang beragama kuno dan terlalu ketat, merendahkan wanita, selalu berprasangka buruk kepadanya, dan sebagainya. Hal ini terdapat dua sisi yang bersebrangan.

Islam adalah agama yang sempurna yang mampu mengatur segala aspek kehidupan manusia, baik akidah, ibadah, akhlak, maupun muamalah. Sudah jelas bahwa bersalaman dengan yang bukan mahram merupakan keharaman. Maka untuk menjaga esensi Idul Fitri yaitu bersalaman, bisa dilakukan dengan bersalaman tanpa menyentuh disertai dengan memberikan ucapan selamat

<sup>203</sup> Sintha Anggreini, "Tradisi Halal Bihalal dalam Menjaga Silaturahmi pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Badar Jaya Barat Lampung Tengah" (Skripsi, UIN Raden Intan, 2021). 35

<sup>204</sup> Chaliddin, "Konsep Mahram dalam Hukum Islam Analisis Hadis dalam Kitab al Muwata' Imam Malik," *Al-Qadha* 6, no. 1 (2019). 52

atas kebahagiaan diraih saat hari raya Idul Fitri. Salah satu contohnya yaitu dengan mengucapkan “*taqabballa allahu minna wa minkum*”, *kullu amin wa antum bi khair*”, “selamat idul raya Idul Fitri”, “*minal aidin wa al faiizin*”, mohon maaf lahir batin” dan lain sebagainya. Pada prinsipnya, setiap kata yang ditradisikan sebagai ucapan selamat dalam momen hari raya, maka sudah mendapatkan kesunnahan tahniah.

b. Nilai Budaya

Merayakan hari raya Idul Fitri atau sering kita sebut dengan istilah lebaran, merupakan sebuah rutinitas bagi masyarakat Islam Indonesia. Saat hari raya Idul Fitri terdapat suatu tradisi yang sudah membudaya, yaitu halal bihalal. Halal Bihalal adalah tradisi yang hanya ada di Indonesia. Karena jika dilihat secara bahasa, rangkaian kata tersebut tidak ditemukan dalam kamus maupun ensiklopedia Arab, sehingga orang Arab sendiri pun tidak mengerti maksud dari istilah halal bihalal secara tepat sebelum mengetahui budaya masyarakat Islam Indonesia. Walaupun halal bihalal kata kreasi tersendiri dari orang Indonesia, hakikat halal bi halal adalah hakikat ajaran Al-Quran.<sup>205</sup> Seperti yang kita ketahui, halal bihalal adalah kegiatan silaturahmi dan saling memaafkan yang merupakan risalah Islam. Tetapi halal bihalal ini tidak terbatas hanya pada saat Idul Fitri saja. Melainkan kapan saja setelah seseorang merasa berbuat salah kepada orang lain, maka dia harus segera minta maaf kepada orang tersebut.

Hasil temuan di atas yang terkonfirmasi pada Teori Kritis. Teori kritis dalam budaya, menerapkan pemikiran ini pada hubungan antarpribadi. Negara Indonesia merupakan negara yang multikultur. Sedangkan organisasi

---

<sup>205</sup> Ibid, 5

kemasyarakat Nahdlatul Ulama' menciptakan manusia untuk seimbang antara hubungan vertikal (*habluminallah*) dan horizontal (*habluminnannas*) dan memegang teguh pandangan kesetaraan yang tetap memberikan wewenang kepada semua kelompok. Namun setiap wewenang pun memiliki batasan. Dalam hal ini terdapat batasan dalam bersilaturahmi, yaitu adab bersalaman kepada yang bukan mahramnya.

Teori kritis dalam budaya juga bersifat persuasif, menyuguhkan cara berpikir baru. Konten instagram NU Online Jawa Timur mengajak kepada khalayak untuk menjaga tali persaudaraan kepada sesama (silaturahmi). Sisi lain, instagram NU Online Jawa Timur juga menyuguhkan ideologi tentang adab, syariat, hukum dalam silaturahmi yaitu dengan tidak bersalaman kepada yang bukan mahramnya.

Pandangan semiotika, teks dipandang dengan penuh tanda. Mulai dari pemakaian kata-kata istilah, frasa, angka, foto, ataupun gambar, bahkan cara mengemasnya. Dalam konten di atas, peneliti menganalisis konten pada cara Instagram NU Online Jawa Timur mengemas konten. Terdapat kalimat yang dipertebal oleh NU Online Jawa Timur, yaitu "Panduan Salaman Silaturahmi saat Lebaran". Hal ini khalayak akan memaknai kalimat tersebut dengan ini pesan tentang silaturahmi. Padahal, terdapat tulisan kecil di bawahnya yang menjelaskan tentang Mahram. Inilah cara NU Online Jawa Timur mengemas kontennya. NU Online Jawa Timur menggiring khalayak untuk lebih memahami isi pesan di dalamnya dengan membuka dan membaca website yang di sediakan.

c. Nilai Sosial

Allah SWT memerintahkan agar menyambung hubungan baik dengan orang tetangga, serta kerabata dan sanak *family*. Salaman dapat mempererat persaudaraan atau menumbuhkan rasa cinta, dan saling menghormati satu dengan yang lainnya. Bersalaman mengandung makna semangat perdamaian sekaligus mencerminkan iklim persaudaraan yang kuat di antara sesama umat. Karena bersalaman dapat melahirkan konsekuensi dan menjadi perekat terpeliharanya komunikasi sosial yang lebih fungsional.<sup>206</sup> Bagi seorang Muslim bersalaman pada saat lebaran seharusnya tidak hanya merupakan tradisi dan rutinitas serta tuntunan sosial yang secara refleks dilakukan tetapi lebih dari itu dilakukan atas dasar perdamaian untuk memperkokoh ikatan persaudaraan. Namun untuk menjaga suasana agar tetap suci, maka perlu diperhatikan dalam bersalaman dengan yang bukan mahramnya.

#### 4. Konten Podcast “Akhlak Mencari Ilmu”

Setiap manusia diajarkan untuk menuntut ilmu. Menuntut ilmu merupakan aktivitas yang dianjurkan oleh syariat dengan anjuran yang tegas. Sebagai bukti ketegasannya, manusia diperintahkan menuntut ilmu tanpa ada batasan ruang dan waktu. Rasulullah SAW pun bersabda “tuntutlah ilmu walau sampai ke negeri Cina”. Hadist ini menyiratkan akan pentingnya menuntut ilmu. Selain itu, hadist ini menekankan pemahaman tentang dimensi tempat, artinya aktivitas menuntut ilmu tidak dibatasi oleh dimensi tempat.<sup>207</sup> Namun menuntut ilmu tetap memiliki tata cara, adab atau aturan dalam mencari ilmu. Hal ini tersampaikan atau menjadi konten NU Online dalam periode Ramadhan, karena melihat fenomena banyak

<sup>206</sup> Sintha Anggreini, “Tradisi Halal Bihalal dalam Menjaga Silaturahmi pada Masa Pandemi Covid-19 di Desa Badar Jaya Barat Lampung Tengah” (Skripsi, UIN Raden Intan, 2021). 27

<sup>207</sup> Raadliyatush Shalihah and Muhammad Habibi Hamzah, “Analisa Kualitas Hadis Anjuran Menuntut Ilmu Sampai Cina,” *Tsaqofah: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 1 (2021). 12

sekali kaum muda yang belum memiliki pemahaman tentang akhlak mencari ilmu. Berikut konten *podcast* yang dipublish pada 13 April 2022:



Gambar 7: Konten Podcast “Akhlaq Mencari Ilmu”

Sebagaimana podcast yang di narasumberi oleh Puput Kurniawati seorang ketua umum PW IPPNU Jawa Timur masa bakhti 2019-2022, ia mengatakan bahwa niat mencari ilmu adalah untuk menghilangkan kebodohan. Sebagai bukti ketegasannya, manusia diperintahkan menuntut ilmu tanpa ada batasan ruang dan waktu.<sup>208</sup> Selain itu terdapat juga adab mencari ilmu yaitu niat, harus ada guru dan lingkungan yang baik, rendah hati.<sup>209</sup> Dari konten di atas, maka terdapat nilai-nilai yang terkandung didalamnya, yaitu:

a. Nilai keIslaman

Konten tersebut mengandung nilai keislaman. Agama Islam tidak dapat tegak kecuali dengan ilmu. Islam beredar di tengah-tengah masyarakat dengan ilmu dan umat Islam adalah umat yang berilmu, karena semua aturan dan

<sup>208</sup> Puput Kurniawati, “Akhlaq Mencari Ilmu,” Instagram NU Online Jawa Timur, Podcast Binnur, 2022

<sup>209</sup> Ibid



ajaran yang terdapat di dalam agama Islam didasari dengan ilmu.<sup>210</sup> Salah satu keutamaan mencari ilmu adalah Allah akan meninggikan derajat orang yang berilmu. Sebagaimana Allah berfirman dalam al-Qur'an surat Al-Mujadalah ayat 11 yang artinya "Allah mengangkat orang-orang beriman di antara kalian dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat". Ibn Abdil Bar *rahimahullah* mengatakan: para ulama telah bersepakatan bahwa hukum mencari ilmu itu ada yang wajib 'ain yaitu ilmu diwajibkan kepada setiap orang yang khusus untuk dirinya sendiri.<sup>211</sup> Karena mencari ilmu dinyatakan wajib, maka kaum Muslim pun menjalankannya sebagai ibadah.<sup>212</sup>

Menurut Az-Zarjuni dalam Ali Noer dalam *muqaddimah* kitabnya "Ta'limul Muta'allim" menjelaskan latar belakang penyusunannya, yaitu diawali karena banyaknya para pencari ilmu yang tidak mendapat ilmu atau dia mendapat ilmu tapi tidak mendapat kemanfaatan dari ilmu tersebut. Itu karena kurangnya akhlak atau adab dalam mencari ilmu.<sup>213</sup> Oleh karenanya, persoalan keterpaduan antara ilmu dan adab harus senantiasa diposisikan sebagai isu sentral sekaligus solusi atas berbagai problematika kehidupan manusia. Hal ini menandakan bahwa tidak mungkin ilmu yang luhur akan berdiri tegak tanpa adanya adab yang benar. Instagram NU Online memberikan konten keislaman untuk followers instagram NU Online Jawa Timur yang rata-rata kaum muda.

#### b. Nilai Sosial

<sup>210</sup> Wagiman Manik, "Kewajiban Menuntut Ilmu," *Jurnal Waraqat* 11, no. 2 (2017). 153

<sup>211</sup> Wagiman Manik, "Kewajiban Menuntut Ilmu," *Jurnal Waraqat* 11, no. 2 (2017). 164

<sup>212</sup> Muhammad Fadholi Noer, "Menuntut Ilmu Sebagai Transformasi Perubahan Paradigma (Studi Matan Hadis Nabi SAW, dalam Sunan al-Tirmidzi, Kitab al Ilm an Rasulullah, Bab Fadhl Thallab al Ilm, No Hadis 2572," *jurnal qathruna* 1, no. 1 (2014).14

<sup>213</sup> Dede Linda Lindawati and Acep Nurlaeli, "Analisis Adab Mencari Ilmu dalam Kitab Ta'limul Muta'allim dan Implikasinya terhadap Pendidikan Karakter di Smart Harapan Umat Karawang," *Jurnal ilmiah profesi pendidikan* 6, no. 2 (2021). 255

Pendidikan agama khususnya pendidikan agama Islam merupakan bagian pendidikan yang penting yang berkenaan dengan aspek nilai dan sikap, antara lain akhlak. Dalam kehidupan sehari-hari, manusia saling berinteraksi dengan berbagai macam karakter atau kepribadian. Ning widad dalam podcast “kesalehan Ramadhan” mengatakan bahwa “*seperti yang diungkapkan oleh Gus Mus, orang yang saleh secara ritual pasti shaleh di sosial*”.<sup>214</sup> Dalam kalimat Gus Mus tersebut terdapat kesimpulan bahwa *habluminallah* dan *habluminannas* harus dilakukan dengan seimbang. Artinya menjadi Muslim yang bertaqwa dan bermanfaat bagi sekitar. Menjadi Muslim yang bisa menyatukan saleh ritual dan saleh sosial untuk mencapai kesalehan secara total. Untuk memperoleh kesalehan ritual, pastinya dimulai dengan ilmu. Agama Islam tidak dapat tegak kecuali dengan ilmu. Islam beredar di tengah-tengah masyarakat dengan ilmu dan umat Islam adalah umat yang berilmu, karena semua aturan dan ajaran yang terdapat di dalam agama Islam didasari dengan ilmu.

c. Nilai budaya

Berbicara perubahan budaya bukanlah sesuatu hal yang mudah, karena budaya bersifat mengakar dalam setiap individu atau masyarakat. Nilai budaya adalah sebagai konsepsi umum yang terorganisasi, mempengaruhi perilaku yang berhubungan dengan lingkungan atau sesama manusia. Nilai-nilai budaya dalam mencari ilmu sangat mempengaruhi murid atau guru. Jika ingin mendapatkan ilmu yang baik maka harus ada guru dan lingkungan yang baik juga.<sup>215</sup> Selain itu juga terdapat fungsi nilai budaya dalam mencari ilmu,

<sup>214</sup> Widad Bariroh, “Kesalehan Ramadhan,” Podcast Binnur, 4 April 2022

<sup>215</sup> Kurniawati, “Akhlak Mencari Ilmu.”

yaitu sebagai pengetahuan dan aktualisasi diri dengan pencarian arti kebutuhan untuk mengerti, kecenderungan terhadap kesatuan persepsi dan keyakinan yang lebih baik untuk melengkapi kejelasan dan konsepsi. Sehingga nilai budaya yang berkembang harus didasari dengan akhlak yang baik.

d. Nilai Pembaharuan

Konten tersebut mengandung nilai pembaharuan, artinya era globalisasi ini memberikan kemudahan untuk mencari ilmu. Di era saat ini, Teknologi komunikasi dan informasi dalam kehidupan telah mengubah ragam interaksi masyarakat. Media sosial merupakan salah satu bagian dari berkembang teknologi, yang para penggunaannya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual.<sup>216</sup> Banyak cara untuk mendapatkan apa yang diinginkan, salah satunya yaitu mencari ilmu. Di zaman dahulu, ilmu dikejar ditulism dihafal, diamalkan, dan diajarkan. Zaman sekarang ilmu diunduh, disimpan, dan dikoleksi. Pendidikan merupakan lembaga utama yang memainkan peranan penting dalam membangun dan menumbuh kembangkan peradaban. yang mengandung makna mencari ilmu saat ini bisa dilakukan dimana dan kapan saja karena didukung dengan teknologi yang mumpun.

Konten tersebut terkonfirmasi dari Teori Kritis dan media. Sebagian besar teori komunikasi kritis berhubungan dengan media terutama karena kekuatan media untuk menyebarkan ideologi yang dominan dan kekuatannya untuk mengungkapkan ideologi alternatif dan ideologi yang bertentangan.<sup>217</sup>

<sup>216</sup> Syifa' hayati Islami, "Pemikiran dan Aktivitas Dakwah Ustadz Abdul Somad melalui Media Social Youtube" (Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2018).

<sup>217</sup> Littlejohn and Karen A Foss, *Teori Komunikasi*.

Instagram merupakan etalase NU Online Jawa Timur untuk menyampaikan pesan Islam. Instagram yang memiliki kekuatan untuk menyebarkan ideologi yang dominan, karena instagram NU Online Jawa Timur 60% merupakan generasi millennial. Hal ini tepat sasaran untuk menyampaikan pesan yang sesuai dengan status generasi Millennial yang dimana menjadi seorang Pelajar. Selain itu penekanan pada pembahasan mengenai akhlak mencari ilmu adalah makna mencari ilmu, tips-tips mencari ilmu, adab mencari ilmu, dan cara menhadapi tantangan di zaman saat ini sebagai pelajar.

#### 5. Konten Podcast “Marhaban ya Ramadhan”



Gambar 8: Konten Podcast Marhaban ya Ramadhan

Nilai- nilai yang terkandung dalam konten tersebut adalah

##### a. Nilai keIslaman

Konten podcast di atas mengandung nilai keislaman tentang Ramadhan. Bulan Ramadan merupakan bulan istimewa bagi umat Islam. Kaum Muslimin pun sangat menanti-nanti kehadiran bulan Ramadan. Saat waktunya tiba, dengan gegap gempita semboyan “Marhaban Ya Ramadan” menyebar dalam

kesehariannya. Poster-poster dengan semboyan tersebut bertebaran, baik di jalan, di media massa, bahkan hingga di media sosial. Bulan Ramadan menawarkan hal-hal positif di dalamnya. Adanya hal-hal positif yang menyenangkan dapat membuat seseorang merasakan kegembiraan. Nuansa gembira menyambut bulan Ramadan pun tertuang dalam salah satu hadis. Rasulullah SAW. bersabda: *“Barangsiapa bergembira dengan masuknya Bulan Ramadan, Allah akan mengharamkan jasadnya masuk neraka”*. Dalam tradisi ulama-ulama salaf terdahulu, terkenal ucapan doa yakni: *“Ya Allah sampaikanlah aku dengan selamat ke Ramadan, selamatkan Ramadan untukku, dan selamatkanlah aku hingga selesai Ramadan”*. Dalil maupun doa yang disebutkan, secara langsung menegaskan bahwa bagi seorang Muslim rasa bahagia ketika bulan Ramadan datang adalah sebuah keniscayaan.<sup>218</sup>

---

b. Nilai Budaya dan Sosial

---

Isi konten tersebut yaitu membahas tentang salah satu persiapan Ramadhan yang mengandung nilai budaya *Nadhliyin*. Yaitu dengan ziarah makam ke keluarga yang sudah meninggal. Sayifullah berkata:

*“Ziarah makam adalah bentuk rasa syukur kita untuk bisa hidup lagi di bulan Ramadhan. Selain itu juga untuk refleksi, tanpa merka kita bukan apa-apa. Maka dari itu harus kita hadiahi do'a.”*<sup>219</sup>

---

Fenomena ziarah kubur yang terjadi saat ini menimbulkan reaksi dari berbagai kalangan masyarakat. Ada yang berpendapat bahwasannya ziarah kubur boleh dilakukan adapula yang berpendapat sebaliknya. Kedua pendapat ini saling berkontradiksi. Jika dilihat dari sisi fenomenologi, perbedaan tersebut sering

---

<sup>218</sup> Royanulloh and Komari, “Bulan Ramadhan Dan Kebahagiaan Seorang Muslim,” *Jurnal Psikologi Islam dan Budaya 2* (2019). 127-128

<sup>219</sup> Syaifuddin, “Marhaban ya Ramadhan” Podcast Binnur Instagram NU Online Jawa Timur, 2022.

dijumpai dalam suatu komunitas sosial yang mempraktikkan ziarah kubur dan komunitas sosial yang tidak mempraktikkannya.

Salah satu organisasi keagamaan di Indonesia yang melakukan amalan ziarah makam adalah masyarakat *nahdliyin*. Jika terdapat pernyataan bahwasanya ziarah kubur tidak ada dalilnya, maka kurang tepat. Jika terdapat pernyataan bahwa ziarah kubur tidak ada manfaatnya dan doa atau amal yang ditujukan untuk mayit itu tidak sampai, maka hal tersebut dapat dibantah. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hadis Nabi Muhammad yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari, yang berbunyi:<sup>220</sup>

حَدَّثَنَا سَعِيدُ بْنُ أَبِي مَرْيَمَ حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ جَعْفَرٍ قَالَ أَخْبَرَنِي هِشَامُ بْنُ عُرْوَةَ عَنْ أَبِيهِ عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا أَنَّ رَجُلًا قَالَ لِلنَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّ أُمَّي افْتَلَيْتَ نَفْسَهَا وَأَطْنُهَا لَوْ تَكَلَّمْتَ تَصَدَّقَتْ فَهَلْ لَهَا أَجْرٌ  
إِنْ تَصَدَّقْتُ عَنْهَا قَالَ نَعَمْ

*Artinya: dari 'Aisyah radhiallah 'anha bahwa ada seorang laki-laki berkata kepada Nabi Shallallahu 'alaihiwasallam: "Ibuku meninggal dunia dengan mendadak, dan aku menduga seandainya dia sempat berbicara dia akan bershadaqah. Apakah dia akan memperoleh pahala jika aku bershadaqah untuknya (atas namanya)?" Beliau menjawab: "Ya, benar".*

Berkunjung ke makam menandakan rasa terimakasih dan penghargaan terhadap perjuangan mereka yang telah meninggal. Selain itu, ziarah kubur dapat mengingatkan generasi yang masih hidup, bahwasanya mereka yang menempuh jalan kebenaran dan keutamaan, dan rela mengorbankan jiwa demi mempertahankan keyakinan dan menyebarkan kebebasan, tidak akan pernah hilang dari ingatan kapanpun. Mereka tidak akan pernah menjadi usang dan musnah bersama lewatnya zaman.

<sup>220</sup> M. Zia Al-Ayyubi and Muhammad Munif, "Ziarah Kubur Perspektif Pendekatan Historis-Sosiologis Kontekstualisasinya dalam Kehidupan Kontemporer," *Jurnal Studi Hadis Nusantara* 3 (2021): 85.

Nahdlatul Ulama mempunyai istilah Islam Nusantara yang menjalankan tradisi khusus yang ada di Indonesia seperti ziarah kubur. Tradisi ini memiliki nilai dakwah karena dengan berziarah bisa mendapatkan ilmu pengetahuan seperti yaitu: ziarah untuk mendapatkan keberkahan, ziarah kubur juga bisa memberi tahu masyarakat lain bahwa yang diziarahi adalah orang-orang shaleh, para wali Allah SWT yang telah berjuang dalam menegakkan dan menyebarkan Islam di Indonesia. Didalam berziarah terdapat aktivitas tawassul, bertawassul adalah berwasilah kepada Nabi, sahabat, keluarga, ulama, dan auliya sebelum kita memanjatkan do'a. Adapun do'a yang dipanjatkan tetap meminta kepada Allah SWT, dengan bertawassul semua doa-doa dan hajat akan lebih cepat sampai dan diijababah Allah SWT.<sup>221</sup>

Selain nilai budaya dalam Idul Fitri dan ziarah makam yang sebagai tradisi Nahdlatul Ulama, ada juga nilai budaya yang merupakan *syiar Ahlusunnah wal Jama'ah*, yaitu *Darusan* atau membaca Al-Qur'an setelah shalat tarawih dan dibaca bersama-sama dalam masjid atau mushollah. Sebagai mana dalam video cuplikan KH. Anwar Mansur:

---

*“Untuk bapak ibu, monggo kita muliakan bulan Ramadhan kangge bungah, terawihnya, darusannya dan ibadah lainnya monggo digiataken. Darusan ten musholla atau masjid ingkang gantian, mergi darus niku syiar e agama”*

---

Al-Qur'an diturunkan secara berangsurangsur mengiringi dakwah Nabi selama kurang lebih 23 Tahun. Pergumulan yang sangat intens ini memberikan implikasi bahwa segala ucapan dan tindakan Nabi dibimbing oleh wahyu. Wahyu tersebut turun memberikan arahan-arahan dan petunjuk serta solusi terhadap

---

<sup>221</sup> Herlina, “Ziarah Kubur Menurut Tokoh Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah Di Kota Palembang” (UIN Raden Fatah, 2019).

permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat.<sup>222</sup> Ramadan merupakan bulan diturunkannya Al-Qur'an yang mengisyaratkan bahwa sangat dianjurkan untuk membaca dan mempelajari Al-Qur'an selama bulan Ramadhan.

---

Bulan Ramadhan adalah bulan yang penuh dengan ampunan serta rahmat dari Allah SWT. Dalam bulan Ramadhan umat Islam dianjurkan agar banyak-banyak beribadah salah satu caranya ialah dengan membaca Al-Qur'an. Salah satu cara agar bisa membaca Al-Qur'an dengan lancar ialah bertadarus. Kegiatan tadarus Al-Qur'an ini bisa dilakukan sendiri maupun secara bersamaan. Tadarus yang dilakukan sendiri disebut juga tadarus mandiri. Sedangkan tadarus yang dilakukan secara bersama-sama disebut juga dengan tadarus kelompok. Disebut tadarus kelompok, karna jumlah orang yang ikut serta dalam kegiatan tadarus tersebut banyak dan beragantian. Kegiatan apapun yang dilakukan secara bersama tentu akan menimbulkan semangat. Begitu pula halnya dengan tadarus Al-Qur'an. Dengan dilakukannya kegiatan tadarus Al-Qur'an secara bersamaan tentu akan menimbulkan suatu motivasi dalam melakukan kegiatan tersebut. Sekarang banyak kita temukan kegiatan tadarus Al-Qur'an pada bulan Ramadhan. Baik itu di Masjid, Pesantren, maupun dalam rumah masing-masing. Dengan kegiatan tadarus juga memperkuat interaksi sesama muslim.

---

#### 6. Konten Podcast “Hikmah Ramadhan”

Agama Islam dan syari'atnya memiliki target untuk mempererat hubungan manusia dengan Tuhannya dan hubungan manusia dengan sesamanya, serta menjaga keseimbangan hidup di dunia dan akhirat, memelihara tata hidup yang

---

<sup>222</sup> Irma Riyani, “Menelusuri Latar Historis Turunnya Al-Quran dan Proses Pembentukan Tatanan Masyarakat Islam,” *Al-Bayan: Jurnal Studi Al-qur'an dan Tafsir* 1 (2016): 29.



stabil, meningkatkan kesadaran dan keserasian dengan alam.<sup>223</sup> Islam dibangun atas dasar lima pilar, salah satunya puasa di bulan Ramadhan. Bulan Ramadhan merupakan bulan istimewa bagi umat Islam. Bahkan bagi yang gembira untuk menyambut datangnya puasa Ramadhan Allah SWT akan mengharamkan jasadnya masuk neraka.<sup>224</sup>

Secara terminologi, Imam Zarkasyi mengartikan puasa adalah menahan diri dari makan dan minum dan dari segala hal yang membatalkannya, mulai dari terbit fajar hingga tenggelamnya matahari dengan syarat tertentu.<sup>225</sup> Hukum puasa Ramadhan yaitu wajib. Sebagaimana dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah: 183

تَتَقَوَّنَ لَعَلَّكُمْ فَبَلَّكُمْ مِنَ الَّذِينَ عَلَى كُتِبَ كَمَا الصَّيَّامُ عَلَيْكُمْ كُتِبَ ءَامَنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا

*hai orang-orang yang beriman, telah diwajibkan atas kamu berpuasa sebagaimana diwajibkan atas orang-orang sebelum kamu agar kamu bertakwa.*<sup>226</sup>

Begitu banyak keutamaan yang ditawarkan di bulan Ramadhan. Dalam hal ini, terdapat konten podcast instagram NU Online Jawa Timur yang membahas tentang Hikmah Ramadhan sebagai berikut:

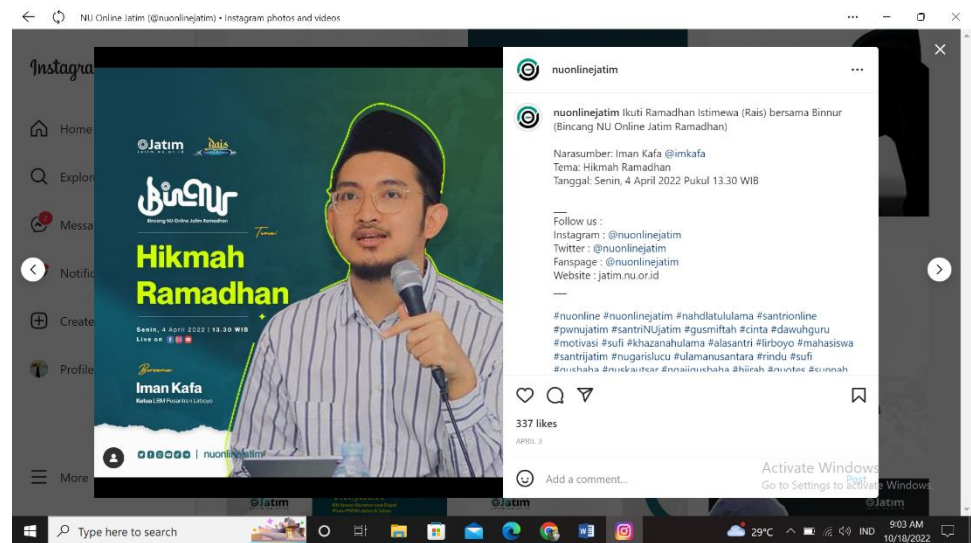
UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

<sup>223</sup> Abdul Munib, "Efektifitas Puasa dalam Meningkatkan Disiplin Beribadah bagi Masyarakat Desa Karduluk Sumenep," *Jurnal Penelitian Dan Pemikiran KeIslaman* 6 (2019).

<sup>224</sup> Royanulloh and Komari, "Bulan Ramadhan dan Kebahagiaan Seorang Muslim," *Jurnal Psikologi Islam Dan Budaya* 2 (2019).

<sup>225</sup> Munib, "Efektifitas Puasa dalam Meningkatkan Disiplin Beribadah bagi Masyarakat Desa Karduluk Sumenep."

<sup>226</sup> Kementerian Agama RI, "Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahannya Q.S Al-Baqarah 2:183"(Bandung:CV Penerbit Diponegoro, 2014) 28



Gambar 9: Konten Podcast Hikmah Ramadhan

Hasil temuan pada konten podcast dengan pembahasan “hikmah Ramadhan” adalah Ramadhan dijadikan sebagai madrasah, tempat untuk belajar dan menggali keutamaan semaksimal mungkin, dan tidak terjebak dengan keuntungan sesaat.<sup>227</sup> Tepat di bulan Ramadhan terdapat kemenangan perang badar, selain itu juga di bulan Ramadhan terdapat Nabi Muhammad melakukan kota Makkah dan Muhammad Al-Fath menaklukkan konstatinopel. Selanjutnya terkonfirmasi dengan teori Kritis, bahwa para ahli kritis umumnya tertarik dengan bagaimana pesan memperkuat penekanan dalam masyarakat.<sup>228</sup> Pesan yang disampaikan oleh narasumber memberikan penekanan kepada masyarakat untuk memanfaatkan momen terbaik dibulan Ramadhan.

Berdasarkan konten di atas, maka terdapat nilai-nilai yang terkandung didalamnya, yaitu:

- a. Nilai KeIslaman

<sup>227</sup> Kafa, “Hikmah Ramadhan (Podcast Binnur Ramadhan.)”

<sup>228</sup> Littlejohn and Karen A Foss, *Teori Komunikasi*.

Konten tersebut mengandung nilai keislaman mengenai hikmah Ramadhan. Bulan Ramadhan merupakan bulan istimewa bagi umat Islam. Begitu banyak keutamaan yang ditawarkan di bulan Ramadhan. Islam dibangun atas dasar lima pilar, salah satunya puasa di bulan Ramadhan. Adapun tujuh hikmah puasa Ramadhan yang disampaikan dalam video podcast di atas:

a) Meningkatkan Derajat

Adapun hadist Nabi Muhammad SAW, yang diriwayatkan oleh Imam Muslim.

إِذَا دَخَلَ رَمَضَانُ صَفِدَتِ الشَّيَاطِينُ، وَفُتِحَتْ أَبْوَابُ الْجَنَّةِ، وَغُلِّقَتْ أَبْوَابُ النَّارِ

“ ketika masuk bulan Ramadhan maka setan-setan dibelenggu, pintu-pintu surga dibuka, dan pintu-pintu neraka ditutup.”<sup>229</sup>

Dari hadist di atas, maka terdapat keistimewaan yang diberikan oleh Allah SWT agar manusia memanfaatkan waktunya untuk berlomba-lomba dalam kebaikan.

b) Melebur dosa, setiap manusia jauh dari dosa. Maka puasa Ramadhan yaitu karena iman dan mengharapkan pahala

c) Mengalahkan syahwat, puasa merupakan menahan diri dari yang membatalkan puasa dengan niat ibadah karena Allah SWT. Dengan niat ibadah inilah yang dapat melatih diri, mengendalikan hawa nafsu dan meminimalisir syahwat untuk bermaksiat.

d) Memperbanyak bersedekah, KH Ahmad Bahauddin Nursalim atau yang dikenal Gus Baha mengatakan “ diantara cara pandang Ramadhan secara benar yaitu dengan puasa merasa lapar, memikirkan sakitnya orang miskin yang lapar, sehingga dapat merasa menghormati makanan karena begitu nikmat. Ketika puasa kita melihat makanan yang kita sepelekan

<sup>229</sup> Imam al-Nasa’i, Bab: Keutamaan Bulan Ramdhan, (Kitab 9 Imam, No Hadis: 2071)

ketika tidak dibulan Ramadhan, maka ketika Ramadhan akan spesial semua, bahkan air putih dan pisang goreng akan terasa spesial”

- e) Mengoptimalkan ketaatan, puasa dengan keadaan kelaparan dan kehausan dapat mengingatkan mereka pada kelaparan dan kehausan ahli neraka, sehingga mendorong manusia untuk memperbanyak ketaatan kepada Allah SWT agar tidak sampai mengalami kejaian itu selamanya di neraka.
- f) Bersyukur atas nikmat Allah SWT, manusia sering lalai atas nikmat Allah SWT berikan. Sehingga dengan adanya puasa Allah SWT mengenalkan kepada manusia akan nikmatnya kenyang dan hilangnya rasa haus.
- g) Melawan keinginan untuk bermaksiat, puasa juga dapat mencegah orang untuk mengurangi keinginan berbuat jahat dan bermaksiat.

Dari ketujuh hikmah yang disampaikan oleh narasumber maka terdapat penekanan pesan yaitu dengan mengingatkan bahwa Ramadhan adalah bulan mulia, sehingga maksimalkan untuk melakukan hal baik, harus ada upaya atau tekad kuat agar Ramadhan berbeda dengan bulan yang lain.<sup>230</sup>

#### b. Nilai Sufisme atau Ilmu Tasawuf

Sufisme dari sejak kelahirannya sampai saat ini, masih dan akan tetap menjadi fenomena yang menarik perhatian para ahli di bidang sosial keagamaan. Tasawwuf adalah salah satu cabang ilmu Islam yang menekankan dimensi atau aspek spiritual dari Islam.<sup>231</sup> Spiritualitas ini dapat mengambil bentuk yang beraneka di dalamnya. Dalam kaitannya dengan manusia,

<sup>230</sup> Imam Kafa, *hikmah Ramadhan*, (Instagram NU Online Jawa Timur), 2022

<sup>231</sup> M. Leliyanto, “Konsektualisasi Sufisme dalam Kemodernan dan KeIndonesiaan” (Skripsi, Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2010), 31.

sufisme lebih menekankan aspek rohaninya daripada aspek jasmaninya yang kaitannya dengan kehidupan. Nilai-nilai sufistik itu sendiri terbagi atas beberapa poin. Pertama, *syauq* (kerinduan), yaitu rasa rindu yang bersumber dari hati yang merupakan buah cinta yang mendalam. Nilai *syauq* terangkum dalam *mahabbah* (kecintaan), yaitu rasa cinta dari lubuk hati yang paling dalam. Kedua, nilai *tarkussyahwat* (menahan hawa nafsu), yaitu ajaran menahan hawa nafsu dan mengendalikannya ke jalan yang diridai Allah. Ketiga, *muhasabatun nafs* (instrospeksi diri), yakni upaya memperhitungkan, menilai, mempertimbangkan, atau menelaah *ihwal* diri. Keempat, *at-taubah* (taubat) merupakan upaya meminta ampun kepada Allah Swt berdasarkan kesadaran dirinya bergelimang dosa. Nilai ini sebagai produk dari *muhasabatun nafs*. Kelima, *zuhud* (orientasi *ukhrawi/asketisme*), wujudnya meninggalkan dan tidak menyukai dunia secara berlebihan serta mengenyampingkan hal-hal duniawi untuk menuju, menyukai dan memuliakan hal-hal *ukhrawi*.<sup>232</sup>

Dalam konten podcast di atas terdapat isi pesan yang mengandung nilai sufisme. Dari tujuh hikmah puasa Ramadhan, terdapat 4 hikmah Ramadhan yang mengandung nilai sufisme, yaitu melawan keinginan untuk bermaksiat, bersyukur atas nikmat Allah SWT, mengalahkan syahwat, mengoptimalkan ketaatan. Jikalau fikih lebih menekankan aspek perbuatan luar, maka tasawuf lebih ke aspek batin yang berkenaan dengan hati dan pikiran pelakunya. Jika fikih memberantas kemungkaran dengan menerapkan sanksi hukum, maka tasawuf berusaha menyucikan hati agar seseorang tidak melakukannya.<sup>233</sup>

<sup>232</sup> Hamidulloh Ibda, "Penguatan Nilai-Nilia Sufisme dalam Nyadran sebagai Khazanah Islam Nusantara," *Jurnal Islam Nusantara* 02, no. 02 (2018). 154

<sup>233</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Revisi. (Jakarta: Kencana, 2017). 288

c. Nilai Sosial

Sikap yang terbentuk dari mengamalkan ibadah puasa sesungguhnya tidak terbatas pada perilaku individual tetapi juga sikap sosial.<sup>234</sup> Perilaku individual dari merasakan lapar dan haus diharapkan dapat menumbuhkan sikap sabar yang merupakan kunci utama untuk membentuk perilaku kehidupan. Secara sosial, ibadah puasa mampu mendorong untuk menumbuhkan ahlak yang mulia. Berdasarkan sikap mental yang telah terbentuk sabar, maka dalam berperilaku sosial berkumpul dan berinteraksi dengan orang lain sama sekali tidak memunculkan rasa kebencian, iri, dengki, marah atau lainnya. Kualitas beribadah harus dibuktikan juga dalam kehidupan sosial dan bermasyarakat, hal ini dimaksudkan agar dapat dilihat seberapa besar kualitas ahlak seseorang. Bahkan tidak jarang perintah untuk membentuk kesempurnaan iman kepada Allah Swt dikaitkan dengan bagaimana perilaku sosial seseorang.

Kualitas iman seseorang dinilai belum sempurna, jika dia tidak mau menghormati tamunya, atau berkata yang baik bahkan lebih baik diam daripada berbicara membuat sakit hati orang lain. Kasus seperti ini menunjukkan bahwa, dimensi sosial menjadi faktor determinan dalam membentuk kesempurnaan dan kualitas keimanan. Islam sangat mendambakan umatnya berperilaku yang baik dan memberi manfaat yang besar untuk kehidupan bersama. Sikap sosial yang mesti terbentuk dari ibadah puasa adalah kedermawanan sebagai bentuk kepedulian yang muncul akibat dari panggilan hati betapa susahnyanya orang yang sedang merasakan hidup

---

<sup>234</sup> Abdul Karim, "Puasa, Sikap Sosial dan Kualitas Iman," *IAINKudus.ac.id*, 2020.

dalam kekurangan. Tentunya ini diwujudkan dalam bentuk tindakan yang sesuai dengan kondisi kemampuan untuk melakukan sedekah. Sampai Nabi pernah memberikan contoh berkaitan dengan kedermawanan di bulan Ramadhan,<sup>235</sup>

d. Nilai Budaya

Ramadhan di Indonesia merupakan salah satu momen festival budaya dan tradisi di tengah masyarakat. Banyak tradisi masyarakat untuk memeriahkan bulan Ramadhan. Terdapat tiga jenis tradisi, yaitu:<sup>236</sup>

- a) Tradisi yang masih sejalan dengan syariat Islam secara murni, serta diperintahkan dalam bulan Ramadhan. Seperti sahur, berbuka puasa, shalat tarawih, memperbanyak membaca Al-Qur'an, memperbanyak sedekah dan i'tiqaf.
- b) Tradisi yang masih sejalan dengan syariat Islam secara umum. Seperti ziarah kubur, saling berkunjung, saling bermaafan, mengucapkan tahniah atau selamat, dan lain sebagainya.
- c) Tradisi yang sama sekali tidak memiliki dasar syariat Islam, bahkan justru bertentangan. Seperti membakar petasan, pesat makan-makan, memperlama tidur siang, belanja boros atau bahkan kembali berbuat dosa selepas Ramadhan.

Selain tradisi masyarakat Muslim Indonesia saat Ramadhan terdapat juga beberapa kebiasaan masyarakat Muslim Indonesia yang lazim dilakukan di berbagai daerah, antara lain: Membangunkan tetangga sahur,

<sup>235</sup> Abdul Karim, "Puasa, Sikap Sosial dan Kualitas Iman," *IAINKudus.ac.id*, 2020.

<sup>236</sup> Zamakhsyari Bin Hasballah Thaib, "Ramadhan di Indonesia: Amalan dan Tradisi," *Repository.Dharmawangsa.ac.id* (2017).

Ngabuburit sambil menunggu berbuka puasa, Berbuka dengan menu kolak, Banyak berdiri pasar kaget, Jam kerja diubah dan lain sebagainya.<sup>237</sup>

e. Nilai Pembaharuan

Dakwah merupakan kegiatan yang bersifat mengajak, menyerukan, dan mengamalkan tentang ajaran Islam kepada orang Muslim agar beriman dan taat kepada Allah sesuai dengan syariat dan kaidah agama Islam. Dakwah menggunakan platform sosial media dapat memberikan kemudahan bagi seseorang yang memiliki kesibukan, terutama bagi kaum millennial yang ingin memperdalam ilmu agama Islam dan saat ini pengguna media sosial terbanyak adalah kaum millennial jadi dakwah menggunakan media baru sangat cocok digunakan di masa sekarang. Adanya dakwah di sosial media dapat dilihat kapanpun dan *fleksible*. Dakwah Islam di sosial media memiliki pendengar yang sangat luas dan tidak dapat diidentifikasi, karena pengguna terdiri dari banyak kalangan masyarakat.

Pada bulan Ramadan yang mejadi sorotan adalah konten dakwah, karena pembahasan Ramadan menuju kabaikan yang selalu menjadi ciri khas yaitu seperti amalan, keutaman puasa, hikmah Ramadhan, tarawih, tadarus dan masih banyak lagi. Terdapat juga program live streaming yang lebih interaktif dan bisa ditonton dari rumah serta menjadi salah satu konten yang juga sangat diminati. Karena berhadapan langsung dengan pematerinya. Salah satunya instagram NU Online Jawa Timur, terdapat salah satu program unggulan Ramadhan yaitu Binnur (Bincang Ramadhan NU Online Jawa Timur). Seperti konten di atas yaitu “Hikmah Ramadhan”. Berikut akan di jelaskan mengenai

---

<sup>237</sup> Zamakhsyari Bin Hasballah Thaib, “Ramadhan di Indonesia: Amalan dan Tradisi,” *Repository.Dharmawangsa.ac.id* (2017).

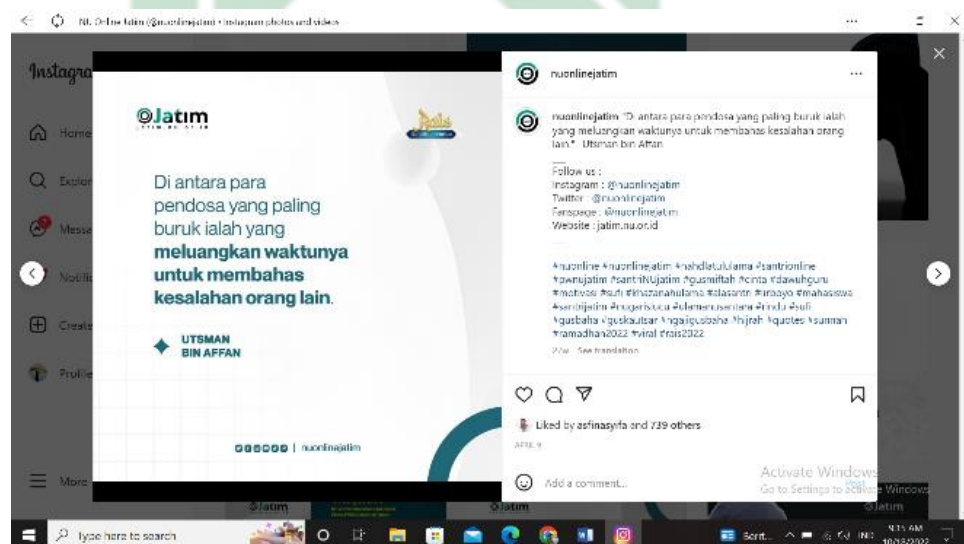


konten Hikmah Ramadhan dalam sudut pandang teori semiotika. Dalam pandangan semiotika, kata-kata, gambar, foto dipandang dengan penuh tanda. Terdapat kalimat “Hikmah Ramadhan”, hal ini memberikan makna bahwa tema yang akan dibahas lengkap pada video *podcast*. Selain itu juga terdapat gambar atau foto akan narasumber sebagai aktor utama dalam menyampaikan *podcast*. Foto tersebut di cantumkan dalam konten tersebut guna untuk menginformasikan ke khalayak bahwa yang menjadi narasumber adalah Gus Imam Kafa. NU Online Jawa Timur selektif dalam memilih narasumber dalam kontennya. Dalam konten *podcast* ini, narasumber merupakan ketua LBM pondok pesantren Lirboyo. LBM singkatan dari Lajnah Bahtsul Masail yaitu suatu lembaga pengkajian masalah-masalah keagamaan. LBM berada disalah satu lembaga dalam *jam'iyah* Nahdlatul Ulama' yang menghimpun, membahas, dan memutuskan permasalahan yang mengacu kepada empat *Mahzab* yaitu Hanafi, Maliki, Syafi'i, dan Hambali. NU Online melihat fenomena yang ada dan memilih narasumber yang tepat untuk menyampaikan dan menjawab fenomena tersebut. Sehingga dalam hal ini penyampaian pesan terwadahi dalam jenis konten Binnur (bincang NU Online Jawa Timur Ramadhan).

#### 7. Konten Quotes “Ghibah”

Sebagaimana dalam konten *quotes* yang terupload pada 9 April 2022 yaitu kata mutiara dari Khalifah Utsman Bin Affan bahwa “di antara pendosa yang palung buruk ialah yang melungakan waktunya untuk membahas kesalahan orang lain”. Perkataan sangat berperan dalam bermasyarakat dan dapat menjadi cerminan karakter dan ketakwaan seseorang. Pepatah lama yang sering terdengar menyatakan bahwa “Mulutmu Harimaumu” hal ini menunjukkan jika lisan yang

tejaga merupakan salah satu faktor keselamatan. Jika seseorang mampu menjaga lisannya dengan baik maka dapat meningkatkan harkat dan martabatnya.<sup>238</sup> Namun seiringan dengan kemajuan teknologi, tidak hanya lisan yang harus dijaga, namun setiap baris kalimat yang akan di publishkasikan untuk khalayak pun juga di jaga. Karena saat ini, masyarakat lebih aktif berinteraksi di media sosial dalam bentuk tulisan yang diunggahanya. Sebagaimana konten Quotes instagram NU Online Jawa Timur selalu mengingatkan *followers* untuk menjauhi perkataan yang tidak baik.



Gambar 10: Konten Quotes “Ghibah”

Adapun nilai-nilai yang terkandung dalam konten tersebut adalah

a. Nilai keIslaman

Ramadhan merupakan bulan yang mulia, agar tidak mengotori kemuliaan Ramadhan maka jaga lisan. Allah SWT berfirman dalam surat Al-Ahzab: 70 yang artinya *“hai orang-orang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah SWT dan katakanlah perkataan yang*

<sup>238</sup> Nurul Mubun, *Misteri Lidah Manusia* (Jakarta: Pt Gramedia, 2012), 65.

*benar.*"<sup>239</sup>Makna ayat ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara ketakwaan seseorang dengan perkataannya, yaitu bagaimana ia menggunakan lidahnya dengan baik yang dapat mencerminkan ketakwaannya. Karena sepatah kata yang terucap dapat menjadi penyebab celaka ataupun selamat, baik di dunia maupun di akhirat. Imam Al Qurthubi menafsirkan ayat Al-Qur'an dalam kitab *Al Jami' al Ahkamil Qur'an* bahwa "Allah SWT mengumpamakan mengenai kejahatan ghibah dengan memakan daging orang mati karena orang mati tidak dapat mengetahui kalau dagingnya dimakan orang lain, seperti saat hidup tidak tau orang lain menggunjingnya."<sup>240</sup> Hasil temuan ini terkonfirmasi dalam teori kritis dalam bahasa dan masyarakat, yang memiliki fokus pada wacana retorika ajakan, menyuguhkan cara berpikir baru mengenai percakapan. Hal ini konten yang dihadirkan oleh instagram NU Online Jawa Timur pada 9 April 2022 memberikan pernyataan persuasif dan menyuguhkan cara berpikir baru yang dituangkan dalam *quotes*. Terdapat ajakan untuk melungkan waktu dengan menjalankan aktivitas yang bermanfaat. Artinya luangkan waktu bukan untuk membahasa kesalah orang lain (ghibah). Karena sesuai penjelasan di atas bahwa ghibah sama saja memakan daging saudara sendiri. Selain itu, hasil lain ditemukan bahwa terdapat pesan dakwah yang sama yang disajikan oleh NU Online namun di media dakwah yang berbeda. Media dakwah NU Online bukan hanya instagram, namun *facebook* juga menjadi media sosial dakwah. Hal lain juga, pesan ini memberikan kekuatan untuk

<sup>239</sup> Kementrian Agama RI, "Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahannya Q.S Al-Ahzab, 90:70"(Bandung:CV Penerbit Diponegoro, 2014) 427

<sup>240</sup> Dewi Indriani, "Ghibah Menurut Imam An-Nawawi Dan Yusuf Al-Qardhawi (Kasus Media Sosial Facebook Pada Masyarakat Kecamatan Pulau Rakyat)" (Skripsi, UIN Medan, 2019), 7.

mendominasi masyarakat dengan pandangan yang disajikan dalam konten di berbagai media.

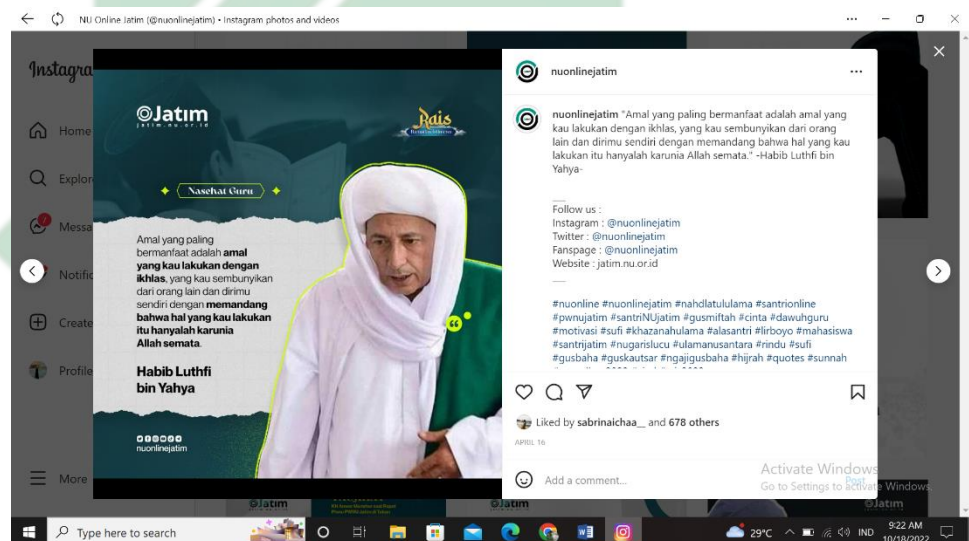
b. Nilai Sosial

Narasi dalam quotes di atas berkesinambungan dengan momen Ramadhan. Yang di mana, Ramadhan merupakan bulan istimewa. Berbagai keutamaan di hidangkan di bulan Ramadhan. Salah satu keutamaan orang berpuasa yang lagi populer yaitu tidurnya orang berpuasa berstatus sebagai ibadah. Hal ini seringkali dipolitisasi oleh sebagian masyarakat sebagai pembenaran bersikap malas-malasan dan banyak tidur saat menjalankan puasa di bulan Ramadhan. Padahal pemikiran demikian tidaklah benar, sebab salah satu adab dalam menjalankan puasa adalah tidak memperbanyak tidur pada saat siang hari. Alangkah lebih baiknya jika momen Ramadhan, lisan dijaga dengan baik. Setiap manusia memiliki hak untuk berkata, namun perkataan yang berlebihan juga akan sulit di saring oleh orang lain. Akhirnya hal itu menimbulkan kerusakan dan penyakit hati, bagi bagi orang yang berbicara maupun mendengarnya. Tentunya, ucapan yang tidak baik merupakan akhlak yang tercela dan dapat menimbulkan kebencian di tengah-tengah manusia.

8. Konten Quotes “Ikhlas Mengerjakan Amal”

Sebagaimana dalam konten *quotes* yang terupload pada 16 April 2022 yaitu kata mutiara dari Habib Luthfi bin Yahya bahwa “Amal yang paling bermanfaat adalah amal yang kau lakukan dengan ikhlas, yang kau sembunyikan dari orang lain dan dirimu sendiri dengan memandang bahwa hal yang kau lakukan itu hanyalah karunia Allah semata”. Menjadi manusia

dengan budi pekerti yang luhur, mengerti persoalan agama dan bisa mempraktikannya dalam kehidupan sehari-hari tentu menjadi idaman bagi setiap manusia terutama kaum Muslim. Sebagaimana konten Quotes instagram NU Online Jawa Timur selalu mengingatkan *followers* untuk selalu beriringan antara ibadah secara *lahiriah* dan *bathiniah*. Berikut konten instagram NU Online pada 16 April tentang ikhlas mengerjakan amal yang dicetuskan oleh Habib Luthfi bin Yahya:



Gambar 11: Konten Quotes “Ikhlas Mengerjakan Amal”

Nilai yang terkandung dalam konten di atas adalah:

a. Nilai Keislaman

Nilai Keislaman merupakan salah satu nilai yang terkandung dalam konten tersebut tentang amal dan ikhlas. Konten tersebut memiliki keterkaitan antara momen ramadhan dan isi pesan. Ramadhan merupakan bulan yang istimewa. Terdapat ibadah puasa wajib yang tidak ada di bulan-bulan lainnya. Secara eksplisit, puasa secara lahiriah sah belum tentu diterima di sisi Allah SWT. Sehingga umat Muslim dapat menjalankan ibadah puasa secara lahir dan batin. Salah satunya yaitu

menjalankan ibadah puasa disertai dengan memiliki sifat ikhlas. Secara terminologi, ikhlas mempunyai pengertian kejujuran hamba dalam keyakinan atau akidah dan perbuatan yang hanya ditujukan kepada Allah.<sup>241</sup> Kata ikhlas dalam Kamus Istilah Agama diartikan dengan melakukan sesuatu pekerjaan semata-mata karena Allah, bukan karena ingin memperoleh keuntungan diri (*lahiriah* atau *batiniah*). Menurut pendapat Abu Thalib al-Makki yang dikutip oleh Taufiqurrohman mengatakan bahwa ikhlas mempunyai arti pemurnian agama dari hawa nafsu dan perilaku menyimpang, pemurnian amal dari bermacam-macam penyakit dan noda yang tersembunyi, pemurnian ucapan dari kata-kata yang tidak berguna, dan pemurnian budi pekerti dengan mengikuti apa yang dikehendaki oleh Tuhan.<sup>242</sup> Dalam bahasa populernya ikhlas merupakan berbuat tanpa pamrih, hanya semata-mata mengharap ridha Allah SWT. Niat yang ikhlas harus diikuti dengan amal yang sebaik-baiknya<sup>243</sup>

b. Nilai Sufisme dan Ilmu Tasawuf

*Konten quotes tersebut mengandung nilai sufisme.* Al-Junaid memberikan definisi tasawuf sebagai sebuah sikap yang harus dijalani dengan menyucikan hati sehingga tidak ditimpa suatu kelemahan, menjauhi akhlak alami, melenyapkan sifat kemanusiaan, dan menjauhi segala keinginan nafsu. Tasawuf adalah bentuk usaha melatih jiwa yang dilakukan seorang hamba dengan sungguh-sungguh sehingga dapat

<sup>241</sup> Shofaussamaati, "Ikhlas Perspektif Al-Qur'an : Kajian Tafsir Maudhu'i.," *Jurnal Hermeneutik* 7, no. 2 (2013). 334

<sup>242</sup> Taufiqurrohman, "Ikhlas dalam Perspektif Al-Qur'an," *Eduprof* 1, no. 02 (2019). 95

<sup>243</sup> Imam Kanafi, *Ilmu Tasawuf (Penguatan Mental-Spiritual dan Akhlak)* (Pekalongan: PT. Anasya Expanding Management, 2020). 167

membebaskan dirinya dari pengaruh kehidupan dunia untuk mendekatkan diri kepada Allah, jiwanya menjadi bersih, berakhlak mulia dan menemukan kebahagiaan spiritual.<sup>244</sup> Tujuan dari tasawuf yaitu berupaya menekankan diri selalu bersama Allah dalam berbagai keadaan dan menimbulkan akhlak mulia dalam diri, pengkajiannya sebagai wujud dari kemantapan tauhid.<sup>245</sup> Sedangkan ikhlas merupakan suasana kewajiban yang mencerminkan motivasi batin kearah beribadah kepada Allah dan kearah membersihkan hati dari kecenderungan untuk melakukan perbuatan yang tidak menuju kepada Allah. Dengan satu pengertian, ikhlas berarti ketulusan niat untuk berbuat hanya karena Allah. Seseorang dikatakan memiliki sifat ikhlas apabila dalam melakukan perbuatan, ia selalu didorong oleh niat untuk berbakti kepada Allah dan bentuk perbuatan itu sendiri dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya menurut hukum syariah. Sifat seperti ini senantiasa terwujud baik dalam dimensi fikiran ataupun perbuatan, Dalam pandangan ilmu tasawuf, ikhlas mempunyai tingkatan-tingkatan tersendiri. Pertama, *Ikhlas Awam*, yaitu dalam beribadah kepada Allah, karena dilandasi perasaan rasa takut terhadap siksa Allah dan masih mengharapkan pahala. Kedua, *Ikhlas Khawas*, yaitu beribadah kepada Allah karena didorong dengan harapan supaya menjadi orang yang dekat dengan Allah, dan dengan kedekatannya kelak ia mendapatkan sesuatu dari Allah SWT. Ketiga, *Ikhlas Khawas alKhawas* yaitu beribadah

<sup>244</sup> Ihsan Sa'dudin, "Reorientasi Nilai Sufisme Individual-Transedental dalam Naskan at Taufah al Mursalah Menuju Sosio Empirik," *Jurnal Studi Al-Qur'an Membangun Tradisi Berfikir Qur'an* 14, no. 2, 2018. 154

<sup>245</sup> Susi Ambarwati, "Konsep Zikir Abdul Rauf Singkel dalam Kitab Tanbih Al-Masyi" (Skripsi, UIN Imam Bonjol, 2018). 44

kepada Allah karena atas kesadaran yang mendalam bahwa segala sesuatu yang ada adalah milik Allah dan hanya Allah-lah Tuhan yang sebenar-benarnya. Dari penjelasan diatas, tingkatan ikhlas yang pertama dan kedua masih mengandung unsur pamrih (mengharap) balasan dari Allah, sementara tingkatan yang ketiga adalah ikhlas yang benar-benar tulus dan murni karena tidak mengharapkan sesuatu apapun dari Allah kecuali Ridha-Nya<sup>246</sup>

#### 9. Konten Quotes “Wujud Zikir”

Peranan zikir dalam kehidupan umat beragama Islam sangat penting. Berzikir dimaksudkan sebagai sarana berkomunikasi dengan Allah SWT. Berzikir bukan hanya lafal apa yang keluar dari mulut, namun esensi zikir adalah menghayati apa yang diucapkan dan apa yang dihajati. Menurut Al-Hafizh dalam *Fat-hul Bari*, zikir adalah segala lafal yang disukai untuk mengingat dan mengenang Allah SWT.<sup>247</sup> Selain itu terdapat uraian dari Spencer Trimmingham sebagaimana dikutip oleh Burhanuddin memberikan pengertian zikir sebagai *“Recollection a spiritual exercise designed to render god’s presence through-out one’s being. The method employed ehytmical repentative invocation og god’s name”* maksudnya ingatan atau latihan spiritual yang bertujuan untuk menyaktukan kehadiran Tuhan seraya membayangkan wujudnya, atau suatu metode yang digunakan untuk mencapai kosentrasi spiritual dengan menyebut nama Tuhan secara ritmis dan berulang-ulang.<sup>248</sup> Sebagaimana dalam konten

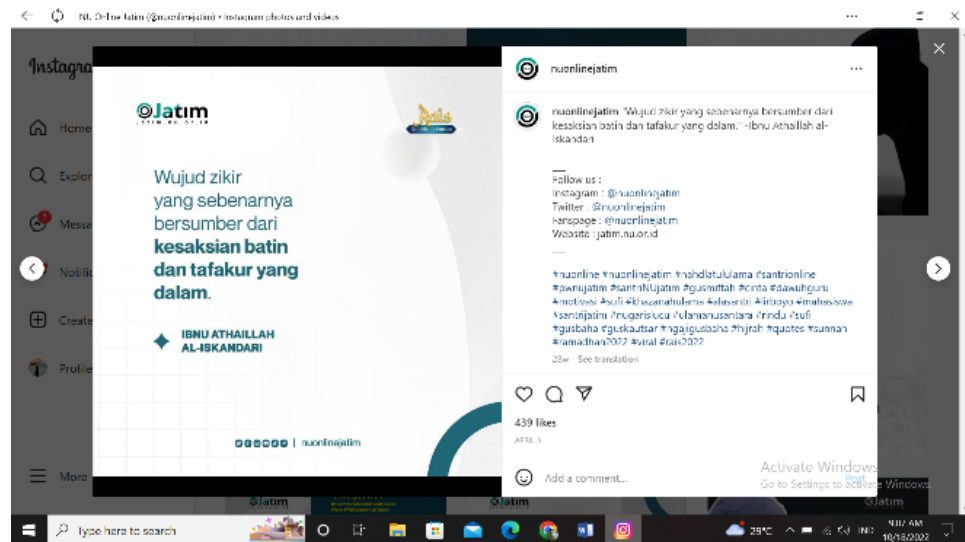
<sup>246</sup> Taufiqurrohman, “Ikhlas Dalam Perspektif Al-Qur’an,” *Eduprof* 1, no. 02 (2019). 95-96

<sup>247</sup> MS. Udin, *Konsep Dzikir Dalam Al-Qur’an dan Implikasinta terhadap Kesehatan* (Mataram: Sanabil, 2021), 67.

<sup>248</sup> BurhaNUddin, “Zikir dan Ketenangan Jiwa (Solusi Islam Mengatasi Kegelisahan dan Kegagalan Jiwa),” *Mimbar (Jurnal Media Intelektual Muslim Dan Bimbingan Rohani)* 6 (2020).



instagram pada 5 April 2022 tentang wujud zikir yang dicetuskan Ibnu Athaillah Al-Iskandari.



Gambar 12: Konten Quotes Wujud Zikir

Nilai nilai yang terkandung dalam konten di atas yaitu:

a. Nilai keIslaman

Zikir merupakan salah satu ibadah untuk mengingat kebesaran Allah SWT. Kata zikir dalam berbagai bentuknya ditemukan dalam Al-Qur'an tidak kurang dari 280 kali. Secara etimologi, perkatan zikir merupakan masdar (kata kerja benda) dan kata kerja *dzakara* yang artinya mengingat, memperhatikan, mengenang, mengambil pelajaran, mengenal atau mengerti. Secara terminologi zikir yang dimaksud sebagaimana yang dilakukan oleh kalangan tasawuf dan tarekat, perilaku zikir diperlihatkan hanya dalam bentuk "renungan" sambil duduk mengucapkan lafadz-lafadz Allah SWT. Sementara itu al-Kalabazi dikutip oleh Burhanuddin memberikan pengertian bahwa "zikir yang sesungguhnya adalah melupakan semuanya kecuali yang esa".

Berzikir merupakan melakukan segala aktivitas yang bisa membangkitkan ingatan akan keagungan, kebesaran, dan kemuliaan Allah.<sup>249</sup>

**b. Nilai Sufisme atau Tasawuf**

Konten quotes tersebut mengandung nilai sufisme. Tasawuf merupakan suatu ilmu pengetahuan ke-Islaman yang membahas tentang cara membersihkan hati, membersihkan batin, menentramkan hati, membangun jiwa dari semangat dan ketuhanan, mendekatkan diri kepada Allah SWT serta terciptanya sifat-sifat kesempurnaan sebagaimana yang telah digariskan oleh Allah dan RasulNya. Tujuan dari tasawuf yaitu berupaya menekankan diri selalu bersama Allah dalam berbagai keadaan dan menimbulkan akhlak mulia dalam diri, pengkajiannya sebagai wujud dari kemantapan tauhid.<sup>250</sup>

Dalam tasawuf, zikir menempati kedudukan yang sangat tinggi. Zikir seorang sufi, seorang pejalan menjadi satu keniscayaan yang tidak bisa diabaikan. Proses perjalanan menuju Tuhan tidak akan berhasil tanpa melibatkan zikir, ingat kepada Allah. Zikir sebagai media untuk taqarrub (mendekatkan diri) kepada Allah. Selain itu ia juga merupakan bagian dari bentuk do'a yang dilakukan dengan penuh *tadharru'*, *khusyu'* dan penuh rendah diri dihadapan Allah SWT yang dianggap sebagai bentuk zikir. Zikir di bagi menjadi tiga bagian yaitu *zikir bil lisan*, *zikir bil qalb* dan *zikir bil jawarih*.<sup>251</sup> Adapun keterkaitan dengan nilai sufisme, maka terdapat *zikir bil qalb*, yaitu bentuk zikir yang dilaksanakan dengan media bertafakkur, merenungkan tanda-tanda kebesaran Allah SWT dan rahasia-rahasia *Ilahiah*

<sup>249</sup> Burhanuddin, "Zikir dan Ketenangan Jiwa (Solusi Islam Mengatasi Kegelisahan dan Kegagalan Jiwa)," *Mimbar (jurnal Media Intelektual Muslim dan Bimbingan Rohani)* 6 (2020).18-19

<sup>250</sup> Susi Ambarwati, "Konsep Zikir Abdul Rauf Singkel dalam Kitab Tanbih Al-Masyi" (Skripsi, UIN Imam Bonjol, 2018). 44

<sup>251</sup> Muniruddin, "Bentuk Zikir dan Fungsinya dalam Kehidupan Seorang Muslim," *Jurnal Pengembangan Masyarakat V*, no. 5 (2018). 2

yang tersirat melalui ciptaanNya. Zikir secara *qolbi* ialah mengingat atau menyebut Allah dalam hati, tidak berhuruf dan tidak bersuara, seperti tafakkur mengingat Allah, merenungi rahasia ciptaanNya secara mandalam dan merenungi tentang zat dan sifat Allah Yang Maha Mulia.<sup>252</sup>

Kedudukan zikir dalam tasawuf juga merupakan salah satu jalan seorang menuju kesufian. Konsep yang penting dalam tasawuf yakni konsep zikir, yang mana zikir dalam tasawuf memiliki kedudukan sebagai ruh atau nyawa bagi penempuh jalan sufi. Pangkap zikir adalah kecintaan kepada Allah dan ujung zikir menjadikan kecintaan ini suatu keharusan dan kemestian yang mesti dimiliki hati. Selain itu dalam tasawuf, kedudukan zikir juga sebagai praktik spiritual. Praktik yang bersifat mediatif ini secara khusus benar jika dihubungkan dengan apa yang disebut sebagai mengingat nama-nama Allah. Praktik spiritual dapat melatih jiwa, dengan cara berzikir, ibadah, tafakkur tentang kebesaran Allah dalam mendekati diri kepadanya.<sup>253</sup>

b. Nilai Sosial dan Budaya

Peran kegiatan zikir merupakan kegiatan yang menjadi budaya atau kebatuan kebiasaan umat Islam di Indonesia, masyarakat berbondong-bondong berkumpul di masjid, rumah warga dan di manapun untuk melakukan kegiatan zikir bersama dengan tujuan-tujuan tertentu, seperti zikir dan tahlil untuk yang sudah meninggal dunia. Kegiatan zikir juga sebagai amalan ibadah yang dilakukan umat Muslim, yang memiliki peran penting dalam nilai sosial. Adapun pelajaran nilai-nilai sosial dalam kegiatan zikir bersama yaitu

<sup>252</sup> Muniruddin, "Bentuk Zikir dan Fungsinya dalam Kehidupan Seorang Muslim," *Jurnal Pengembangan Masyarakat* V, no. 5 (2018). 2

<sup>253</sup> Susi Ambarwati, "Konsep Zikir Abdul Rauf Singkel dalam Kitab Tanbih Al-Masyi" (Skripsi, UIN Imam Bonjol, 2018). 46

*ukhuwah Islamiyah*, menyambung silaturahmi, kepedulian sosial, dan kebersamaan antar masyarakat.<sup>254</sup>

Teori kritis memiliki titik fokus pada wacana dan teks-teks yang mempromosikan ideologi-ideologi tertentu, membentuk dan mempertahankan kekuatan. Hal ini konten yang dihadirkan oleh instagram NU Online Jawa Timur memberikan kekuatan untuk mendominasi masyarakat dengan pandangan yang disajikan dalam konten. Nahdlatul Ulama' yang kental akan tradisi "tahlilan atau pembacaan zikir bersama". Hal ini dimaknai bagi NU sebagai hakikat ketenangan dan kehadiran yang *haqq*. Sehingga disini konten instagram NU Online Jawa Timur menekankan pesan tentang zikir yang disajikan dalam bentuk quotes.

## **B. Implisit Ideologi dalam Wacana Instagram NU Online Jawa Timur**

Kajian mengenai ideologi dalam media sosial telah menjadi topik menarik. Sejalan dengan kemajuan perkembangan teknologi komunikasi dan informatika, saat ini perilaku ideologis semakin mudah diaplikasikan oleh setiap individu, baik dalam kedudukannya sebagai individu yang benar-benar independen maupun dalam kaitannya sebagai bagian dari suatu organisasi. Media sosial memberi pengaruh besar dalam kehidupan masyarakat, hadirnya media sosial juga mengakibatkan peralihan metode dakwah konvensional ke digital. Era digital merupakan era dimana semua akses dapat secara cepat terjangkau oleh para pengguna media, faktor inilah yang mendasari banyaknya para pendakwah, organisasi, dan lembaga dakwah beralih ke media online. Tidak sedikit, dari kalangan masyarakat khususnya mereka yang masih awam ilmu

---

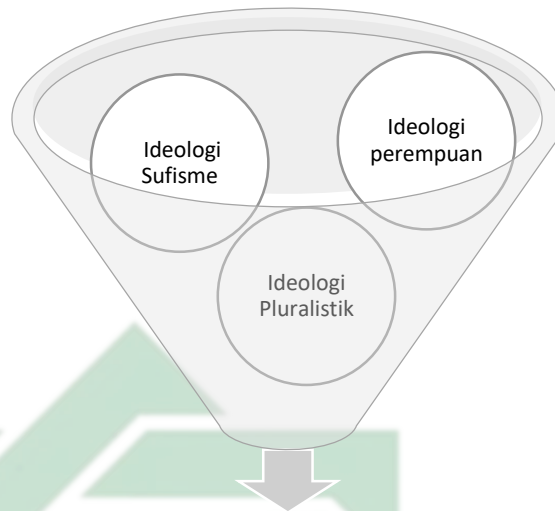
<sup>254</sup> Muhammad Isnain Fahrudin, "Peran Kegiatan Dzikir dan Tahlil dalam Menumbuhkan Nilai-Nilai Pendidikan Sosial dan Spiritual Mat Islam di Desa Sruwen Kecamatan Tenganan Kabupaten Semarang" (Skripsi, IAIN Salatiga, 2016).

agama menjadikan apa yang ada di media sebagai sumber keilmuan. Media online menjadi tempat perkumpulan wacana bagi berbagai paham keIslaman, untuk menyikapi hal tersebut diperlukan media yang menyajikan konten-konten dakwah Islam sesuai dengan nilai-nilai yang telah diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW.

Nahdlatul Ulama' sebagai organisasi kemasyarakatan Islam yang memiliki prinsip moderatisme paham keagamaan, harus mampu memberikan wawasan keIslaman yang teduh, sejuk dan penuh kasih sayang di dalam media. Karena, masuknya berbagai paham keagamaan atau ideologi Islam ke dalam media online khususnya instagram pun tidak terelakkan dan dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat luas.

NU Online Jawa Timur hadir ditengah masyarakat menjaikan konten seputar wawasan keIslaman yang sejalan dengan *Ahlusunnah wal Jamaah*. Selain itu, organisasi ini pun mengedepankan prinsip *tasamuh* (toleransi), *tawazzun* (seimbang), *tawassuth* (tengah) dan *ta'addul* (adil). Sehingga dalam konten instagram akan mendapati berbagai konten atau pesan Islam yang *rahmatan lil 'alamin*. Besarnya pengaruh oragnisasi NU di tengah masyarakat secara otomatis memberikan dampak positif bagi NU Online Jawa Timur.

Eksistensi suatu teks dapat muncul di bearagam tempat dan salah satunya di media. Instagram NU Online Jawa Timur meruoakan sebuah organisasi kemasyarakatan yang didalamnya terdapat sebuah struktur dan jejaring yang kemudian menjadi pembeda peran dan fungsi bagi setiap orang yang terdapat dalam struktur organisasi tersebut. Apilikasi sutau ideologi cenderung inheren dengan perilaku individu dalam kehidupannya. Terkait dengan teks media, maka praktik ideologi itu diaplikasikan melalui proses teks. Adapun 4 ideologi dibalik wacana instagram NU Online yang tersajikan dalam bentuk skema dan penjelasannya.



## Ideologi Dalam Instagram NU Online Jawa Timur

Gambar 13: Skema Ideologi Instagram NU Online Jawa Timur

Dari skema di atas, maka dapat dijelaskan bahwa ideologi-ideologi yang tertanam dalam Instagram NU Online Jawa Timur pada periode Ramadhan meliputi ideologi dalam kajian sufisme, kajian Pluralistik dan kajian Perempuan.

### 1. Ideologi Sufisme dalam Instagram NU Online Jawa Timur

Sufisme merupakan akar kata dari tasawuf dan teosofi. Idiom teosofi berasal dari kata *theos* dan *sophia* yang artinya kebijakan ilahi. Kata ini pertama kali digunakan *mazhab Porphyry* dari Yunani. Sementara tasawuf merupakan kehidupan yang selalu berusaha mendekatkan diri sedekat-dekatnya kepada Allah melalui peningkatan dan penyempurnaan ibadah, baik ibadah wajib maupun ibadah sunnah.<sup>255</sup> Tasawuf merupakan suatu ilmu pengetahuan ke-Islaman yang membahas tentang cara membersihkan hati, membersihkan batin, menentramkan hati, membangun jiwa dan semangat dan ketuhanan, mendekatkan diri kepada

<sup>255</sup> Hamidulloh Ibda, "Penguatan Nilai-Nilai Sufisme dalam Nyadran Sebagai Khazanah Islam Nusantara," *Jurnal Islam Nusantara* 02, no. 02 (2018). 153

Allah SWT serta terciptanya sifat-sifat kesempurnaan sebagaimana yang telah digariskan oleh Allah dan RasulNya. Tujuan dari tasawuf yaitu berupaya menekankan diri selalu bersama Allah dalam berbagai keadaan dan menimbulkan akhlak mulia dalam diri, pengkajiannya sebagai wujud dari kemantapan tauhid.<sup>256</sup>

Al-Junaid memberikan definisi tasawuf sebagai sebuah sikap yang harus dijalani dengan menyucikan hati sehingga tidak ditimpa suatu kelemahan, menjauhi akhlak alami, melenyapkan sifat kemanusiaan, dan menjauhi segala keinginan nafsu. Tasawuf adalah bentuk usaha melatih jiwa yang dilakukan seorang hamba dengan sungguh-sungguh sehingga dapat membebaskan dirinya dari pengaruh kehidupan dunia untuk mendekatkan diri kepada Allah, jiwanya menjadi bersih, berakhlak mulia dan menemukan kebahagiaan spiritual.<sup>257</sup> Tujuan dari tasawuf yaitu berupaya menekankan diri selalu bersama Allah dalam berbagai keadaan dan menimbulkan akhlak mulia dalam diri, pengkajiannya sebagai wujud dari kemantapan tauhid.<sup>258</sup> Tasawuf menonjolkan aspek rasa batin dalam hubungannya dengan Allah SWT.<sup>259</sup> Sufisme yang merupakan salah satu cabang ilmu Islam yang menekankan dimensi atau aspek spiritual dari Islam.

Di Indonesia, fenomena sufisme menunjukkan *trend* perkembangan yang luar biasa. Sebagai contoh keberadaan kelompok majelis sholawat atau dzikir. Kelompok ini menunjukkan bahwa tasawuf telah tumbuh secara signifikan di dalam komunitas Muslim perkotaan yang terdidik, bahkan sebagian anggotanya

<sup>256</sup> Susi Ambarwati, "Konsep Zikir Abdul Rauf Singkel dalam Kitab Tanbih Al-Masyi" (Skripsi, UIN Imam Bonjol, 2018). 44

<sup>257</sup> Ihsan Sa'dudin, "Reorientasi Nilai Sufisme Individual-Transedental dalam Naskan at Taufah al Mursalah Menuju Sosio Empirik," *Jurnal Studi Al-Qur'an Membangun Tradisi Berfikir Qur'an* 14, no. 2, 2018. 154

<sup>258</sup> Susi Ambarwati, "Konsep Zikir Abdul Rauf Singkel dalam Kitab Tanbih Al-Masyi" (Skripsi, UIN Imam Bonjol, 2018). 44

<sup>259</sup> Imam Kanafi, *Ilmu Tasawuf (Penguatan Mental-Spiritual dan Akhlak)* (Pekalongan: PT. Anasya Expanding Management, 2020). 6

berasal dari kelompok elit nasional di Indonesia. Dari sinilah, terlihat bahwa sufisme telah mengalami pembaharuan signifikan, dari yang sebelumnya terkesan eksklusif (tidak populer) karena kebanyakan didominasi oleh orang tua dari wilayah pedesaan. Kini dengan berbagai metode penyampaian substansi yang kreatif dan didukung dengan berbagai peralatan modern dalam berbagai aktifitasnya. Dalam hal ini peneliti memberikan kajian bahwa sufisme bersifat kreatif, aktif, sosial humanistik, religius, damai dan universal yang tetap berlandaskan pada normativitas yang suci. Hal ini sebagai wacana pemikiran yang memiliki wawasan kedepan atas perubahan perilaku manusia.

Terlihat pada postingan NU Online Jawa Timur untuk mengekspresikan Islam dan berinteraksi dengan dimensi kehidupan sosial secara virtual. Karakteristik konten yang ditekankan pada instagram adalah dengan tetap mengedepankan keempat prinsip *tasamuh* (toleransi), *tawazzun* (seimbang), *tawassuth* (tengah) dan *ta'addul* (adil). Sehingga dalam konten instagram akan mendapati berbagai konten atau pesan Islam yang *rahmatan lil 'alamin*. Instagram NU Online Jawa Timur memperkuat penekanan pesan yang disampaikan kepada khalayak, namun menuntut juga adanya tindakan sosial disekelilingnya (sebelum atau sesudah konten tersampaikan). Konten yang diberikan dalam periode Ramadhan memiliki pandangan yang khas sebagai upaya untuk menyajikan pesan Islam secara jelas. Konten instagram NU Online Jawa Timur dapat juga dijadikan rujukan dalam mendapatkan informasi yang benar, tidak sembarangan untuk mempercayai situs atau media yang memburuk-burukkan agama Islam.

## 2. Ideologi Pluralistik dalam Instagram NU Online Jawa Timur

Realitas kehidupan manusia dalam satu dunia yang beragam adalah fakta yang tidak mungkin dipungkiri. Menurut Pitoyo yang dikutip oleh Sutaryo bahwa



“pluralistik merupakan sifat atau kualitas yang menggambarkan keanekaragaman, suatu pengakuan bahwa alam semesta tercipta dalam keanekaragaman.”<sup>260</sup> Kesiapan menerima adanya pluralistik, dalam makna kemajemukan adalah bentuk pemulihan terhadap sunnah kehidupan. Pluralistik adalah suatu paham mengakui, menerima, dan menyambut dengan hati terbuka akan adanya keragaman serta tidak tergantung pada satu pendapat saja. Setiap umat beragama dalam hubungan sosial kemasyarakatan wajib menerapkan pluralistik. Sedangkan hubungan dengan teologi, iman, dan keyakinan agama tidak dikenal istilah pluralistik, ia harus tunggal, utuh, dan setiap pemeluk agama wajib hukum menyakini sepenuh hati akan kebenaran agamanya.<sup>261</sup>

Nahdlatul Ulama’ sebuah organisasi masyarakat Islam merupakan wadah bagi umat Islam yang menganut paham *ahlusunnah wal jama’ah* yang meliputi empat kriterium seperti *tawassuth, tasamuh, tawazun, dan ta’adul* menjadi landasan ideologi NU dalam membangun hubungan sosial secara lintas batas tanpa menihilkan kelompok tertentu yang minoritas. Melalui paham ini, NU mengakomodasi berbagai budaya dan tradisi lokal yang tumbuh dalam kehidupan masyarakat secara turun temurun. Di kalangan tokoh NU, paham aswaja yang dalam perkembangannya bermetamorfosis sebagai ideologi menjadi basis pergumulan intelektual yang menjangkau isu-isu global.

Keragaman adalah keniscayaan yang melekatkan dalam komunitas. Kemajemukan perkembangan teknologi, informasi, memunculkan komunitas-komunitas baru dalam media sosial.<sup>262</sup> Media sosial pun memiliki peran sebagai elemen integral masyarakat untuk menyampaikan informasi. Pluralistik di media

<sup>260</sup> *Membangun Kedaulatan Bangsa Berdasarkan Pancasila: Pemberdayaan Masyarakat Dalam Kawasan Terluar, Terdepan Dan Tertinggal*, 65.

<sup>261</sup> Somad, *Best Practice Tolerance*, 11.

<sup>262</sup> Hendra Kurnia Pulungan, “Pluralisme Dan Media,” *Bahas (Bahasa dan Seni)* 27 (2016).

dapat dikatakan sebagai intekasi kelompok media untuk saling menghormati dan memiliki sikap toleransi, serta tanggung jawab sosial masyarakat dalam memberikan informasi kepada masyarakat.

Dalam kaitan ini, kehadiran beberapa ulama NU yang hadir dengan pemikiran keagamaan yang terbuka akan menjadi warisan sejarah yang akan hidup dalam benak generasi mendatang. Dan pemikiran yang demikian akan menjadi panutan yang tidak mudah hilang oleh pergantian zaman. Karena, dalam pandangan sebagian besar ummat Islam di Indonesia, ulama masih dianggap penyangga peradaban yang bisa mewarisi ajaran para nabi (*waratsatul anbiya'*). Maka menjadi penting untuk mengeksplorasi pemikiran ulama yang progresif ke ruang publik yang direpresentasi sebagai pesan Tuhan, agar Islam bisa dihadirkan sebagai wajah agama yang humanis.

Pertumbuhan media begitu cepat memunculkan pendapat diberbagai kalangan, sehingga di masyarakat umum pernah terjadinya penolakan terhadap informasi yang diberikan oleh media. Bahkan adanya aksi yang dilakukan oleh orang yang ditunjukkan oleh institusi media, karena dianggap propokatif, memojokkan atau bahkan merugikan pihak-pihak tertentu. Di sini negara Indonesia yang mayoritas penduduknya Islam, namun sebagian besar pengalaman pendidikannya masih di bawah rata-rata. Hal ini, berpengaruh terhadap cara pandang masyarakat yang masih awam untuk menyerap gagasan kontemporer. Maka dari itu untuk menginternalisasi gagasan pluralistik ke dalam media sosial instagram, Nahdlatul Ulama' memberikan pesan inti dari Al-Qur'an secara kontekstual. Sebagai representasi ideologi, setiap konten pada instagram NU online Jawa Timur memaparkan fakta dengan membawa kesimpulan yang cenderung memihak pada kelompok atau objek tertentu. Sebagai media

pendukung penyiaran ajaran Islam, instagram NU online Jawa Timur tetap berpedoman pada website NU online. Secara kontekstual Al-Qur'an tetap menjadi pesan inti dan di kuatkan oleh hadist, ijma' dan qiyas.

Nadhlatul Ulama' dinilai sangat kontribusi dalam mencerahkan masyarakat dengan menebarkan Islam yang damai dan ramah di media sosial. Terbukti dengan keberhasilan NU online mendapatkan predikat sebagai situs terbaik dalam kategori sosial kemasyarakatan. Selain itu, NU online juga berada pada peringkat pertama sebagai situs Islam paling populer di Indonesia versi Alexa.<sup>263</sup> Keberhasilan inilah menjadikan pemikiran-pemikiran NU dapat di terima dan tersampaikan dengan efektif dan efisien kepada publik. Metode penyampaiannya NU bersifat dinamis, artinya NU mampu mengimbangi perkembangan zaman, namun tetap mempertahankan serta memperjuangkan prinsip dan nilai dasar NU. Instagram NU Online Jawa Timur mengekspresikan agama Islam dan berinteraksi dengan dimensi kehidupan sosial secara virtual. Instagram NU Online yang merupakan media pendukung dakwahnya Nadhlatul Ulama khususnya wilayah Jawa Timur selalu terbuka dengan semua postingan yang disajikan, namun tetap berada di jalur ke NU-annya. Tidak sedikit khalayak yang memberikan *feedback* baik kepada instagram NU Online Jawa Timur, *feedback* tersebut baik berupa komentar, pesan pribadi, ataupun like.<sup>264</sup>

### 3. Ideologi Perempuan dalam Instagram NU Online Jawa Timur

Media sosial dengan berbagai *platform* telah memberi ruang besar bagi perempuan Muslim khususnya untuk menampilkan dan menunjukkan identitasnya serta ekspresinya dalam masyarakat. Organisasi masyarakat keIslaman Nadhlatul

<sup>263</sup> Muhammad Rofi'i Bunaweni, Wawancara Dakwah NU Online di Instagram, November 2022

<sup>264</sup> Muhammad Rofi'i Bunaweni, Wawancara Dakwah NU Online di Instagram, November 2022

ulama memiliki tokoh-tokoh perempuan yang memberikan penilaian positif kepada masyarakat. Seperti para ulama perempuan di NU, seperti Bu Nyai, Nawaning dan praktisi muda NU lainnya. . Selain itu perempuan di instagram NU Online Jawa Timur juga menunjukkan prestasi keberhasilan yang dicapai dalam bidang yang digelutinya. Langkah instagram NU online Jawa Timur memberi ruang lebih luas pada perempuan merupakan hal yang tepat, karena ada banyak perempuan yang memiliki kapasitas keilmuan atau keorganisasian mumpuni untuk kebesaran NU.

Populasi di instagram NU Online Jawa Timur memang masih di dominasi oleh laki-laki. Namun perempuan pun mengambil peran penting dan apa yang mereka lakukan memberi kontribusi yang baik. Terbukti dengan banyaknya konten-konten yang menyangkut perempuan, baik itu perempuan subjek konten, pesan konten, objek konten, atau bahkan peran perempuan dibalik konten.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## **BAB V PENUTUP**

### **1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisa data yang telah terkumpul dalam penelitian ini, penulis dapat memberikan kesimpulan terhadap bagaimana realitas dakwah NU Online Jawa Timur di media sosial instagram, sebagai berikut:

Berdasarkan hasil analisa data yang telah terkumpul dalam penelitian ini, penulis dapat memberikan kesimpulan terhadap bagaimana realitas dakwah NU Online Jawa Timur di media sosial instagram, sebagai berikut:

1. Nahdlatul Ulama merupakan organisasi masyarakat Islam yang dianggap identik dengan pesantren, pedesaan dan ketinggalan jaman tidaklah tepat. Nahdlatul Ulama' adalah organisasi yang tidak gagap teknologi, sehingga menggunakan media baru Instagram sebagai sarana dakwah. Sehingga Nahdlatul Ulama pun memiliki media sosial instagram sebagai media pendukung dalam penyebaran pesan Islam, berita organisasi dan lain-lain. Peneliti membatasi sembilan konten di akun instagram NU Online Jawa Timur pada periode ramadhan 2022, yang terdiri dari tiga konten grafis, tiga konten podcast dan tiga konten quotes, agar penelitian ini lebih terfokus.
2. Wacana sosial keagamaan yang dimuat pada instagram NU Online Jawa Timur mengandung nilai keIslaman, nilai sufisme, nilai budaya, nilai sosial, nilai pembaharuan, nilai pluralistik, serta nilai feminisme. Dari tujuh wacana yang mengandung nilai tersebut, yang paling dominan adalah wacana keIslaman. Ideologi yang terkandung dalam konten instagram NU Online Jawa Timur adalah ideologi sufisme, ideologi pluralistik serta ideologi feminisme.

## 2. Rekomendasi

Berdasarkan penyelesaian proses penelitian ini dari hasil analisa data yang telah ditemukan dan teori-teori yang digunakan menjadi landasan operasional dan pembahasan pada penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi sebagai masukan yang dapat dijadikan bahan beberapa pihak, di antaranya sebagaimana berikut:

### 1. Rekomendasi bagi Masyarakat Umum

Dakwah di media sosial instagram NU Online Jawa Timur memberikan respon yang positif kepada khalayak, karena sebagai salah satu strategi dakwah yang harus dikembangkan untuk mengikuti *trend* karena dengan prinsip *Al-Muhafadzah ala Qadhimi Al Salih, Wa Al-Akhdzu bi Al-Jadidi Al-Ashlah*, yang artinya NU melestarikan nilai-nilai lama yang baik dan mengakomodasi nilai-nilai baru yang lebih baik sehingga tetap tidak kehilangan dan meninggalkan tradisi lama. Selain itu juga dapat memberikan pemahaman kepada generasi millennial. Menurut penulis, mereka sebagai komunikator dakwah dalam media sosial instagram NU Online Jawa Timur pada khalayak (konsumen instagram) selalu memberikan pemahaman mengenai ajaran agama Islam sesuai dengan syariatnya, dengan tetap menganut paham Ahlusunnah wal jamaah. Sehingga khalayak dapat mengkonsumsi kajian konten dakwah dengan baik, terarah serta dapat diimplementasikan kepada kehidupan sehari-hari.

### 2. Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam memetakan sejauh mana efektifitas dakwah di media sosial intagram NU Online Jawa Timur kepada khalayak. disebabkan metode yang digunakan yaitu analisis wacana, dimana lebih menekankan pada konten serta praktik diskursif di dalamnya. Penelitian ini tidak bertujuan untuk membongkar akan produksi secara mendalam instagram NU

Online Jawa Timur, oleh sebab itu guna untuk melengkapi temuan ini agar dapat dilakukan penelitian kualitatif yang jangkauannya lebih mendalam terkait produksi konten. Selain itu, penelitian ini juga tidak bertujuan agar mengetahui persentase jumlah khalayak yang memberikan respon positif atau negatif dengan adanya dakwah media sosial instagram ini. oleh sebab itu guna untuk melengkapi temuan-temuan penelitian ini agar dapat dilakukan penelitian kuantitatif yang jangkauannya lebih luas dan mengetahui seberapa khalayak menerima, selektif, dan menolak akan metode dakwah di media sosial ini.

3. Rekomendasi untuk Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Penulis melihat perlunya diadakan penelitian yang lebih banyak kepada generasi selanjutnya mengenai dakwah NU Online Jawa Timur yang kini sudah mengalami perkembangan dari konvensional ke media sosial, NU Online Jawa Timur yang memberikan sebuah ciri khas dalam berdakwah yang dapat menghasilkan temuan yang berbeda lagi. Ini penting dilakukan untuk melihat bagaimana realitas dakwah dalam instagram NU Online Jawa Timur terhadap masyarakat.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Abror, Muhammad. "Ketentuan Zakat Fitrah Bagi Perantau." NuOnline19th, 2022. <https://www.nu.or.id/nasional/ketentuan-bayar-zakat-fitrah-bagi-orang-perantauan-zUDnL>.
- Ahmad, Muhammad Rdani bin. Risalah Haidl, Nifas Dan Istikhadloh. Revisi. Surabaya: Al-Miftah, 2021.
- Akhmad, Nurul. Ensiklopedia Dinamika Masyarakat. Digital 2019. Semarang: Alprin, 2010.
- Alawi, Abdullah. "Tujuh Strategi Kebudayaan Islam Nusantara Dari Lesbumi NU." NUOnline.or.Id. Jakarta, 2018.
- Al-Ayyubi, M. Zia, and Muhammad Munif. "Ziarah Kubur Perspektif Pendekatan Historis-Sosiologis Kontekstualisasinya Dalam Kehidupan Kontemporer." Jurnal Studi Hadis Nusantara 3 (2021).
- Ali Aziz, Moh. Ilmu Dakwah. Revisi. Jakarta: Kencana, 2017.
- Ambarwati, Susi. "Konsep Zikir Abdul Rauf Singkel Dalam Kitan Tanbih Al-Masyi." Skripsi, UIN Imam Bonjol, 2018.
- Aminudin. "Konsep Dasar Dakwah." Al-Munzir 9 (2016).
- Anam, Khoirul. "Majalah Aula." NUOnline. Surabaya, 2012. <https://www.nu.or.id/nasional/majalah-aula-T4TuM>.
- Anam, Khoirul, Buldanul Khuri, and Dwi Oblo. Ensklopedi Nahdlatul Ulama: Sejarah Tokoh Dan Khazanah Pesantren. Jakarta: Mata Bangsa dan PBNU, 2014.
- Anggita, Arsyi Koes. "Konstruksi Sosial Terhadap Berita Hiburan Di Media Sosial (Followers Dari Akun Instagram @Lambe\_turah)." Prosiding Konferensi Nasional 01, no. 01 (2017).
- Anggreini, Sintha. "Tradisi Halal Bihalal Dalam Menjaga Silaturahmi Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Badar Jaya Barat Lampung Tengah." Skripsi, UIN Raden Intan, 2021.
- Arifiyah Maliki, Ahmad. "Penanaman Nilai-Nilai Sosial Dan Spiritual Santri Di Pondok Pesantren as Syafiiyah NU Grogol, Blotongan, Siderejo, Salatiga." Skripsi, IAIN Salatiga, 2020.
- Arikha, Marina. "Dinamika Nilai Ideologis (Analisa Kritis Terhadap Fenomena Pemilihan Umum Sebagai Bagian Dari Fenomena Sosial Di Indonesia." Universitas Indonesia, 2009.
- Astuti, Dyah Dwi. "Konten Radikalisme Terbanyak Di Facebook Dan Instagram." Antaranews.Com. Jakarta, 2019.



- Aziz, Hasan. "Dinamika Media Massa Nahdlatul Ulama Dari Era Cetak Hingga Digital." Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, 2019.
- Badan Pusat Statistik. "Persentase Penduduk Berumur 5 Tahun Ke Atas Yang Mengakses Internet Dan Untuk Apa Saja Menggunakan Internet Dalam 3 Bulan Terakhir Di Jawa Timur Dirinci Menurut Kabupaten/Kota Dan Jenis Kelamin, 2020," 2021. <https://pasuruankota.bps.go.id/statictable/2021/01/26/2874/persentase-penduduk-berumur-5-tahun-ke-atas-yang-mengakses-internet-dan-untuk-apa-saja-menggunakan-internet-dalam-3-bulan-terakhir-di-jawa-timur-dirinci-menurut-.html>.
- Badara, Aris. Analisis Wacana (Teori, Metode, Dan Penerapannya Pada Wacana Media). Cetakan kedua. Jakarta: Kencana Pradana Media Group, 2013.
- Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, Pusat. "Kamus Besar Bahasa Indonesia,"
- Bariroh, Widad. "Kesalehan Ramadhan." Podcast Binnur, 2022.
- Bin Hasballah Thaib, Zamakhsyari. "Ramadhan Di Indonesia: Amalan Dan Tradisi." Repository.Dharmawangsa.ac.id (2017).
- Bobby, Lutfi Fatmasari, Ahmad Nurcholis, and Rachman Santoso. "Strategi Dakwah Multimedia Nahdlatul Ulama Melalui Instagram @Nuonline\_Id.," jurnal Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman 7 (2021).
- Bunaweni, Muhammad Rofi'i. "Strategi Dakwah NU Online Di Instagram," November 2022.
- bunaweni, Muhammad Rofi'i. "Wawancara Dengan Tim Redaksi Nu Online Jawa Timur," August 23, 2022.
- Burhanuddin. "Zikir Dan Ketenangan Jiwa (Solusi Islam Mengatasi Kegelisahan Dan Kegalauan Jiwa)." Mimbar (jurnal Media Intelektual Muslim dan Bimbingan Rohani) 6 (2020).
- Buwenawi, Moch Rofi'i. "Transformasi Dakwah Nu Online Jawa Timur," October 31, 2022.
- Cahyono, Anang Sugeng. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia." Publiciana 9, no. 1 (2016).
- Caroline. Sejarah Perubahan Cepat Teknologi: Dari 2000 Hingga 2021. e-book: Elementa Media, 2021.
- Chaliddin. "Konsep Mahram Dalam Hukum Isla Analisis Hadis Dalam Kitab al Muwta' Imam Malik." Al-Qadha 6, no. 1 (2019).
- Demartoto, Argyo. "Teori Konstruksi Sosial Dari Petter l Berger Dan Thomas Luckman," 2013. <https://argyo.staff.uns.ac.id/2013/04/10/teori-konstruksi-sosial-dari-peter-l-berger-dan-thomas-luckman/>.
- Departemen Pendidikan Nasional. "Kamus Besar Bahasa Indonesia." Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008.

- Edmansyah, Yudid Tira. "Peran Pondok Pesantren Dalam Bidang Sosial Keagamaan (Studi Pondok Pesantren Inayatullah Desa Limbang Jaya Kabupaten Ogan Ilir Provinsi Sumatera Selatan)." Skripsi, UIN Raden Fatah, 2019.
- Effendy, Moh Hafid, Agik Nur Effendi, and Agus Purnomo Ahmad Putikadyanto. "Media Sosial Sebagai Platform Penyampaian Ideologi Keagamaan." *Proceedings of the 3rd International on Islamic Studies* 1–3 (2019).
- Fakhruroji, Moch. *Dakwah Di Era Media Baru (Teori Dan Aktivisme Dakwah Di Internet)*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media, 2019.
- Fakhuroji, Mochammad, Ridwan Rustandi, and Busro. "Bahasa Agama Di Media Social: Analisis Framing Pada Media Social 'Islam Popular.'" *Jurnal Bimas Islam* 13 (2020).
- Fuad, Jauhar. "Akar Sejarah Moderasi Islam Pada Nahdlatul Ulama." *Tribakti: Jurnal Pemikiran Islam* 31 (2020).
- Fuadi. "Memahami Hakikat Kehidupan Sosial Keagamaan Sebagai Solusi Alternatif Menghindari Konflik." *Substantia* 12, no. 1 (2011).
- Haqqi AnnaZilli, M. "Relasi Antara Agama Dan Media Baru." *Syi'ar* 18, no. 2 (2018).
- Hasballah, Jamaliah. "Nilai-Nilai Budi Pekerti Dalam Kurikulum." Tesis, IAIN Ar-Rainy, 2008.
- Hasinah, Sheila. "Tolok Ukur Keberhasilan Ramadhan." *Instagram NU Online Jawa Timur*. Binnur, 2022
- Hasyim, Mohammad. "Analisis Produksi Berita Di NU Online." Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2013.
- Helpiastuti, Selfi Budi. "Media Sosial Dan Perempuan (Analisis Wacana Terhadap Facebook Sebagai Media Komunikasi Terkini Bagi Perempuan)." *LSP Conference Proceeding* (2017).
- Herlina. "Ziarah Kubur Menurut Tokoh Nahdlatul Ulama Dan Muhammadiyah Di Kota Palembang." UIN Raden Fatah, 2019.
- Ibda, Hamidulloh. "Penguatan Nilai-Nilai Sufisme Dalam Nyadran Sebagai Khazanah Islam Nusantara." *Jurnal Islam Nusantara* 02, no. 02 (2018).
- Ihsan Sarifuddin, Ahmad, and Dzurrottun Afifah Fauziyah. "Fenomena Islam Dan Media Sosial Di Indonesia." *Al-Muaddib: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Keislaman* 6, no. 2 (2021).
- Indriani, Dewi. "Ghibah Menurut Imam An-Nawawi Dan Yusuf Al-Qardhawi (Kasus Media Sosial Facebook Pada Masyarakat Kecamatan Pulau Rakyat)." Skripsi, UIN Medan, 2019.
- Infarul, Ilyas. "Profil Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara " Cyber Media Santri Sebagai Mercusuar Negeri " " Cyber Media Santri Sebagai Mercusuar Negeri," n.d. [https://www.academia.edu/36843522/PROFIL\\_KOMUNITAS\\_ARUS\\_INFORMA](https://www.academia.edu/36843522/PROFIL_KOMUNITAS_ARUS_INFORMA)

SI\_SANTRI\_NUSANTARA\_Cyber\_Media\_Santri\_sebagai\_Mercusuar\_Negeri\_Cyber\_Media\_Santri\_sebagai\_Mercusuar\_Negeri\_.

- Irwanto, and Laurensia Retno Hariatiningsih. "Identitas Diri Pada Media Sosial (Konstruksi Sosial Dan Potensi Rumor Pengguna Instagram)." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 10 (2019).
- Islami, Syifa'hayati. "Pemikiran Dan Aktivitas Dakwah Ustadz Abdul Somad Melalui Media Social Youtube." program studi komunikasi dan penyiaran islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2018.
- Isnain Fahrudin, Muhammad. "Peran Kegiatan Dzikir Dan Tahlil Dalam Menumbuhkan Nilai-Nilai Pendidikan Sosial Dan Spiritual Mat Islam Di Desa Sruwen Kecamatan Tenganan Kabupaten Semarang." Skripsi, IAIN Salatiga, 2016.
- Izad, Rohmatul. "Perbedaan Wacana Sufisme NU Dan Muhammadiyah." Alif.Id, 2019. <https://alif.id/read/rohmatul-izad/perbedaan-wacana-sufisme-di-nahdlatul-ulama-dan-muhammadiyah-b225102p/>.
- Jempa, Nurul. "Nilai-Nilai Agama Islam." *Pedagogik* 4, no. 2 (2017).
- Julhadi, and Nurasih. "Organisasi Sosial Keagamaan Dan Pendidikan Islam (Nahdlatul Ulama)." *Mau'izhah XI* (2021).
- Kafa, Imam. "Hikmah Ramadhan (Podcast Binnur Ramadhan." Instagram NU Online Jawa Timur, 2022.
- Kafid, Nur. "Sufisme Dalam Dinamika Kehidupan Masyarakat Muslim Kontemporer." *Mimbar Agama Budaya* 37 (2020).
- Kanafi, Imam. *Ilmu Tasawuf (Penguatan Mental-Spiritual Dan Akhlak*. Pekalongan: PT. Anasya Expanding Management, 2020.
- Karim, Abdul. "Dimensi Sosial Dan Spiritual Ibadah Zakat." *ZISWAF* 2, no. 1 (2015).
- Karim, Abdul. "Puasa, Sikap Sosial Dan Kualitas Iman." IAINKudus.Ac.Id, 2020.
- Khoiron, Mahbib. "Haid Saat Ramadhan, Apa Yang Bisa Dilakukan Perempuan?" *Keislaman*. Jatim.Nu.or.Id, 2021.
- Kurniawati, Puput. "Akhlak Mencari Ilmu." Instagram NU Online Jawa Timur. Podcast Binnur, 2022.
- Leliyanto, M. "Konsektualisasi Sufisme Dalam Kemodernan Dan Keindonesiaan." Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, 2010.
- Lestari, Puput Puji. "Dakwah Digital Untuk Generasi Millennial." *Jurnal Dakwah* 21, no. 1 (2020).
- Linda Lindawati, Dede, and Acep Nurlaeli. "Analisis Adab Mencari Ilmu Dalam Kitab Ta'limul Muta'allim Dan Implikasinya Terhadap Pendidikan Karakter Di Smart Harapan Umat Karawang." *Jurnal ilmiah profesi pendidikan* 6, no. 2 (2021).

- Littlejohn, Stephen W., and Karen A Foss. *Teori Komunikasi*. 9th ed. Jakarta: Salemba Humaika, 2009.
- Lutfi Fatmasari, Ahmad Nurcholis, and Bobby Rachman Santoso. "Strategi Dakwah Multimedia Nahdlatul Ulama Melalui Instagram @NUONLINE\_ID." *Al-Insyiroh: Jurnal Studi Keislaman* 7 (2021).
- Mahbib, Khiron. "Haid Saat Ramadhan, Apa Yang Bisa Dilakukan Perempuan?" *Keislaman*. *Jatim.Nu.or.Id*, 2021.
- Mahdi, M. Ivan. "Pengguna Media Sosial Di Indonesia Capai 191 Juta Pada 2022." *DataIndonesia.Id*, 2022. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>.
- Maimunah. "Wacana Keagamaan Dan Perilaku Sosial Masyarakat Melayu Perantau Di Palembang." *Laporan Hasil Penelitian*, UIN Raden Fatah, 2016.
- Manik, Wagiman. "Kewajiban Menuntut Ilmu." *Jurnal Waraqat* 11, no. 2 (2017).
- Mardiana, Reza. "Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial." *Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah* 10, no. 02 (2020).
- Morissan. *Teori Komunikasi*. Pertama. Bogor: Ghalia Indonesia, 2013.
- Mubun, Nurul. *Misteri Lidah Manusia*. Jakarta: Pt Gramedia, 2012.
- Muflihah, Lina. "Dakwah Muslim Milenial (Studi Kasus Dalam Akun Instagram @Surabayahijrah)." *Tesis*, UIN Sunan Ampel, 2020.
- Muhtadi, Asep Saeful. *Komunikasi Dakwah (Teori, Pendekatan Dan Aplikasi)*. Pertama. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012.
- Munib, Abdul. "Efektifitas Puasa Dalam Meningkatkan Disiplin Beribadah Bagi Masyarakat Desa Karduluk Sumenep." *Jurnal Penelitian dan Pemikiran Keislaman* 6 (2019).
- Muniruddin. "Bentuk Zikir Dan Fungsinya Dalam Kehidupan Seorang Muslim." *Jurnal Pengembangan Masyarakat V*, no. 5 (2018).
- Musdalifah, Intan. "Komunikasi Antar Umat Beraama Di Desa Pancasila Balun Kec Turi Kab Lamongan." *UIN Sunan Ampel Surabaya*, 2021.
- Mustaqim, Abdul. "Konsep Mahram Dalam Al-QUr'an (Implikasinya Bagi Mobilitas Kaum Perempuan Di Ranah Publik)." *Musawa* 9 (2010).
- Muzakki, Hawwin. "Wacana Keagamaan REmaja Di Media Sosial (Kajian Analisis Wacana Model Van Dijk Dalam Tulisan Afi)." *As-Salam* 1 6, no. 2 (2017).
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial (Prespektif Komunikasi, Budaya, Dan Sositologi)*. Cetakan ke 4. Bandung: Sembiosa Rekatama Media, 2021.
- Nazih, Abdullah Ghulam. "Dasar-Dasar Dalam Dakwah." *Makalah Nusus Dakwah*, Universitas Islam As-Syafi'iyah, 2020.

- Fadholi Noer, Muhammad. "Menuntut Ilmu Sebagai Transformasi Perubahan Paradigma (Studi Matan Hadis Nabi SAW, Dalam Sunan al-Tirmidzi, Kitab al Ilm an Rasulullah, Bab Fadhl Thallab al Ilm, No Hadis 2572." jurnal qathruna 1, no. 1 (2014).
- Nurdin, Ali. Penelitian Teks Media (Teori Dan Contoh Praktik Penelitian Bidang Komunikasi). Surabaya: CV Revka Prima Media, 2021.
- Pulungan, Hendra Kurnia. "Pluralisme Dan Media." *Bahas (Bahasa dan Seni)* 27 (2016).
- Pusparisa, Yosepha. "Instagram, Media Sosial Favorit Generasi Z." *Databoks*, May 16, 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/16/instagram-media-sosial-favorit-generasi-z>.
- Puspitorukmi, Nila. "Konstruksi Feminisme Dalam Media Sosial (Analisis Wacana Kritis Tentang Feminisme Pada Akun @magdaleneid Di Instagram)." Skripsi, Universitas Sebelas Maret, 2019.
- Puteh, M Jakfar, and Saifullah. *Dakwah Tekstual Dan Dakwah Kontekstual*. Cetakan ke-3. Aceh: CV Citra Kreasi Utama, 2006.
- Putranto, Teguh Dwi. "Wacana Pemberitaa Tentang Corporate Social Responsibility PT Djarum Terhadap Pengembangan Bulu Tangkis Indonesia." Universitas Airlangga, 2018.
- Raharjo, Wasisto. "Cyberspace, Internet, Dan Ruang Publik Baru: Aktivisme Online Politik Kelas Menengah Indonesia." *Jurnal Pemikiran Sosiologi* 3 (2016).
- Rahma, Atik Sukiarti. "Analisis Narasi Film 99 Cahaya Di Langit Eropa." UIN Syarif Hidayatullah, 2014.
- Rahmah, Siti. "Wanita Haidl Dengan Metode Syarah Perspektif Teologi Islam." *Jurnal Penelitian Ilmu Ushuluddin* 1, no. 2 (2021).
- Razi, Fahrur. "NU Dan Kontiunitas Dakwah Kultural." *Jurnal Komunikasi Islam* 01 (December 2011).
- Renaldi, Mochammad, Suhendra, and Muhammad Fahri. "Analisis Pesan Dakwah Pada Akun Intstagram @Si\_Bedil Periode 2021-Januari 2022." *Koloni (Jurnal Multidisiplin Ilmu)* 1 (2022).
- Riyani, Irma. "Menelusuri Latar Historis Turunnya Al-Quran Dan Proses Pembentukan Tatanan Masyarakat Islam." *Al-Bayan: Jurnal Studi Al-qur'an dan Tafsir* 1 (2016).
- Rizana, Andrew Utama, and Irene Svinarky. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Dinamika Masyarakat Dan Lahirnya Bentuk Bentuk Perbuatan HUKUM Baru Di Media Sosial." *Jurnal Cahaya Keadilan* 9 (2021).
- Rizaty, Monavia Ayu. "Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat Di Dunia." *DataIndonesia.Id*, 2022. <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-instagram-indonesia-terbesar-keempat-di-dunia>.
- Rohmadi, Arif. *Tips Produktif Bersosial Media*. e-book: Elax Media Komputindo, 2016.

- Romadani, Andika, and Yasser Fikry. "Peran Media Sosial Dalam Dakwah Islam Nahdlatul Ulama (Instagram @Nuonline\_id)." *Prosiding Jurnalistik* 7, no. 1 (2021).
- Royanulloh, and Komari. "Bulan Ramadhan Dan Kebahagiaan Seorang Muslim." *Jurnal Psikologi Islam dan Budaya* 2 (2019).
- Ryn. "Penjelasan Pidana RKUHP Bagi Pasangan Checkin Hotel Belum Menikah." *CNN Indonesia*. Jakarta, 2022.
- Sa'dudin, Ihsan. "Reorientasi Nilai Sufisme Individual-Transedental Dalam Naskan at Taufah al Mursalah Menuju Sosio Empirik." *Jurnal Studi Al-Qur'an Membangun Tradisi Berfikir Qur'an* 14, no. 2 (n.d.): 2018.
- Saifullah. "Penjelasan Lengkap Perbedaan Muhrim Dan Mahram." *Jatim.Nu.or.Id*, 2021. <https://jatim.nu.or.id/keislaman/penjelasan-lengkap-perbedaan-muhrim-dan-mahram-0N9Re>.
- Salma. "Kerangka Berpikir: Pengertian, Cara Membuat, Dan Contoh Lengkap." *Deepublish*, April 2022. <https://penerbitdeepublish.com/kerangka-berpikir/>.
- Salman. "Media Sosial Sebagai Ruang Publik." *Kalbisocio (Jurnal Bisnis dan Komunikasi)* 4 (2017).
- Saputra, Rahmat, and Azyyati Mohd Nazim. "Strategi Dakwah Islam Melalui Media Online Nahdlatul Ulama (Www.Nu.or.Id) Islamic Dakwah Strategis via Online Media by Nahdlatul Ulama." *MJIS (Malaysian journal for Islamic Studies)* 2 (2017).
- Sarah, Nur. "Analisis Wacana Kritis Perpektif Teun Van.Dijk Terhadap Media Sosial Pada Akun Instagram @indonesiatanpapacaran." *UIN Sunan Ampel*, 2019.
- Sarjoko. "Manajemen Redaksi Pada Media NU Online Pengurus Besar Nahdlatul Ulama'." *Skripsi*, UIN Sunan Kalijaga, 2016.
- Setia, Paelani, and Asep Muhammad Iqbal. "Adaptasi Media Sosial Oleh Organisasi Keagamaan Di Indonesia: Studi Kanal Youtube Nahdlatul Ulama, NU Channel." *Jispo: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 11 (2021).
- Setiawan, Wawan. "Makna Simbolik Budaya Marhabanan Bagi Kalangan Nahdlatul Ulama." *Hanifiyah: Jurnal Studi Agama-Agama* 3 (2020).
- Shadrina, Elfara. "E-Dakwah Nahdlatul Ulama Dan Muhammadiyah: Penggunaan Twitter Sebagai Media Dakwah Kontemporer." *Tesis*, Universitas Airlangga, 2015.
- Shalihah, Raadliyatush, and Muhammad Habibi Hamzah. "Analisa Kualitas Hadis Anjuran Menuntut Ilmu Sampai Cina." *Tsaqofah: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 1 (2021).
- Shofaussamaati. "Ikhlās Perspektif Al-Qur'an: Kajian Tafsir Maudhu'i." *Jurnal Hermeneutik* 7, no. 2 (2013).
- Sholeh, Shonhadji. "Pembaruan Wacana Kaum Nahdliyin: Kajian Sosiologis Tentang Perubahan Dari Tradisionalisme Ke Pos-Tradisionalisme." *Disertasi*, Universitas Airlangga, 2004.

- Sobur, Alex. Analisis Teks Media. Bandung: Rosdakarya, 2009.
- Somad, Duski. Best Practice Tolerance. Sumatra Barat: PAB Publishing, 2017.
- Suhandang, Kustadi. Strategi Dakwah (Penerapan Strategi Komunikasi Dalam Dakwah). Bandung: PT Remaja Posdakarya, 2014.
- Sumadi, Eko. "Dakwah Dan Media Sosial (Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi)." *At-Tabsyir (Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam)* 4, no. 1 (2016).
- Suparno, Basuki Agus. "Memahami Teori Teori Kritis Dalam Ilmu Komunikasi." *Paradigma: Masalah Sosial, Politik dan kebijakan* 9 (2005).
- Sutaryo, Irvan Dwidya, Revrisond Baswir, Sri Edi Swasono, and Wihana Kirana. *Membangun Kedaulatan Bangsa Berdasarkan Pancasila: Pemberdayaan Masyarakat Dalam Kawasan Terluar, Terdepan Dan Tertinggal*. Yogyakarta: Pusat Studi Pancasila UGM, 2015.
- Sutrisno, Edy. *Dakwah Digital Di Era Millenial*. Guipedia, 2021.
- Suyitno, Imam. *Analisis Wacana Budaya (Refleksi Budaya Dalam Kosakata)*. Malang: UM Press, 2015.
- Taufiqurrohman. "Ikhlas Dalam Perspektif Al-Qur'an." *Eduprof* 1, no. 02 (2019).
- Tedi, Enjang. "Setting Sosial Keagamaan Dan Politik Dalam Wacana Penerbitan Buku." *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*. 10 (2016).
- Tim Prodi Ilmu Komunikasi UMM. *Relasi Kuat Antara Generasi Millenial Dan Media*. Malang: Inteligencia Media (Intens Publshing Group, 2020.
- Tricana, Wahyu. "Media Massa Dan Ruang Publik, Sebuah Ruang Yang Hilang." *Aristo* 1 (2013).
- Triyono, Agus, and Nifsya Khaira Marhuda,. "Studi Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Media Social Intagram @Dakwah\_Tauhid." *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4 (2020).
- Udin, MS. *Konsep Dzikir Dalam Al-Qur'an Dan Implikasinta Terhadap Kesehatan*. Mataram: Sanabil, 2021.
- Ummah, Athik Hidayatul. "Dakwah Digital Dan Generasi Millenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)." *Tasamuh* 18, no. 1 (2020).
- Wahyudi, Hendro Setyo, and Mita Puspita Sukmasari. "Teknologi Dan Kehidupan Masyarakat." *Analisa Sosiologi* 3, no. 1 (2014).
- Wijayanti, Hasna. *Panduan Analisis SWOT Untuk Kesuksesan Bisnis*. e-book: anak Hebat Indonesia, 2019.
- Wuryanta, Eka Wenats. "Teori Kritis Dan Varian Paradigmatis Dalam Ilmu Komunikasi." UIN Syarif Hidayatullah, 2012.
- "Realitas Sosial." Wikipedia, 2022.  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Realitas\\_sosial#:~:text=5%20Referensi-](https://id.wikipedia.org/wiki/Realitas_sosial#:~:text=5%20Referensi-)

.Pengertian%20menurut%20para%20ahli,sebab%20ia%20tidak%20dapat%20dienyahkan).



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A