

**SOLUSI DAKWAH MASYARAKAT *SOCIETY 5.0***

**(Studi Pada Media Youtube NU Online)**

TESIS

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat guna Memperoleh Gelar  
Magister dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

**YUDHA ARTA MUKTI**

NIM : 2101028023

**PROGRAM MAGISTER KOMUNIKASI DAN PENYIARAN**

**ISLAM PASCASARJANA UIN WALISONGO**

**SEMARANG**

**2023**

## PERYATAAN KEASLIAN TESIS

Nama lengkap : **Yudha Arta Mukti**  
NIM : **2101028023**  
Judul Penelitian : **Solusi Dakwah Masyarakat *Society* 5.0  
(Studi Pada Media YouTube NU Online)**  
Program Studi : **Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam**  
Menyatakan bahwa tesis yang berjudul:

**Solusi Dakwah Masyarakat *Society* 5.0  
(Studi Pada Media YouTube NU Online)**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 17 November 2023



0000  
KEMAH  
TIMAPEL  
BEDIAK086024211  
Yudha Arta Mukti  
NIM: 2101028023



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185

Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website : [www.fakdakom.walisongo.ac.id](http://www.fakdakom.walisongo.ac.id)

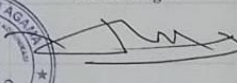

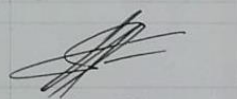
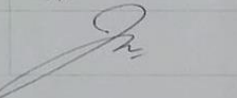
PENGESAHAN TESIS

Tesis yang ditulis oleh:

Nama : Yudha Arta Mukti  
NIM : 2101028023  
Judul : *Solusi Dakwah Masyarakat Society 5.0*  
(Studi Pada Media Youtube NU Online)

telah melakukan revisi sesuai saran dalam Ujian Munaqosah pada tanggal 29 September 2023 untuk persyaratan meraih gelar magister dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Disahkan oleh:

Nama	Tanggal	Tanda tangan
Dr. Hj. Yuyun Affandi, Lc. M.A. Ketua Sidang/Penguji	6/10/2023	
Ibnu Fikri, Ph. D Sekretaris Sidang/Penguji	6/10 - 2023	
Dr. Sulistio, M.Si. Penguji	6/10 - 2023	
Dr. H. Anasom, M.Hum. Penguji	5/23 /10	

## NOTA DINAS

Semarang, 17 September 2023

Kepada  
Yth. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Di Semarang

*Assalammu'alaikum wr. wb.*

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap tesis yang ditulis oleh:

Nama : Yudha Arta Mukti

NIM : 2101028023

Program Studi : Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul Penelitian : Solusi Dakwah Masyarakat *Society 5.0*

(Studi Pada Media YouTube NU Online)

Semarang, 17 September 2023

Pembimbing



Dr. Agus Riyadi S. Sos. I., MSI  
NIP: 19800816 200710 1 003

## NOTA DINAS

Semarang, 17 September 2023

Kepada  
Yth. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Di Semarang

*Assalammu'alaikum wr. wb.*

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap tesis yang ditulis oleh:

Nama : Yudha Arta Mukti

NIM : 2101028023

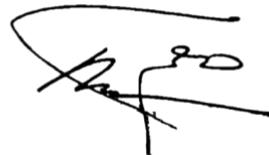
Program Studi : Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul Penelitian : Solusi Dakwah Masyarakat *Society 5.0*

(Studi Pada Media YouTube NU Online)

Semarang, 17 September 2023

Pembimbing



Dr. Hatta Abdul Malik S.Sos.I., M.Si.

NIP: 198003112007101001

## ABSTRAK

**Judul** : Solusi Dakwah Masyarakat *Society* 5.0 (Studi Pada Media NU Online)  
**Penulis** : Yudha Arta Mukti  
**NIM** : 2101028023

Perubahan media digital masyarakat *society* 5.0 telah mengubah pola interaksi dan komunikasi, termasuk dalam kegiatan dakwah Islam. Dakwah digital menjadi salah satu metode dakwah yang semakin populer di era ini. Namun, di sisi lain, kredibilitas da'i dan media sosial sebagai sarana belajar agama juga menjadi sorotan. Hadirnya Youtube untuk mengakses konten keagamaan menjadi tren tersendiri era *society* 5.0. Perubahan cara penyampaian dakwah dari metode tradisional menjadi metode digital menjadikan YouTube salah satu platform yang diminati kaum milenial. Solusi dakwah adalah salah satu upaya untuk memberikan jalan keluar atas permasalahan dakwah Islam *society* 5.0. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana permasalahan dakwah *society* 5.0 dan bagaimana channel YouTube NU Online mampu menjadi solusi dakwah *society* 5.0. Penelitian ini merupakan kualitatif deskriptif dengan metode etnografi virtual. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menemukan bahwa tantangan dakwah *society* 5.0 adalah da'i yang kurang melek media sosial, materi dakwah yang keluar dari prinsip dakwah, tantangan pada kendala penguasaan bahasa asing dan tantangan pada diri mad'u sendiri terhadap akses media yang terbatas serta kurangnya literasi digital. Solusi dakwah yang ditawarkan oleh channel YouTube NU Online adalah: Pemanfaatan media dan kerjasama antara da'i dan kaum milenial, dakwah bil hal ketika ada berita yang kurang sesuai dengan prinsip dakwah, peningkatan literasi konten dengan bahasa asing serta membangun *source* AI dari NU Online.

**Kata Kunci:** Solusi Dakwah, Dakwah Era *Society* 5.0, NU Online, Etnografi Virtual

## ABSTRACT

**Title** : Solusi Dakwah Masyarakat *Society* 5.0 (Studi Pada Media NU Online)

**Author** : Yudha Arta Mukti

**NIM** : 2101028023

*The digital media transformation of society 5.0 has changed the patterns of interaction and communication, including in Islamic da'wah activities. Digital da'wah has become one of the most popular da'wah methods in this era. However, on the other hand, the credibility of preachers and social media as a means of learning religion has also become a focus. The presence of YouTube to access religious content has become a trend in society 5.0. The change in the way da'wah is delivered from traditional methods to digital methods makes YouTube one of the platforms that is in demand by millennials. Da'wah solutions are one of the efforts to provide a solution to the problems of Islamic da'wah in society 5.0. This study aims to determine how the problems of da'wah in society 5.0 and how the NU Online YouTube channel can be a solution to the problems of da'wah in society 5.0. This research is descriptive qualitative with a virtual ethnography method. Data collection techniques use observation, interview, and documentation methods. The results of the study found that the challenges of da'wah in society 5.0 are preachers who are less familiar with social media, da'wah materials that deviate from the principles of da'wah, challenges in the constraints of foreign language proficiency, and challenges to the mad'u themselves against limited media access and lack of digital literacy. The da'wah solutions offered by the NU Online YouTube channel are: Utilization of media and cooperation between preachers and millennials, dakwah bil hal when there is news that is not in accordance with the principles of da'wah, Increased content literacy in foreign languages, building AI source from NU Online.*

**Keywords:** *Da'wah Solutions, Da'wah Society 5.0, NU Online, Virtual Ethnography*

## ملخص

العنوان: الحلول لدعوة المجتمع في عصر المجتمع 5.0 (دراسة حول وسائل التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت  
لجماعة النهضة الإسلامية)

الكاتبة: يودا ارطا موكتي

رقم القيد : ٢١٠١٠٢٨٠٢٣

تحولت أنشطة الدعوة الإسلامية في عصر المجتمع 5.0 إلى دعوة رقمية. يجب على الدعاة أن يكونوا ماهرين في وسائل الإعلام للتكيف مع التغييرات الرقمية. يعد YouTube واحدًا من وسائل الإعلام التي يمكن استخدامها للدعوة من خلال الصوت والصورة. جعلت التغييرات في طريقة إيصال الدعوة من الطريقة التقليدية إلى الطريقة الرقمية من YouTube واحدة من المنصات المفضلة لدى الأجيال الشابة. ومع ذلك، يوجد أيضًا تأثير سلبي لاستخدام YouTube في الدعوة. الحلول الدعوية هي واحدة من الجهود التي تسعى إلى تقديم حلول لمشكلات الدعوة الإسلامية في عصر المجتمع 5.0. تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مشكلات الدعوة في عصر المجتمع 5.0 وكيف يمكن لقناة YouTube NU Online أن تصبح حلًا للدعوة في عصر المجتمع 5.0. هذه الدراسة هي دراسة وصفية نوعية باستخدام المنهج الإثنوغرافي الافتراضي. تم جمع البيانات باستخدام طرق المراقبة والمقابلات والوثائق. أظهرت نتائج الدراسة مشكلات الدعوة التي تواجه الدعاة والتي تشمل عدم الاطلاع على وسائل التواصل الاجتماعي وخروج المواد الدعوية عن مبادئ الدعوة والأخبار الكاذبة ومشكلات في الدعوة اللفظية. تشير حلول الدعوة إلى استخدام NU Online لوسائل الإعلام والتعاون بين الدعاة والأجيال الشابة والدعوة بالأفعال عندما تكون هناك أخبار غير متوافقة مع مبادئ الدعوة وزيادة الوعي بالمحتوى بلغات أجنبية وبناء مصدر AI من NU Online.

الكلمات المفتاحية: حلول الدعوة، الدعوة في عصر المجتمع 5.0، الإثنوغرافيا الافتراضية، NU Online



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987

### 1. KONSONAN

Arab	Latin	Arab	Latin	Arab	Latin
ا	tidak dilambangka n	ز	Z	ق	q
ب	B	س	S	ك	K
ت	T	ش	Sy	ل	L
ث	ṯ	ص	ṣ	م	M
ج	J	ض	ḍ	ن	n
ح	ḥ	ط	ṭ	و	w
خ	Kh	ظ	ẓ	ه	h
د	D	ع	‘	ء	’
ذ	Ẓ	غ	G	ي	y
ر	R	ف	F		

## **MOTTO**

“Usahakan setiap Langkah gerak tubuhmu bernilai ibadah”

(K.H. Arifin Fanani)

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi Allah *Subhanahu wa ta'ala* yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayahnya kepada penulis, sehingga penulis dapat Menyusun dan menyelesaikan tesis berjudul “*Solusi Dakwah Masyarakat Society 5.0 (Studi pada Media Youtube NU Online)*”. Shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad *Sallallahu alaihi wasallam* beserta keluarga dan para sahabatnya, semoga semua kita semua mendapatkan *Syafa'at* di hari akhir amin.

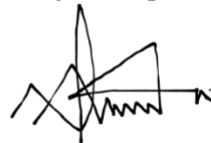
Penelitian disusun guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar magister sosial. Tesis ini tersusun tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan semua pihak. Penulis menyadari bahwa tesis ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan dan bantuan dari semua pihak yang dengan suka rela dan *ikhlas*. Oleh karenanya penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu khusus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag. Selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang
3. Dr. Hj. Yuyun Affandi, Lc, M.A dan Ibnu Fikri Ph.D selaku Ketua dan Sekretaris Prodi Magister Komunikasi Penyiaran Islam (MKPI) UIN Walisongo Semarang.
4. Dr. Agus Riyadi S.Sos.I., MSI dan Dr. Hatta Abdul Malik S.Sos.I, M.Si. yang telah berkenan membimbing, mengarahkan dan mendukung hingga tesis ini selesai.

5. Seluruh dosen MKPI UIN Walisongo Semarang yang telah dengan sabar membimbing dan mendidik peneliti.
6. Penulis wajib mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada Bapak dan Ibu tercinta yang telah membesarkan, mendidik, membimbing, mendoakan dan selalu memberikan motivasi untuk diri saya.

Kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini penulis ucapkan terima kasih, *jazakumullah khairaa wa ahsanul jaza*. Semoga Allah membalas kebaikan dan keikhlasan semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan tesis ini. Akhirnya kepada Allah penulis berharap, semoga apa yang telah ada dalam tesis ini bisa bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Amin.

Semarang, 17 September 2023



Yudha Arta Mukti  
NIM: 2101028023

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>ix</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah.....</b>	<b>9</b>
<b>C. Tujuan .....</b>	<b>9</b>
<b>D. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>9</b>
<b>E. Kajian Pustaka .....</b>	<b>10</b>
<b>F. Metode Penelitian.....</b>	<b>14</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>26</b>
<b>A. Dakwah .....</b>	<b>26</b>
<b>1. Pengertian dakwah .....</b>	<b>26</b>
<b>2. Unsur Dakwah .....</b>	<b>28</b>
<b>3. Fungsi Sistem Dakwah .....</b>	<b>32</b>
<b>B. Konsep Problematika Dakwah .....</b>	<b>34</b>
<b>1. Pengertian Problematika Dakwah.....</b>	<b>34</b>
<b>2. Problematika Dai.....</b>	<b>37</b>
<b>3. Problematika Materi Dakwah.....</b>	<b>38</b>
<b>4. Problematika Metode Dakwah.....</b>	<b>42</b>
<b>5. Problematika Objek Dakwah .....</b>	<b>43</b>
<b>C. Masyarakat Era 5.0.....</b>	<b>44</b>

<b>BAB III GAMBARAN UMUM MEDIA NU ONLINE DAN TEMUAN DATA MEDIA SIBER ETNOGRAFI VIRTUAL .....</b>	<b>55</b>
<b>A. Sejarah dan Perkembangan NU Online.....</b>	<b>55</b>
<b>B. Visi Misi dan Nilai Media NU Online.....</b>	<b>58</b>
<b>C. Susunan Redaksi NU Online .....</b>	<b>60</b>
<b>D. Gambaran Umum Channel Youtube NU Online .....</b>	<b>62</b>
<b>E. Media Siber Youtube NU Online .....</b>	<b>64</b>
<b>BAB IV TEMUAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>84</b>
<b>A. Problem dakwah era <i>society</i> 5.0 channel NU Online .....</b>	<b>84</b>
<b>B. Solusi Dakwah NU Online dengan Analisis Etnografi Virtual     .....</b>	<b>90</b>
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>117</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>117</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>119</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>121</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>127</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>135</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Table 3.1 data dokumen medi .....</b>	<b>74</b>
<b>Tabel 4.1 konten dakwah melalui kesehatan.....</b>	<b>92</b>
<b>Table 4.2 konten dakwah dengan podcast .....</b>	<b>95</b>
<b>Table data 4.3. Konten dakwah hukum fiqih.....</b>	<b>98</b>
<b>Table data 4.4 .....</b>	<b>101</b>
<b>Table data 4.5 polemik seorang pria tending sesajen .....</b>	<b>103</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 halaman beranda channel Youtube NU Online.....	63
Gambar 3.2 <i>playlist</i> channel Youtube NU Online .....	63
Gambar 3.3 cara login ke akun Gmail sebelum masuk ke Youtube ....	65
Gambar 3.4 Pembuatan channel Youtube .....	66
Gambar 3.5 tangkapan layar pemberian nama channel Youtube.....	66
Gambar 3.6 tampilan ketika hendak mengupload konten di Youtube .	66
Gambar 3.7 tampilan beranda <i>channel</i> Youtube NU Online .....	68
Gambar 3.8 tampilan beranda <i>channel</i> Youtube NU Online .....	69
Gambar 3.9 <i>subtitle</i> pada konten video NU Online .....	73
Gambar 3.10 teks <i>quots</i> pada tool komunitas .....	74
Gambar 3.11 komentar netizen pada data 1 .....	77
Gambar 3.12 komentar netizen data 2.....	78
Gambar 3.13 komentar netizen data 3.....	78
Gambar 3.14 Komentar pada data 4.....	79
Gambar 3.15. komentar pada data 5.....	80
Gambar 4.1 komentar pada data 1 .....	107
Gambar 4.2 komentar Pada data 2 .....	108
Gambar 4.3 komentar Pada data 3 .....	110
Gambar 4.4 Komentar pada data 4.....	110
Gambar 4.5 komentar pada data 5.....	111



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan dunia digital yang semakin kompleks dalam berbagai hal telah membawa sebuah perubahan dalam pola tatanan masyarakat. Seperti halnya teknologi digital melahirkan sebuah istilah masyarakat virtual.<sup>1</sup> Pada mulanya dikenal dengan *citizenship* sekarang menjadi *netizenship*. Perkembangan membuat masyarakat dalam menjalankan sebuah pola hidup baru, setiap harinya bersama dengan sebuah teknologi dalam segala aspek kehidupan termasuk diantaranya dalam menjalani ritual keagamaan. Masyarakat mulai menganggap teknologi ini sebagai *dues ex machine* sebagai sumber atau entitas penting untuk menyelesaikan semua kontradiksi sosial.<sup>2</sup> Sehingga peranan teknologi dan keterbukaan informasi tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan manusia. Hal ini sejalan dengan perkembangan revolusi industri era *society 5.0*, di mana semua teknologi adalah bagian dari manusia itu sendiri. *Society 5.0* muncul sebagai visi industri yang bertujuan melampaui efisiensi dan produktivitas menuju penghormatan terhadap nilai-nilai kemanusiaan dan berkontribusi

---

<sup>1</sup> Marlin Christina Laimeheriwa, "Masyarakat Virtual, Mitos Dan Perilaku Konsumtif," *KENOSIS: Jurnal Kajian Teologi* 4, no. 1 (2018): Hlm.29.

<sup>2</sup> Laimeheriwa, Hlm.30.

pada kebutuhan vital masyarakat.<sup>3</sup> Sehingga apapun aktivitas yang berhubungan dengan masyarakat, erat kaitannya dengan teknologi digital yang humanis. Berdasarkan paparan *Standardization Activities On “Society 5.0”* di Jepang, kemajuan ekonomi digital dan identifikasi solusi untuk masalah sosial harus hidup berdampingan secara harmonis. Ini adalah dua tujuan mendasar dari *Society 5.0*.<sup>4</sup>

Fakta dari era *society 5.0* adalah ketika kebutuhan masyarakat terhadap dakwah Islam juga dituntut untuk bertransformasi supaya isi pesan dakwah pada media massa dapat diterima dimasyarakat serta untuk menjawab persoalan sosial. Hal ini mengacu pada fleksibilitas dakwah Islam yang senantiasa beradaptasi dengan perubahan zaman. Dalam konteks dakwah Islam pada masyarakat yang bergantung dengan teknologi harus bisa di dimanfaatkan untuk aktivitas dakwah Islam sebagaimana pemanfaatan media sosial sebagai sarana berkomunikasi antara da'i dan mad'u seperti Youtube, Google Meet, Zoom, Twitter dan Facebook. Hal ini mengacu pada kenaikan pengguna media sosial dari tahun ke tahun di Indonesia pada laporan *we are social* yang tercatat mencapai

---

<sup>3</sup> Mariia Golovianko dkk., “*Industry 4.0 vs. Industry 5.0: Co-Existence, Transition, or a Hybrid*,” *Procedia Komputer Science*, 4th International Conference on Industry 4.0 and Smart Manufacturing, 217 (1 Januari 2023): Hlm.104.

<sup>4</sup> Yuniardi, “Dakwah Islam Di Era Masyarakat 5.0: Peluang Dan Tantangan,” *Al-Qaul: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 1, no. 1 (8 Agustus 2022): Hlm.33.

167 juta pengguna pada Januari 2023, hal ini setara dengan 60,4% populasi penduduk Indonesia.<sup>5</sup> Data yang lain survey dari BNPT naiknya tren pencarian konten agama 39,89 dari skala penilaian 0-100.<sup>6</sup>

Perubahan dalam aktivitas penyampaian dakwah mulai memberikan ruang adaptasi dan bergeser kepada penyampaian pembelajaran agama secara digital melalui audio visual seperti *live streaming*. Dalam sebuah penelitian menunjukkan tren kenaikan pengguna media sosial yang banyak digunakan kaum milenial untuk belajar agama adalah Youtube. Hasil tersebut telah merubah pola dalam belajar ilmu agama secara tradisional menjadi sistem digital.<sup>7</sup> Ditambah lagi adanya *new media* yang berdampak pada fatwa online, yang menjadikan internet sebagai rujukan utama dalam menjawab persoalan agama.<sup>8</sup> Ada beberapa problem keagamaan yang timbul dari perubahan media tradisional kepada

---

<sup>5</sup> Data Indonesia, "Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023," [Dataindonesia.id](https://dataindonesia.id), diakses 4 April 2023,

<sup>6</sup> Codingest, "Tren Sebaran Konten Radikal di Medsos Meningkat, Masyarakat Diminta Waspada," BNPT, 8 Oktober 2020

<sup>7</sup> suci Ramadhanti Febriani dan Ayu Desrani, "Pemetaan Tren Belajar Agama Melalui Media Sosial," *Jurnal Perspektif* 14, no. 2 (19 Juli 2021): Hlm.321,

<sup>8</sup> Rusli Rusli, Muhammad Syarif Hasyim, Dan Nurdin Nurdin, "A New Islamic Knowledge Production And Fatwa Rulings: How Indonesia's Young Muslim Scholars Interact With Online Sources," *Journal Of Indonesian Islam* 14, no. 2 (1 Desember 2020): Hlm. 507.

media digital antara lain; fatwa online, kredibilitas da'i, paham radikalisme, adu domba dan berita hoax.

Fenomena fatwa online di internet seperti halnya tanya jawab hukum Islam melalui aplikasi dan website misalnya tanya ustadz, halo ustadz, tanya syariah.com dan syariah.id. Fenomena tersebut telah merubah pola dakwah tradisional pada era digital.<sup>9</sup> Munculnya aplikasi tersebut, disisi lain membawa dampak positif dilain sisi membawa dampak negatif. Kredibilitas dai juga menjadi problem seperti kejadian penulisan ayat Alquran yang salah oleh Ustazah Nani Handayani dalam acara dakwah di Metro Tv pada tahun 2017.<sup>10</sup> Kemudian berita *hoax* yang beredar melalui pesan Whatsapp yang menampilkan foto Alquran dengan menyebut cetakan Annur yang mengurangi satu kata di Alquran surat Fushshilat Ayat 35.<sup>11</sup>

Problemnya adalah ketika adanya sebuah pertanyaan dalam hal agama yang ada dalam masyarakat yang membutuhkan sebuah jawaban yang berdasar fatwa keagamaan sehingga membutuhkan jawaban yang cepat. Problem ini sering kali, menjadi kesalahpahaman dimasyarakat disebabkan oleh masyarakat yang

---

<sup>9</sup> "4 Aplikasi Konsultasi Syariah untuk Tanya Jawab Seputar Syariat Islam," fortuneidn.com, diakses 9 Mei 2023,

<sup>10</sup> "Mengupas Kesalahan Tulisan Alquran Ustazah Nani Handayani di Metro TV," kumparan, diakses 9 Mei 2023,

<sup>11</sup> PDSI KOMINFO, "[HOAKS] Beredar Foto Al-Qur'an Cetakan Annur Dengan Pengurangan Satu Kata Di Surat Fushshilat Ayat 35,"

sudah dianggap da'i menjawab problem tersebut, ternyata bukan kompeten dalam bidangnya. Hal ini juga bisa di manfaatkan oleh kelompok Islam radikal yang menggunakan media sosial sebagai titik menyebarkan paham-paham yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam *rahmatan lilalamin*.<sup>12</sup> Data dari kominfo rentan waktu 2017 hingga 2019 telah memblokir 13.032 konten bermuatan radikal.<sup>13</sup> Sebuah riset menemukan masyarakat mudah terparap oleh Islam garis keras yang mengarah kepada radikalisme melalui media sosial.<sup>14</sup> Studi lain oleh Moh. Djafar Shodiq Universitas Jaya Baya menemukan bahwa mudah untuk menggambarkan materi sensasional, kekerasan, dan kesadaran akan terorisme di media sosial. Karena internet memainkan peran penting dalam proses radikalisasi, strategi ini dengan mudah berdampak dan menyebarkan radikalisasi ke seluruh masyarakat.<sup>15</sup>

Dalam menjawab problem tersebut lahirnya *era society 5.0* memaksa para dai untuk lebih transformatif, responsif, adaptif dan

---

<sup>12</sup> BeritaSatu.com, "Masifnya Penggunaan Medsos Pengaruhi Penyebaran Paham Radikalisme di Tanah Air," *beritasatu.com*, diakses 4 April 2023.

<sup>13</sup> Codingest, "Tren Sebaran Konten Radikal di Medsos Meningkat, Masyarakat Diminta Waspada."

<sup>14</sup> Kurniawan Tri Wibowo dan Wahyu Hadiningrat, "Penanggulangan Penyebaran Radikalisme Melalui Media Sosial dalam Hukum Pidana Indonesia," *Jurnal Hukum Lex Generalis* 4, no. 2 (14 Februari 2023): Hlm.57.

<sup>15</sup> Moh Djafar Shodiq, "Doktrin Radikalisme Terorisme Melalui Media Sosial Di Indonesia" 15 (2021):Hlm. 5.

mampu menjawab persoalan dakwah yang semakin kompleks.<sup>16</sup> Selain itu, hal yang harus diwaspadai adalah adanya paham keagamaan yang menyimpang yang berdampak pada hal negatif terhadap perkembangan keilmuan dakwah Islam.

Hal ini muncul kekhawatiran akan terjadi kesalahan dalam mempelajari agama Islam sebagai mana Rasulullah dalam hadist Bukhari nomor 6015.

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِذَا ضُبِعَتْ الْأَمَانَةُ فَانْتَظِرِ السَّاعَةَ قَالَ كَيْفَ إِضَاعَتُهَا يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ إِذَا أُسْنِدَ الْأَمْرُ إِلَى غَيْرِ أَهْلِهِ فَانْتَظِرِ السَّاعَةَ

*Artinya: Seorang sahabat bertanya, “Apa indikasi menyia-nyiakan amanah itu, ya Rasul? Beliau menjawab, “Apabila suatu perkara diserahkan kepada orang yang bukan ahlinya, maka tunggulah saat kehancurannya.” (HR Bukhari)<sup>17</sup>*

Realitas dimasyarakat yang selalu mengedepankan media sosial dalam bertanya perihal hukum agama tidak bisa dipungkiri sudah terjadi dimasyarakat. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Nicholas berjudul “*The Death of Expertise*” dalam tulisannya mengatakan terjadi problem interaksi antara para ahli dan profesional menjadi sulit. Atau bisa dikatakan interaksi antara da’I dan mad’u sekarang sulit bertemu secara fisik, dan lebih

---

<sup>16</sup> Ari Wibowo, “Profesionalisme Dai di Era Society 5.0: Mengulas Profil dan Strategi Pengembangan Dakwah,” *Wardah* 22, no. 1 (2021):Hlm.13.

<sup>17</sup> “Hadits Bukhari No. 6015 | Amanat diangkat,” *Hadits.id*, diakses 16 Maret 2023, <http://www.hadits.id/hadits/bukhari/6015>.

banyak condong kepada pertemuan virtual atau melalui tulisan. Hal ini terjadinya bias konfirmasi yang menjadi penyebab utama meskipun di dalam internet banyak berita tidak akurat dan cenderung menyesatkan.<sup>18</sup>

NU Online merupakan media sosial yang dimiliki oleh ormas keagamaan terbesar di Indonesia yaitu Nahdhatul Ulama. Menurut ketum PBNU pada 2022 warga NU mencapai 59,2 persen dari seluruh penduduk muslim Indonesia atau 150 juta.<sup>19</sup> Hal itu juga sesuai dengan penelitian dari *Media Impact Measurement* (MIM) pada tahun 2023. Data tersebut menjadikan NU sebagai ormas keagamaan terbesar di dunia.<sup>20</sup> Selain itu, pemilihan media NU Online sebagai objek penelitian dikarenakan jumlah pengunjung media NU Online menurut data dari similarweb.com pada Maret 2023 nu.or.id telah diakses sebanyak 6,1 juta pengunjung.<sup>21</sup>

Berdasar data di atas perlu adanya penelitian lebih mendalam karena masyarakat menaruh kepercayaan sangat tinggi terhadap

---

<sup>18</sup> Thomas M. Nichols, *The Death of Expertise: The Campaign against Established Knowledge and Why It Matters* (New York, NY: Oxford University press, 2017), 118.

<sup>19</sup> C. N. N. Indonesia, "Gus Yahya Klaim 59,2 Persen Pemeluk Islam di Indonesia Mengaku NU," nasional, diakses 4 Oktober 2023,

<sup>20</sup> "NU Tak Akan Runtuh Sekalipun Dunia Mencoba Menghancurkannya," kumparan, diakses 11 April 2023,

<sup>21</sup> Rusli Rusli, Muhammad Syarif Hasyim, dan Nurdin Nurdin, "A New Islamic Knowledge Production And Fatwa Rulings: How Indonesia's Young Muslim Scholars Interact With Online Sources," *Journal Of Indonesian Islam* 14, no. 2 (1 Desember 2020): Hlm.507,

media NU Online. Menurut Ahmad Mundzir sebagai produser NU Online terdapat sebanyak 81% pengunjung mencari konten keislaman, ini menunjukkan 4,45 juta orang ingin mencari jawaban problem keagamaan.<sup>22</sup> Data dari hasil survei yang dilakukan oleh Lembaga Kajian NU (Lakpesdam NU) pada tahun 2023, sebanyak 80% warga NU mengakses media NU Online dan konten paling banyak dicari terkait informasi keagamaan sebanyak 60%.

Data tersebut menarik untuk meneliti solusi dakwah digital seperti yang disajikan kepada publik melalui media NU Online. Karena fakta *new media* saat ini dianggap memiliki otoritas agama dan berisi semua konten yang berhubungan dengan ajaran Islam dan berbagai ideologi yang mendukungnya, termasuk program, pedoman, dan fatwa.<sup>23</sup> NU Online dinilai sebagai bagian dari *new media* yang berkompeten dalam bidang dakwah Islam. Untuk menggali lebih jauh media NU Online dalam mengambil rujukan atau dikenal dengan istilah “*Istinbath*” dalam memberikan jawaban atas *problem solving* keagamaan yang ada dimasyarakat.

---

<sup>22</sup> Achmad Chidir Amirullah, “Konten Kreator NU Didorong Lebih Gencar Menggali Konten Keislaman dan Pesantren,” *Progresnews* (blog), 10 Oktober 2021, <https://progresnews.id/konten-kreator-nu-didorong-lebih-gencar-menggali-konten-keislaman-dan-pesantren/>.

<sup>23</sup> Mutohharun Jinan, “New Media dan Pergeseran Otoritas Keagamaan Islam di Indonesia” 10, no. 1 (2012): 199.



Untuk itu peneliti tertarik untuk mengkaji problem dakwah pada media sosial NU Online sebagai solusi dakwah.

Tujuan dari penelitian ini untuk menggali bagaimana media sosial dapat memberikan solusi terhadap problem dakwah, dengan demikian peneliti mengambil judul tesis “Solusi Dakwah Masyarakat Era *Society 5.0*” (Studi Pada Media Youtube NU Online).

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana problem dakwah Islam pada *society 5.0* ?
2. Bagaimana solusi media Youtube NU Online terhadap problem dakwah masyarakat *society 5.0*?

## **C. Tujuan**

Sesuai dengan problem yang peneliti rumuskan di atas, maka penelitian ini mempunyai tujuan antara lain.

1. Mengetahui dan menganalisis problem dakwah *era society 5.0*.
2. Menganalisis solusi dakwah pada media Youtube channel NU Online pada *era society 5.0*.

## **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua;

1. Manfaat teoretis

Hasil dari penelitian ini peneliti harapkan dapat menambah kemanfaatan dalam bidang ke ilmuuan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) khususnya studi

dalam bidang komunikasi dalam media siber dan perubahan terhadap digitalisasi dakwah Islam.

## 2. Manfaat praktis

Secara praktis, peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat diantara lain:

- a. Penelitian ini dapat menjadi sebuah masukan kepada media siber NU Online dalam mengembangkan dan berinovasi dalam dakwah Islam melalui media sosial.
- b. Sebagai masukan untuk media NU Online agar kepercayaan publik terhadap media Islam yang dipercaya masyarakat.
- c. Sebagai media dakwah Islam yang mampu menjawab problematika dakwah Islam.

## **E. Kajian Pustaka**

Berdasarkan eksplorasi awal tentang penelitian yang relevan dengan topik ini, menunjukkan bahwa penelitian ini bukanlah studi pertama tentang solusi dakwah Islam, namun penelitian-penelitian sebelumnya kurang menekankan pada solusi dakwah media digital. Adapun penelitian-penelitian tersebut yaitu:

*Pertama*, penelitian Harnina Ridwan (2018) dengan judul “Komunikasi Digital Pada Perubahan Budaya Masyarakat E-Commerce Dalam Pendekatan Jean Baudrillard”. Tujuan dari

penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi perubahan masyarakat dalam budaya e-commerce dan bagaimana budaya e-commerce mempengaruhi kebiasaan konsumsi masyarakat. Metode dalam penelitian tersebut menggunakan metode deskripsi kualitatif. Temuan analisis menunjukkan pergeseran budaya ke arah transaksi online karena dampak yang sangat besar dari fasilitas e-commerce pada masyarakat.

Persamaan dalam penelitian ini adalah pada pengkajian objek media digital yang berpengaruh kepada minat masyarakat. Dan persamaan lainnya adalah menggunakan metode kualitatif dalam meneliti. Perbedaan yang ada dalam penelitian ini adalah pada objek yang diteliti, yaitu e-commerce yang berdampak pada meningkatnya masyarakat untuk berbelanja online. Sedangkan peneliti melihat dari aspek penggunaan media digital sebagai sarana media dakwah.

*Kedua* penelitian Ambia B Boestam, Azizah Des Derivanti 2022 “*Komunikasi Digital dan Perubahan Sosial*”. Tujuan untuk mengetahui dan menggambarkan fenomena komunikasi digital terhadap perubahan sosial yang terjadi dimasyarakat. Metode dan pendekatan penelitian tersebut adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil dalam penelitian tersebut ada dua dampak komunikasi digital dalam perubahan sosial masyarakat. Pertama, terlalu sering menggunakan media sosial menyebabkan,

berita *hoax*, pembajakan, benturan pada dunia nyata dan benturan budaya. Dampak positifnya adalah meningkatnya kualitas hidup, menjadi revolusi teknologi baru.

Persamaan dalam penelitian ini adalah dalam objek media digital yang digunakan untuk tema besarnya sehingga sama-sama dalam menemukan jawaban masalah sosial dakwah. Perbedaan dalam penelitian terletak pada pembahasan yang hanya tertuju kepada perubahan sosial masyarakat, sedangkan peneliti membatasi kepada kajian problem keagamaan dalam dakwah Islam yang ada pada di media digital.

*Ketiga* penelitian Novita Intan Sari 2020 dengan judul tesis “*Taaruf Digital (Studi Etnografi Virtual Komunikasi Termediasi Komputer Pada Rumah Taaruf myQuran)*”. Penelitian ini mempunyai tujuan mengkaji pola komunikasi yang dikumpulkan dari perangkat rumah taaruf myQuran pada ruang media. Metodologi dalam penelitian menggunakan metode kualitatif dan menggunakan pendekatan *cyberculture* dengan etnografi virtual dengan teknik analisis pada media siber,. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi termediasi Komputer melalui email merupakan cerminan realitas yang ideal dalam menjalankan proses *taaruf* online. Komunikasi termediasi komputer melalui email menjadi media untuk menyampaikan pesan secara online.

Persamaan dalam penelitian ini terletak pada metodologi kualitatif dan kajian yang dikaji di media sosial dengan pendekatan etnografi virtual. Sedangkan perbedaannya terdapat pada objek yang dikaji dan terletak pada tema kajian yang diteliti yakni *taaruf* digital sedangkan peneliti fokus kepada solusi dakwah melalui media digital.

*Keempat* penelitian Anifatul Jannah (2019) dengan judul tesis “*Ulama Perempuan Nahdlatul Ulama Otoritas, Gender, dan Media Baru*”. Tujuan dari penelitian ini mengetahui ulama perempuan dalam organisasi NU terbentuk. Metodologi dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengambilan data *etnografi* dan *netnografi*. Temuan penelitian ini mengungkapkan sejarah perkembangan NU yang dimulai pada tahun 1926 dengan adanya persetujuan kelompok ulama tradisional atas keberadaannya. Cendekiawan perempuan NU mulai menciptakan identitas mereka sendiri sebagai *mubalighah* perempuan berkat media baru.

Persamaan dalam penelitian ini terletak pada subjek yang diteliti yakni media baru dan NU sebagai otoritas keagamaan, selain itu metode yang digunakan etnografi merupakan metode yang sama dengan penelitian lainnya. Adapun perbedaannya terletak pada objek yang dikaji yakni pada peranan ulama perempuan Nahdhatul Ulama, sedangkan peneliti fokus kepada solusi dakwah media digital yang

dilakukan di media NU Online sebagai pemegang otoritas keagamaan.

## F. METODE PENELITIAN

### 1. Jenis dan pendekatan

Penelitian ini menggunakan metode etnografi virtual, bentuk penelitian ini bersifat kualitatif. Peneliti berfungsi sebagai instrumen utama dalam penelitian kualitatif, di mana triangulasi digunakan untuk mengumpulkan data, analisis data induktif digunakan, dan makna daripada generalisasi lebih diutamakan daripada generalisasi dalam hasil penelitian.<sup>24</sup> Menurut John Creswell, mengidentifikasi fenomena primer yang terjadi dalam bentuk data merupakan tujuan dari penelitian kualitatif.<sup>25</sup> Selain itu, metode penelitian kualitatif adalah suatu cara mempelajari kondisi obyek yang pada dasarnya peneliti berperan sebagai alat utama, data dikumpulkan menggunakan berbagai sumber, analisis data bersifat induktif, dan penekanan temuan adalah pada makna

---

<sup>24</sup> Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, Pertama (Makassar: CV. Syakir Media Prees, 2021), 79, <https://repository.ung.ac.id/get/karyailmiah/8793/Buku-Metode-Penelitian-Kualitatif.pdf>.

<sup>25</sup> Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pembangunan Nasional "veteran," 2020), 22.

daripada generalisasi. Bersifat deskriptif, penelitian kualitatif sering menggunakan analisis induktif.<sup>26</sup>

Metodologi penelitian ini menggunakan etnografi virtual. Etnografi adalah bidang studi yang berfokus pada pengamatan dan penghayatan langsung terhadap kelompok atau komunitas yang dipelajari untuk memberikan penjelasan dan interpretasi deskriptif tentang budaya dan sistem sosial kelompok atau masyarakat.<sup>27</sup> Etnografi virtual, menurut Christine Hine, adalah metodologi yang digunakan untuk meneliti internet dan mengkaji berbagai hal ketika memanfaatkan internet.<sup>28</sup> Institusi juga dapat menggunakan etnografi virtual untuk secara fasih mengartikulasikan hubungan antara realitas online dan offline.<sup>29</sup> Secara bahasa, etnografi berasal dari bahasa Yunani gabungan kata *ethos* yang berarti warga suatu bangsa atau masyarakat dan kata *graphein* yang berarti tulisan atau artefak. Etnografi dapat memahami bagaimana media memengaruhi (sikap, nilai, dan keyakinan).<sup>30</sup>

---

<sup>26</sup> Eko Murdiyanto, 19.

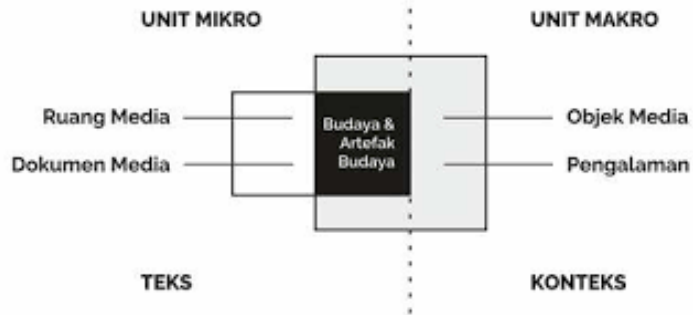
<sup>27</sup> Eko Murdiyanto, 31.

<sup>28</sup> Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosiologi Internet* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 9.

<sup>29</sup> Rulli Nasrullah, *Manajemen Komunikasi Digital Perencanaan Aktivitas dan Evaluasi*, Hlm. 197.

<sup>30</sup> M Falikul Isbah dan Andreas Budi Widyanta, *Berkarya Tiada Henti: Tiga Lentera Bulaksumur*, 2019, Hl.,70.

Etnografi virtual mempunyai empat level; ruang media (*media space*), dokumen media (*media archive*), objek media (*media object*), dan pengalaman (*experiential stories*).<sup>31</sup> Sebagaimana bagan di bawah ini;



a) Level ruang media

Tingkat ruang media dapat menunjukkan kepada kita bagaimana struktur media online sekarang. Peneliti memposisikan dirinya sebagai pengamat pada level ini.

b) Level dokumen media

Tingkat dokumen digunakan untuk memeriksa bagaimana isi teks dan makna yang disampaikan dibuat dan dibagikan secara online.

c) Level objek media

Mengamati perilaku dan interaksi pengguna, baik di dalam maupun di antara unit makro dan mikro.

---

<sup>31</sup> Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosiologi Internet*, 44.



Informasi penelitian diperoleh dari teks atau dari konteks yang melingkupinya.

d) Level pengalaman

Level ini memberikan gambaran luas tentang komunitas atau anggota grup offline. Ini menyiratkan hubungan antara apa yang dilihat online dan dunia nyata.

Secara garis besar dalam meneliti menggunakan analisis media siber sebagaimana dapat dilihat di bawah ini.

Level	Objek
Ruang media ( <i>Media Space</i> )	Struktur perangkat media dan penampilan
Dokumen Media ( <i>Media archive</i> )	Isi aspek pemaknaan teks/grafis
Objek Media ( <i>Media Object</i> )	Interaksi yang terjadi di media siber
Pengalaman ( <i>Experimental Stories</i> )	Motif, efek, manfaat atau realitas yang terhubung secara offline maupun online.

2. Fokus dan ruang lingkup penelitian

Fokus dan ruang lingkup dalam penelitian ini ialah mengenai solusi dakwah melalui media digital terhadap masyarakat pada media NU Online berkenaan dengan problem dakwah. Data yang digali tidak terbatas pada masyarakat dan redaktur saja namun juga menggali data dari pimpinan NU Online dalam merespons solusi dakwah yang dihadapi

masyarakat yang erat kaitannya berkenaan dengan persoalan agama.

### 3. Sumber data

Sumber data penelitian jika dilihat dari mana sumber data berasal, maka sumber data dapat dibagi menjadi 2 dua bagian; data primer dan data sekunder.<sup>32</sup>

- a) Data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya atau tanpa perantara, dalam hal ini data utama yang diperoleh dari NU Online.
- b) Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain, dalam hal ini data sekunder yang diperoleh dari wawancara terhadap responden, buku yang dikarang oleh Dr. Rulli Nasrullah, dengan judul “*Manajemen Komunikasi Digital Perencanaan, Aktivitas, dan Evaluasi*”.

### 4. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan komponen penting dari instrumen penelitian karena digunakan untuk mengumpulkan data, fakta, dan informasi lain yang akan membantu kemajuan penelitian. Sesuai dengan tuntutan penelitian, diperlukan teknik pengumpulan data yang tepat

---

<sup>32</sup> Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif*, Hlm. 53.

untuk mendapatkan data yang akurat dari sumber primer dan sekunder.

a. Observasi

Menurut Cartwright, observasi adalah tindakan metodis mengamati, menonton, dan mendokumentasikan perilaku untuk tujuan tertentu.<sup>33</sup> Adapun observasi menurut Spradley terbagi menjadi 3 keterlibatan yaitu; non partisipasi, partisipasi pasif, partisipasi moderat.<sup>34</sup>

Dalam hal ini peneliti menggunakan partisipasi pasif dalam melakukan penelitian yakni peneliti hadir namun tidak terlibat aktif pada partisipasi atau berinteraksi dengan orang lain. Hal ini peneliti lakukan karena memanfaatkan media NU Online sebagai sarana untuk mengkaji solusi dakwah melalui media digital, sehingga mendapatkan data yang dibutuhkan. Pada praktiknya peneliti mengamati kegiatan di dalam media NU Online seperti, saat menulis artikel dan berkomunikasi dengan masyarakat melalui media digital.

b. Wawancara

---

<sup>33</sup> Eko Murdiyanto, 54.

<sup>34</sup> Eko Murdiyanto, 55.

Tujuan wawancara adalah untuk mengumpulkan informasi melalui sesi tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian.<sup>35</sup> Wawancara yang dilakukan peneliti dengan cara melalui pesan digital atau melalui media internet dan media offline bertemu secara tatap muka.

Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara kepada pimpinan redaksi Ahmad Mundzir sebagai manajer konten kreatif NU Online kegiatan ini dilakukan guna mendapatkan data informasi yang akurat terkait solusi dakwah media digital.

c. Dokumentasi

Peneliti dapat memanfaatkan dokumentasi untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber dengan menggunakan bahan yang terekam dalam bentuk surat, catatan harian, arsip gambar, risalah rapat, jurnal kegiatan, dan sebagainya.<sup>36</sup> Setelah melakukan wawancara peneliti melakukan pengecekan terhadap dokumen yang ada di situs NU Online apakah sesuai fakta atau tidak. Dokumen yang dimaksud berupa teks yang ada di media digital, sumber referensi kitab, bukti chat pertanyaan keagamaan melalui media

---

<sup>35</sup> Eko Murdiyanto, 89.

<sup>36</sup> Eko Murdiyanto, 91.

sosial. Hal ini bertujuan untuk dalam menjawab problematika masyarakat.

#### 5. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan sebuah padanan dari konsep kesahihan (*validitas*) dan keandalan (*realibilitas*). keabsahan data merupakan tingkatan kepercayaan atayu kebenaran hasil suatu penelitian. Menurut Moleong ada 4 kriteria dalam teknik pemeriksaan keabsahan data; yaitu 1) derajat kepercayaan (kredibilitas), 2) keteralihan, 3) ketergantungan, 4) kepastian.

Perpanjangan partisipasi, partisipasi observasi, triangulasi, pengecekan sejawat, kecukupan referensial, tinjauan kasus negatif, pengecekan anggota, deskripsi terperinci, audit ketergantungan, dan audit kepastian adalah beberapa teknik validitas data yang dapat digunakan untuk menunjukkan kebenaran atau keandalan data. Tes kepercayaan dapat melibatkan membandingkan informasi dari sumber yang berbeda dan pada tanggal yang berbeda. Triangulasi merupakan salah satu cara yang digunakan untuk membangun rasa percaya diri. Suatu metode pengumpulan data yang dikenal dengan triangulasi menggabungkan beberapa metode pengumpulan data dan sumber data yang ada.<sup>37</sup> Dalam triangulasi terdapat triangulasi sumber, waktu dan metode.

---

<sup>37</sup> Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, 156.

1) Triangulasi sumber

Saat menentukan keandalan data, itu diperiksa terhadap informasi dari berbagai sumber. Peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber, yang kemudian diteliti untuk memberikan kesimpulan dan gambaran secara keseluruhan.

2) Triangulasi waktu

Keandalan data tertentu dapat bervariasi tergantung pada waktu, oleh karena itu data yang dikumpulkan di pagi hari mungkin tidak selalu dapat dibandingkan dengan data yang dikumpulkan di malam hari. Untuk mendapatkan data yang terpercaya, dilakukan pengulangan jika terdapat perbedaan.

3) Triangulasi metode

Data dari sumber yang sama diverifikasi menggunakan banyak cara dalam suatu proses yang dikenal dengan istilah triangulasi metode. Data observasi, misalnya, dapat diperiksa dengan wawancara.

6. Teknik Analisis Data

Bekerja dengan data, mengaturnya, memecahnya menjadi bagian-bagian yang dapat dikelola, mensintesisnya, mencari data dan pola, mengidentifikasi apa yang penting dan apa yang

dapat dipelajari, dan memilih apa yang dapat dibagikan dengan orang lain adalah langkah-langkah dalam analisis data kualitatif. (Moleong, 2019). Tahapan berikut memanfaatkan analisis kualitatif Miles dan Huberman dalam penelitian ini:

- a) Reduksi data memerlukan proses pengelompokan, pemadatan informasi, dan pengembangan konsep dan pembenaran untuk topik. Untuk memahami dan mengkonsolidasikan data yang ada, selanjutnya peneliti akan melakukan transkrip wawancara dengan menggunakan hasil temuan wawancara dengan media NU Online.
- b) Penyajian data meliputi sekumpulan data yang kemudian dihubungkan satu sama lain sesuai dengan kerangka teori yang digunakan. Peneliti menyampaikan data yang terkumpul sebelumnya yang telah mengalami proses reduksi data. Ini kemudian dihubungkan ke landasan teoretis solusi dakwah digital dan digunakan untuk mengatasi masalah dengan praktik keagamaan lokal.
- c) Untuk mendapatkan kesimpulan akhir tentang realitas yang diselidiki, peneliti harus mengkonfirmasi, memperbaiki, atau bahkan mengubah kesimpulan awal mereka. Dalam

penelitian ini, komunikasi publik melalui media digital NU Online menjadi fokus.

## 7. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan, yang meliputi informasi latar belakang yang digunakan sebagai bahan penelitian untuk topik ini. Rumusan masalah penelitian kemudian dieksplorasi. Manfaat, tinjauan literatur, dan teknik penelitian disertakan.

BAB II Kerangka Teori, akan merinci secara teoritik meliputi; problem dakwah, solusi dakwah, *era society* 5.0. Kerangka teori ini menjadi alat analisis yang digunakan peneliti untuk mengkritisi temuan dalam penelitian.

BAB III Berisi tentang ulasan profil media NU Online berupa channel Youtube NU Online. Serta, memuat data susunan redaksi NU Online serta memuat data penelitian terhadap konten dakwah terhadap problem dakwah Islam *era society* 5.0.

BAB IV Analisis data dan penyajian data; berisikan analisis problem dakwah era *society* 5.0. Selain itu pada bab ini juga berisi analisis etnografi virtual solusi dakwah media digital pada media Youtube NU Online. Adapun tahapan penyajian data dengan menggunakan langkah-langkah reduksi data, display, dan penarikan kesimpulan.



BAB V Penutup, berisi kesimpulan dan saran.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Dakwah

##### 1. Pengertian dakwah

Dakwah adalah mengajak orang atau kelompok orang menuju kebaikan (*alkhoir*) atau jalan Tuhan (*sabili robbika*) dan mencegah dari yang mendatangkan kemungkaran.<sup>38</sup> Secara etimologis, kata dakwah berasal dari kata bahasa Arab

دعا- يدعو- دعوة

Kata tersebut mempunyai makna; menyeru, memanggil, mengajak, mengundang. Kata dakwah secara etimologis terkadang digunakan dalam arti mengajak kepada kebaikan dengan niat untuk mendekatkan diri kepada Allah *Subhanahu wa ta'ala*. Terkadang pula diartikan mengajak kepada keburukan yang pelakunya adalah syaitan, orang-orang kafir, orang-orang munafik dan sebagainya.

Menurut Syekh Ali Mahfudh:

وقال الشيخ علي محفوظ: الدعوة: "حث الناس على الخير والهدى، والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، ليفوز الناس بسعادة لأجلا والعاجل".<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> M. Rosyid Ridla, H. Afif Rifa'i, dan H. Suisyanto, *Pengantar Ilmu Dakwah (Sejarah, Perspektif dan Ruang Lingkup)* (Yogyakarta: CV. Samudra Biru, 2017), Hlm.14,

<sup>39</sup> Syekh Ali Mahfud, *Hidayatul Mursyidin* (Kairo: Darul Mishri, 1975), Hlm. 5.

*Artinya: Mendorong manusia agar berbuat kebajikan dan petunjuk, menyuruh mereka berbuat ma'ruf dan melarang mereka dari perbuatan mungkar, agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat.*

Dengan memperhatikan hakikat yang tersirat dalam pengertian dakwah yang telah dikemukakan, maka di dalamnya terkandung tiga unsur pokok;

Pertama, *al-taujih* yaitu memberikan tuntutan dan pedoman serta jalan hidup mana yang harus dilalui oleh manusia dan jalan mana yang harus dihindari, sehingga nyatalah jalan hidayah dan jalan yang sesat. Kedua, *al-taghyir* yaitu mengubah dan memperbaiki keadaan seseorang atau masyarakat kepada suasana hidup baru yang didasarkan pada nilai-nilai Islam. Ketiga, yaitu memberikan pengharapan akan sesuatu nilai agama yang disampaikan. Dalam hal ini dakwah harus mampu menunjukkan nilai apa yang terkandung di dalam suatu perintah agama, sehingga dirasakan sebagai kebutuhan vital dalam kehidupan masyarakat.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2019), 4–5.

## **2. Unsur Dakwah**

### **a. Tujuan Dakwah**

Dakwah mempunyai sebuah tujuan yang berbagai macam hal ini sejalan dengan misi penyelenggaraan dakwah itu sendiri. Dalam konteks ini dakwah pada intinya adalah menyampaikan kebenaran, dan memahami ajaran agama islam yang ada dalam Quran dan Sunnah. Jika dipandang dalam sudut pandang objek dakwah dakwah mempunyai tujuan:

- a) Ketaatan kepada tuhan
- b) Terbentuknya keluarga sakinah
- c) Terciptanya masyarakat sejahtera
- d) Terbentuknya masyarakat dunia yang penuh dengan kedamaian.

Tujuan dakwah dalam sudut pandang materi dakwah meliputi;

- a) Tujuan akidah, agar masyarakat mendapatkan akidah yang lebih mantap.
- b) Tujuan akhlaq, terwujudnya sikap pribadi yang mempunyai budi pekerti luhur yang baik.
- c) Tujuan hukum, terciptanya masyarakat yang mempunyai kepatuhan hukum syariat yang di tentukan Tuhan.

### **b. Subjek Dakwah**

Subjek dakwah adalah seorang atau sekumpulan orang yang mempunyai sumber ide, sehingga pesan dakwah akan sangat dipengaruhi oleh keahlian dan kecerdasan tingkah laku subjek dakwah.<sup>41</sup> Agar dapat memperoleh pemahaman yang cepat dalam melakukan dakwah sebagai seorang dai harus mempunyai dua syarat *tafaqquh fidin* dan *tafaqquh finass*. Paham akan materi dakwah dan paham terhadap sosial budaya masyarakat.

### **c. Objek Dakwah**

Objek dakwah adalah manusia yang diajak ke jalan tuhan atau yang menjadi sasaran dari usaha dakwah. Sasaran dakwah bermacam-macam bentuk dan keadaannya. Sasaran dakwah setidaknya ada dua macam pertama sasaran internal dan sasaran eksternal. Sasaran internal merupakan masyarakat yang sudah memeluk agama islam dan sasaran eksternal merupakan sasaran kepada masyarakat yang belum memeluk ajaran agama islam.

### **d. Materi Dakwah**

---

<sup>41</sup> M. Rosyid Ridla dan Rifa'i, *Pengantar Ilmu Dakwah (Sejarah, Perspektif dan Ruang Lingkup)*, 34.

Materi dakwah adalah bahan -bahan yang digunakan untuk berdakwah dalam rangka mencapai tujuan dakwah. Adapun sumber utama dari materi dakwah ialah Alquran dan Hadist. Secara global materi dakwah dapat digolongkan menjadi tiga bagian; akidah, syariah dan akhlaq.<sup>42</sup>

**e. Metode Dakwah**

Metode dakwah merupakan cara yang digunakan pendakwah dalam menyampaikan materi dakwah, dalam melakukan aktivitas dakwah hal ini merupakan hal terpenting terhadap hasil yang akan didapatkan. Metode dakwah dalam Quran surat An-Nahl ayat 125; didapat tiga cara dalam metode dakwah: metode *bil hikmah, mauidhoh hasanah dan mujadalah bilati hiya ahsan*.

**f. Media dan Sarana Dakwah**

Metode dan pesan dakwah yang tidak kalah penting dalam melaksanakan aktifitas dakwah adalah media dakwah. Kondisi masyarakat yang mempunyai minat baca yang rendah maka tidak cocok disuguhkan dakwah yang dilakukan di media cetak. Sebaliknya masyarakat yang mempunyai minat baca yang tinggi dan kritis penggunaan media cetak sangat efektif

---

<sup>42</sup> M. Rosyid Ridla dan Rifa'i, 38–39.

dalam melakukan aktifitas dakwah. Media sarana dalam berdakwah era sekarang dapat dibagi menjadi dua, yaitu media konvensional dan media digital.

Media konvensional adalah media yang telah ada sejak lama dan masih digunakan hingga saat ini. Media ini meliputi: Media cetak, seperti surat kabar, majalah, dan tabloid. Media elektronik, seperti radio, televisi, dan film.

Media digital adalah media yang memanfaatkan teknologi digital. Media ini meliputi: Media sosial, seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok. Platform video, seperti YouTube dan Vimeo Website dan blog.

**g. Atsar (Efek) Dakwah**

Atsar (efek) dakwah atau sering disebut dengan *feedback* (umpan balik) dari proses dakwah ini seringkali dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian da'i. Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah dakwah disampaikan maka selesailah dakwah. Padahal, *atsar* dakwah sangat besar artinya dalam penentuan langkah-langkah dakwah berikutnya. Dalam efek dakwah setidaknya ada tiga tahapan; proses mengerti (proses kognitif) proses

menyetujui (proses obyektif), proses perbuatan (*proses sence motoric*).<sup>43</sup>

### 3. Fungsi Sistem Dakwah

Fungsi sistem dakwah adalah kandungan tugas dalam melakukan dakwah sejumlah sub sistem yang saling terkait terdiri dari 6 fungsi:

#### a. Fungsi *tabligh*

Tugas dan kewajiban dalam menyampaikan disebut dengan *tabligh* secara istilah merupakan menyampaikan sesuatu kepada pihak lain. Tablig tidak hanya dimaknai melalui lisan saja namun bisa diartikan melalui tulisan dengan beberapa karya tulisan untuk berdakwah.

#### b. Qiyadah

Fungsi *Qiyadah* dakwah mengacu pada peran kepemimpinan dalam upaya dakwah, yang bertujuan untuk menyebarkan ajaran Islam dan mempengaruhi masyarakat dalam rangka mendekatkan mereka kepada agama Islam. Tujuan dari *Qiyadah* diantaranya adalah mengordinasikan dan memimpin aktivitas dakwah. Selain itu, fungsi *Qiyadah* dakwah mengacu pada peran kepemimpinan dalam upaya

---

<sup>43</sup> Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah* (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), 54–58.



dakwah, yang bertujuan untuk menyebarkan ajaran Islam dan mempengaruhi masyarakat dalam rangka mendekatkan mereka kepada agama Islam.

c. Ta'dib

Dalam konteks dakwah, *ta'dib* merujuk pada pendidikan atau pembinaan moral dan etika. Ini adalah salah satu elemen penting dalam usaha dakwah untuk mengembangkan kepribadian dan perilaku yang sesuai dengan nilai-nilai agama dan norma-norma yang diinginkan.

d. Hijrah

Hijrah dalam konteks dakwah merujuk pada tindakan berpindah atau pemisahan dari lingkungan atau kondisi yang tidak mendukung praktik atau penyebaran agama Islam (atau agama lain dalam konteks yang sesuai) menuju lingkungan yang lebih kondusif atau memungkinkan untuk berdakwah. Hijrah dalam konteks dakwah dapat berupa fisik, spiritual, interaksi dan hijrah dari perbuatan haram.

e. Amar Ma'ruf Nahi Munkar

Fungsi "*amar ma'ruf nahi munkar*" adalah konsep dalam Islam yang mengacu pada kewajiban umat muslim untuk mendorong yang baik (*amar ma'ruf*) dan mencegah yang buruk (*nahi munkar*). Salah satu

fungsinya adalah mempromosikan kebaikan, mencegah perilaku negatif, membentuk karakter Islami, dan kepatuhan terhadap perintah Tuhan.

f. Jihad

Jihad adalah konsep penting dalam Islam yang sering kali diperdebatkan dan disalahpahami oleh banyak orang. Dalam konteks dakwah, jihad memiliki makna yang lebih luas daripada sekadar perang fisik, dan bisa mengacu pada upaya-upaya yang dilakukan untuk menyebarkan dan mempertahankan ajaran Islam. Di dalam sistem dakwah, jihad dapat memiliki beberapa aspek dan fungsi.

## **B. Konsep Problematika Dakwah**

### **1. Pengertian Problematika Dakwah**

Istilah problematis berasal dari kata bahasa Inggris "*problem*", yang berarti masalah atau kesulitan. Bermasalah mengacu pada sesuatu yang harus diperbaiki. Salah satu kesulitannya adalah pernyataan yang membutuhkan pemecahan masalah. Masalah adalah keadaan atau kondisi yang ambigu, meragukan, atau sulit dipahami. Problematika dakwah menurut istilah adalah permasalahan yang terjadi dalam menyuarakan, mengajak dan menjamu oleh para

pengembang dakwah.<sup>44</sup> Hal ini bisa juga disebut dengan kesenjangan realitas empirik dan citra ideal dalam dakwah tidak sesuai. Dakwah, di sisi lain, mengacu pada hambatan atau kesulitan apa pun yang harus diatasi oleh da'i ketika melakukan upaya dakwah. Amin S.M mengklaim bahwa masalah dakwah dapat dipecah menjadi masalah internal dan eksternal.<sup>45</sup>

Dai atau mad'u dapat menyebabkan masalah internal. Masalah internal antara lain para da'i yang sering menyampaikan informasi dakwah secara pasif, sehingga menimbulkan semangat yang kurang baik untuk melakukannya. Selain itu, pendakwah kurang memahami prinsip-prinsip agama karena teknik dan pokok-pokok dakwahnya tidak sesuai untuk mengkomunikasikan kajian. Masalah internal dengan Mad'u antara lain kurangnya motivasi untuk belajar tentang Agama dan memperhatikan kebajikan.

Gerakan dakwah yang bersumber dari luar, termasuk komponen politik nasional dan politik internasional, terhambat oleh isu-isu eksternal. Selain

---

<sup>44</sup> Acep Aripudin, *pengembangan metode dakwah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 113.

<sup>45</sup> Indriany Aisyah Saleh, Chatib Saefullah, dan Tata Sukayat, "Problematika Dakwah Penyuluh Agama Islam," *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 5, no. 3 (2020): 292.

itu, saling ketergantungan sistem sarat dengan serangan pemikiran (*Ghazw Al-Fikr*) terhadap keyakinan Islam, gerakan murtad yang dipimpin dakwah, imperialisme barat, serta kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Di era masyarakat 5.0, dakwah adalah jenis dakwah yang rumit yang memperhitungkan realitas sosial, sarana, taktik, bidang dakwah, tujuan pencapaian yang dinyatakan, dan kriteria keberhasilan. Di satu sisi, dakwah dipermudah dengan sarana dan prasarana yang tersedia untuk mengikuti kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Hal ini mempunyai manfaat yang cukup banyak untuk memaksimalkan efisiensi waktu, tenaga, ide, dan sumber daya seseorang. Di sisi lain, situasi seperti ini sulit karena mudahnya menerima pengetahuan agama secara otodidak kepada era *society* 5.0 hal ini terjadi akibat dari ledakan informasi.

Ledakan informasi yang berdampak pada munculnya berita bohong juga mampu memberikan kecemasan terhadap diri seseorang yang mengakses informasi.<sup>46</sup> Da'i dan organisasi dakwah bertanggung jawab menyiapkan segala sesuatunya, termasuk informasi materi dakwah yang dapat diperoleh

---

<sup>46</sup> Hatta Abdul Malik, "Problematika Dakwah Dalam Ledakan Informasi," *Jurnal Ilmu Dakwah* 37, no. 2 (15 Agustus 2018): 310, <https://doi.org/10.21580/jid.v37.2.2709>.

masyarakat luas secara mandiri dan berasal dari sumber yang dapat dipercaya. Ini mungkin mengarah pada interpretasi yang mungkin benar atau salah.

## 2. **Problematika Dai**

Dai merupakan salah satu unsur yang terpenting dalam melakukan dakwah, sukses dan tidaknya sebuah dakwah tergantung dainya bahkan dapat menimbulkan sebuah masalah baru dalam dakwah atau pada masyarakat.

Adapun yang menjadi sebuah problem dalam diri dai adalah sebagai berikut:

### a. Kurangnya Wawasan Keilmuan

Seorang Dai dalam menunaikan tugasnya sebagai pendakwah sangat amat perlu persiapan yang matang agar dapat menyampaikan dakwah dapat diterima dan berhasil dimasyarakat. Wawasan yang luas bagi dai mampu memberikan gambaran yang baik kepada masyarakat agar isi dari dakwahnya dapat diterima dengan baik.

### b. Kurangnya Akhlaq

Pada praktiknya dai bukan hanya seorang yang dilihat sebagai pembawa pesan ajaran islam namun dari segi perilaku juga dai harus mencerminkan sebuah perilaku yang memiliki *akhlaqul karimah* yang baik.

Untuk itu, sebagaimana dai merupakan orang yang dianggap sebagai contoh yang baik.

### c. Lemahnya Kekuatan Spiritual

Kekuatan spiritual adalah penanaman roh ilahi ke dalam diri manusia, dalam penanaman nilai spiritual menurut Yusuf Qardawi ulama dari Mesir mengatakan setidaknya mempunyai tiga hal dalam memperkuat spiritual. Pertama *al-iman al-`amiq*, yakni berarti menambah keimanan kepada Allah, mengesakannya dan menyadarkan diri hanya kepadanya. Kedua, *al-ittishal al-watsiq* membangun komunikasi yang kuat dengan Allah bisa dengan ibadah wajib dan ibadah sunah. Ketiga *tathhir al-qalb* upaya diri mensucikan dari penyakit hati, menurut ulama Syaikh Yusuf Qardawi dari Mesir mengatakan, kekuatan spiritual terletak pada hati.<sup>47</sup>

### 3. Problematika Materi Dakwah

Materi dakwah merupakan salah satu unsur penting dalam kegiatan dakwah. Materi dakwah yang baik akan menjadi daya tarik tersendiri bagi objek dakwah untuk menerima pesan-pesan dakwah yang disampaikan. Materi yang digunakan dalam dakwah

---

<sup>47</sup>Admin, “Tiga Langkah Mengasah Kekuatan Spiritual,” [jambi.kemenag.go.id](http://jambi.kemenag.go.id)

bisa menjadi bermasalah karena berbagai sebab. Materi dakwah merupakan salah satu unsur penting dalam kegiatan dakwah. Materi dakwah yang baik akan menjadi daya tarik tersendiri bagi objek dakwah untuk menerima pesan-pesan dakwah yang disampaikan. Namun, dalam praktiknya, terdapat beberapa problematika materi dakwah yang perlu dikaji dan dicarikan solusinya. Cara mengatasi problematika materi dakwah, maka akan dapat dihasilkan materi dakwah yang berkualitas dan efektif dalam mencapai tujuan dakwah.

Beberapa alasannya adalah:

- a) Kurangnya kreativitas dan inovasi: Materi yang digunakan dalam dakwah dapat menjadi monoton dan berulang-ulang sehingga dapat menyebabkan kurangnya minat audiens.
- b) Ketidaktahuan: Pengkhotbah mungkin tidak memiliki cukup pengetahuan tentang materi pelajaran, yang dapat menyebabkan penyampaian informasi yang salah kepada hadirin.
- c) Kemalasan: Pengkhotbah mungkin tidak mengerahkan upaya yang cukup untuk

mempersiapkan materi, sehingga dapat menyebabkan kurangnya minat hadirin.

- d) Materi yang tidak sesuai: Materi yang digunakan dalam dakwah mungkin tidak sesuai untuk audiens, sehingga dapat menyebabkan kurangnya minat atau bahkan pelanggaran.

Berikut ini adalah beberapa problematika materi dakwah yang sering terjadi:

- a) Materi dakwah yang tidak sesuai dengan kebutuhan objek dakwah. Materi dakwah yang disampaikan haruslah sesuai dengan kebutuhan dan kondisi objek dakwah. Jika materi dakwah tidak sesuai, maka akan sulit untuk diterima oleh objek dakwah.
- b) Materi dakwah yang disampaikan secara monoton dan membosankan. Materi dakwah yang disampaikan haruslah menarik dan menggugah hati. Jika materi dakwah disampaikan secara monoton dan membosankan, maka akan sulit untuk menarik perhatian objek dakwah.
- c) Materi dakwah yang tidak disertai dengan bukti dan argumen yang kuat. Materi dakwah haruslah disertai dengan bukti dan argumen yang kuat agar dapat diterima oleh objek dakwah. Jika materi



dakwah tidak disertai dengan bukti dan argumen yang kuat, maka akan mudah ditolak oleh objek dakwah.

- d) Materi dakwah yang disampaikan secara berlebihan. Materi dakwah haruslah disampaikan secara proporsional dan tidak berlebihan. Jika materi dakwah disampaikan secara berlebihan, maka akan menimbulkan kesan menggurui dan memaksa.

Untuk mengatasi problematika materi dakwah tersebut, maka perlu dilakukan beberapa upaya, antara lain:

- a) Melakukan riset dan kajian mendalam tentang objek dakwah. Dengan melakukan riset dan kajian mendalam tentang objek dakwah, maka dapat diketahui kebutuhan dan kondisi objek dakwah. Hal ini akan memudahkan dalam menentukan materi dakwah yang sesuai.
- b) Menyajikan materi dakwah secara menarik dan menggugah hati. Materi dakwah dapat disajikan secara menarik dan menggugah hati dengan menggunakan berbagai metode dan teknik dakwah yang tepat.

- c) Menyajikan materi dakwah dengan disertai bukti dan argumen yang kuat. Bukti dan argumen yang kuat dapat diperoleh dari Alquran , As-Sunnah, sejarah Islam, dan berbagai sumber ilmu pengetahuan lainnya.
- d) Menyajikan materi dakwah secara proporsional dan tidak berlebihan. Materi dakwah haruslah disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami dan tidak menggurui.

#### **4. Problematika Metode Dakwah**

Metode dakwah merupakan cara atau strategi yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah kepada target sasaran. Metode dakwah yang tepat akan memudahkan da'i untuk menyampaikan pesan dakwah dan mencapai tujuan dakwah. Metode dakwah Islam dalam perspektif Alquran secara garis besar terbagi menjadi empat macam yaitu dengan *al-hikmah*, *al-mau'izhah*, *al-jidal*, dan *al-qudwah*.<sup>48</sup>

Problematika metode dakwah adalah masalah yang muncul dalam melakukan dakwah Islam. Beberapa permasalahan yang sering muncul dalam metode dakwah antara lain;

---

<sup>48</sup> Nihayatul Husna, "Metode Dakwah Islam Dalam Perspektif Al-Qur'an," *Jurnal Selasar KPI : Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah* 1, no. 1 (1 Desember 2021): Hlm.105.

- a) kesalahan dalam pemahaman terhadap dakwah Islam,
- b) kurangnya penguasaan dai terhadap materi dan metode dakwah,
- c) serta kurangnya upaya serius dalam melakukan dakwah.

## **5. Problematika Objek Dakwah**

Problem objek dakwah adalah permasalahan yang timbul dalam proses dakwah yang berkaitan dengan objek dakwah itu sendiri. Objek dakwah adalah orang atau kelompok yang menjadi sasaran dakwah. Mad'u sebagai mitra dai dalam pengembangan dakwah memiliki sifat atau ciri-ciri masing-masing dalam hal menerima pesan dakwah seperti, halnya pada stratifikasi bidang ekonomi sangat memengaruhi sifat agama seseorang, pengaruh tersebut sangat berkaitan erat dengan cara mereka untuk menerima pesan agama yang disampaikan.

Ada beberapa problem objek dakwah, di antaranya:

- a) Kurangnya pemahaman objek dakwah tentang Islam. Hal ini bisa terjadi karena objek dakwah belum pernah belajar tentang Islam, atau belajarnya hanya sepotong-sepotong.

- b) Perbedaan mazhab atau aliran dalam Islam. Hal ini bisa menimbulkan perbedaan cara pandang dan pemahaman tentang Islam, sehingga bisa menjadi hambatan dalam proses dakwah.
- c) Persepsi negatif objek dakwah tentang dakwah. Ada sebagian orang yang memiliki persepsi negatif tentang dakwah, sehingga mereka menolak untuk berdakwah.
- d) Hambatan budaya dan tradisi. Ada sebagian budaya dan tradisi yang bertentangan dengan ajaran Islam, sehingga bisa menjadi hambatan dalam proses dakwah.
- e) Kurangnya keteladanan dai. Dai adalah orang yang melakukan dakwah. Jika dai tidak memiliki keteladanan, maka dakwahnya akan kurang efektif.

### **C. Masyarakat Era 5.0**

#### **1. Pengertian Era *Society* 5.0**

Perubahan yang kian cepat hingga merambah ke dalam kemudahan dalam segala aktivitas yang menghubungkan segala hal dengan internet. Kini telah berkembang lagi menjadi revolusi industri 5.0 hal ini merupakan sebuah gerakan nyata dalam informasi dan teknologi yang semakin canggih. Konsep ini lahir sebagai

perkembangan konsep sebelumnya yang bernama masyarakat 4.0 yang dinilai mendegradasi peran manusia.<sup>49</sup> Konsep *society* 5.0 pertama kali diadopsi oleh pemerintah Jepang untuk merespons adanya *society* 4.0. Pada industri 4.0 yang sebelumnya terjadi pada April 2011 telah membawa dampak yang sangat luar biasa dalam aspek kehidupan masyarakat, revolusi industri 4.0 juga merupakan upaya transformasi menuju perbaikan dengan mengintegrasikan dunia online dan lini produksi di industri.<sup>50</sup>

Istilah “*society* 5.0” mengacu pada masyarakat yang dapat menggunakan inovasi dari revolusi Industri 4.0, seperti *Internet of Things* (internet adalah segalanya), kecerdasan buatan, big data, dan robot, untuk menjawab berbagai tantangan sosial, dan meningkatkan kualitas hidup manusia.<sup>51</sup> Gagasan masyarakat yang berpusat pada manusia dan berbasis teknologi inilah yang dimaksud

---

<sup>49</sup> Pristian Hadi Putra, “Tantangan Pendidikan Islam dalam Menghadapi Society 5.0,” *Islamika : Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 19, no. 02 (31 Desember 2019): 101, <https://doi.org/10.32939/islamika.v19i02.458>.

<sup>50</sup> PDSI KOMINFO, “Apa Itu Industri 4.0 Dan Bagaimana Indonesia Menyongsongnya,” Website Resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, diakses 3 April 2023, [http://content/detail/16505/apa-itu-industri-40-dan-bagaimana-indonesia-menyongsongnya/0/sorotan\\_media](http://content/detail/16505/apa-itu-industri-40-dan-bagaimana-indonesia-menyongsongnya/0/sorotan_media).

<sup>51</sup> Putra, “Tantangan Pendidikan Islam dalam Menghadapi Society 5.0,” 100.

dengan *society* 5.0. Untuk dapat menjawab hal tersebut merupakan kesulitan dalam bidang dakwah Islam.

2. Fase-Fase Era *Society* 5.0

Menurut keadaan masyarakat dan sifat unik mereka, sejarah peradaban manusia dapat ditelusuri. Berikut ini adalah beberapa tahapan transformasi yang terjadi;

- a. *Nature Man (Society 1.0)*; Kelompok individu pada saat ini dikenal sebagai Perkumpulan Perburuan; saat ini, mereka juga mampu membuat alat-alat sederhana seperti api untuk memasak, melakukan perjalanan, dan memiliki interaksi yang kuat dengan alam.
- b. *Civilized Man (Society 2.0)*; masyarakat agraria adalah nama yang diberikan untuk tahap ini. Pada tahap ini, penduduk menjadi lebih menetap, mendirikan kota dan kerajaan, memperoleh pengetahuan, mulai menggunakan metode imigrasi, dan mengembangkan peradaban. Jadi, jangan stres soal makan.
- c. *Rational Man (Society 3.0)*; masyarakat Industri adalah tahap perkembangan yang muncul sebagai reaksi terhadap fenomena pertumbuhan masyarakat, di mana permintaan akan makanan dan pakaian

melebihi penawaran dan produksi dibatasi. Pada tahap ini, urbanisasi, industrialisasi, produksi massal, dan kapitalisme telah berlangsung seiring dengan pengenalan dan perkembangan mesin uap.

- d. *Information Society Man (Society 4.0)*; masyarakat Informasi adalah nama lain untuk tahap ini. periode waktu di mana sains terus berkembang dan ditandai dengan penggunaan internet untuk ekonomi digital. Penyebaran informasi mengalami kerugian ruang dan waktu akibat kecanggihan teknologi seperti smartphone dan komputer.
- e. *Improved Man (Society 5.0)*; tahap ini disebut sebagai era kemajuan teknis. Era integrasi ruang fisik dan virtual, munculnya istilah Artificial Intelligence (AI), penggunaan robot untuk membantu manusia, dan periode ketergantungan internet yang sangat tinggi akibat kemajuan teknologi komputer.<sup>52</sup>

### 3. Ciri-ciri Era Society 5.0

Ciri-ciri *Society 5.0* dapat kita rasakan adalah sebagai berikut:

---

<sup>52</sup> Mayumi Fukuyama, "Society 5.0: Aiming for a New Human-Centered Society," *Japan SPOTLIGHT*, 2018, 47–50, [https://www.jef.or.jp/journal/pdf/220th\\_Special\\_Article\\_02.pdf](https://www.jef.or.jp/journal/pdf/220th_Special_Article_02.pdf).

- a. *Internet of Things* (IoT), robot, dan kecerdasan buatan (AI) adalah teknologi baru. Terjadinya perubahan yang pada masyarakat, termasuk dalam gaya hidup sehari-hari, ilmu pengetahuan, ekonomi, sosial, dan politik.
- b. Perubahan terjadi dalam masyarakat, mempengaruhi aspek kehidupan sehari-hari, ilmu pengetahuan, ekonomi, masyarakat, dan politik..
- c. Meningkatkan kehidupan sehari-hari dengan mencari solusi untuk masalah sosial termasuk pertumbuhan populasi yang tidak terkendali, perubahan iklim, dan pergeseran demografis.
- d. Kehadiran *society* 5.0 diperkirakan akan mendorong produksi dan efisiensi di sejumlah industri, antara lain pemerintahan, pendidikan, pertanian, perikanan, kesehatan, dan transportasi.
- e. Dengan mempermudah masyarakat dan masyarakat untuk mengakses informasi dan teknologi. Era *society* 5.0 dapat berkontribusi pada peningkatan kesetaraan sosial.<sup>53</sup>

#### D. Problematika Dakwah Era 5.0 dan Solusinya

---

<sup>53</sup> Content IDCloudHost, "Society 5.0: Ciri-ciri, Kelebihan, dan Kekurangannya," IDCloudHost, 18 Desember 2022, <https://idcloudhost.com/blog/apa-itu-society-5-0-ciri-ciri-kekurangan-kelebihan/>.



Dakwah Islam di era 5.0 yang konon mengacu pada era digital dan seterusnya memerlukan adaptasi metode tradisional dalam menyebarkan dakwah Islam ke dunia modern. Perpindahan dari tradisional menyebabkan sebuah ketidaksiapan dalam aktifitas dakwah, sehingga menimbulkan problem dakwah. Problematika dakwah pada era 5.0 adalah sebuah permasalahan yang timbul dalam dakwah baik seruan, ajakan, atau panggilan yang belum bisa diselesaikan. Untuk itu diperlukan pemecahan masalah atau solusi dakwah.

Munif Chatib mendefinisikan solusi sebagai jawaban atas suatu masalah atau jalan keluar. Solusi adalah metode yang digunakan untuk mengatasi masalah dengan cara yang tidak rumit.<sup>54</sup> Solusi dakwah adalah cara dalam menyelesaikan permasalahan yang berkakitan dengan dakwah Islam atau berkaitan dengan ritual keagamaan sehari-hari. Pada dasarnya pemecahan solusi dakwah sendiri merupakan bagian dari dakwah Islam, sebab dakwah Islam mempunyai ciri sebagai pemberi petunjuk semacam jalan keluar untuk

---

<sup>54</sup> Elma Abadiyah dkk., "Solusi Terhadap Permasalahan Internal Dan Eksternal Pada Seksi Pendidikan Diniyah Dan Pondok Pesantren Di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Mojokerto," *Jurnal Administrasi Pendidikan Islam* 2, no. 2 (28 September 2020): 160, <https://doi.org/10.15642/japi.2020.2.2.157-170>.

menyelesaikan permasalahan keagamaan. Sebagaimana salah satu dari fungsi Alquran adalah memberikan petunjuk kepada semua manusia yang termaktub dalam surah Al-Baqarah ayat 185:

هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ الْهُدَىٰ وَالْفُرْقَانِ

Solusi dakwah sendiri dalam Alquran setidaknya harus bercirikan musyawarah dalam segala tindakan yang belum ada dasar hukumnya.

Untuk menjawab sebuah tantangan dakwah setidaknya harus mempunyai dua unsur yang harus di penuhi pertama *humanisasi* artinya harus berkontribusi terhadap kemanusiaan. Kedua, *liberasi* yaitu kegiatan untuk memberantas kebodohan, kemiskinan dan nilai-nilai negatif.<sup>55</sup>

Dalam jurnal Al-Qaul Journal of Dakwah dan Komunikasi, Yunihardi menyebutkan beberapa tantangan yang dihadapi dakwah di era masyarakat 5.0 adalah sebagai berikut :

1. Kemudahan komunikasi membawa dampak positif sangat banyak dalam berbagai bidang. Namun, juga meninggalkan dampak negatif

---

<sup>55</sup> M. Ikhsan Ghazali, "Peranan Da'i Dalam Mengatasi Problem Dakwah Kontemporer," *Mawa Izah Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan* 8, No. 2 (2017): 301

seperti; menggunjing, menghina, *framing*, membicarakan aib orang lain.

2. Realitas masyarakat yang tidak setara dan beragam. Perbatasan geografis negara dapat menjadi ambigu karena keragaman sosiokulturalnya. Namun, ada keuntungannya juga, seperti kemampuan menyatukan semua orang dalam satu komunitas yang mudah diakses, atau yang dikenal sebagai "desa dunia" atau "*global village*".
3. Penyebaran berbagai gaya hidup dan jenis budaya untuk membangun masyarakat yang mudah mengikuti tren tanpa memperhitungkan efek positif dan negatifnya. Misalnya, fenomena replikasi menu makanan, tren pakaian, dan pemilihan genre hiburan, yang terkadang mencakup kesiapan dan kesesuaian serta kebutuhan tubuh individu, preferensi, norma budaya, dan keyakinan agama.
4. Terbukanya pintu yang besar dan luas bagi masuknya budaya dan nilai-nilai asing. Dampaknya adalah masuknya budaya yang bertentangan dengan moral agama, budaya bangsa seperti yang terkandung dalam kata 7 F:

*Fashion, Food, film, Fun, Free thinking, Free sex dan Friction.* Dakwah harus dapat menyelesaikan problem tersebut agar tidak menggerus nilai positif yang ada dimasyarakat.

5. Pengaruh masyarakat era 5.0 menjadikan konsumtivisme yang menjadikan masyarakat terjerumus kepada kedangkalan spritual, kemubaziran, dan hidup yang hedonis.
6. Generasi muda milenial terkenal cepat bosan; ini membutuhkan orisinalitas dan berbagai pendekatan. Dakwah harus mampu memenuhi kebutuhan ini dengan menawarkan jawaban atas persoalan kebosanan dan persoalan karakter yang dihadapi generasi muda sebagai akibat dari banyaknya pilihan hiburan yang disediakan oleh teknologi dan informasi yang lebih mudah diakses.
7. Dari segi informasi, dakwah memiliki kendala yang sangat berat. Fenomena mudahnya mendapatkan informasi perlu disiapkan standar dan mekanisme penyaringan informasi tepat, agar sesuai sasaran.<sup>56</sup>

---

<sup>56</sup> Yunihardi, "Dakwah Islam Di Era Masyarakat 5.0," 38–39.

*Society 5.0* diharapkan dapat menciptakan *new value* (nilai baru) melalui perkembangan teknologi canggih yang bisa menanggulangi kesenjangan di antara manusia dengan permasalahan ekonomi dalam kehidupan depannya.<sup>57</sup> Konteks era *society 5.0* untuk menjawab tantangan dakwah kontemporer seorang pendakwah dituntut memiliki kemampuan dalam berbagai hal. Di era *society 5.0*, dai dituntut untuk memiliki kompetensi yang lebih kompetitif, terutama kreativitas, berpikir kritis, komunikasi, dan kolaborasi. Selain itu, dai juga diharapkan memiliki kompetensi lain, seperti kepemimpinan, literasi digital, kecerdasan emosional, kewirausahaan, kewarganegaraan global, pemecahan masalah, dan kerja tim.<sup>58</sup> Di era 5.0, konten menjadi salah satu komponen penting yang berperan dalam perubahan teknologi media.<sup>59</sup>

Tantangan dakwah yang begitu kompleks pada era 5.0 maka diperlukan sebuah solusi dakwah diantaranya ada lima hal yang menjadi solusi dakwah ;

---

<sup>57</sup> Sayidah Afyatul Masruroh dan Robi'ah Machtumah Malayati, "Dakwah Era Society 5.0 (Analisis Model Dakwah Ust. Hanan Attaki, Gus Miftah Dan Gus Baha' Pada Media Sosial Youtube)," 2021, 2.

<sup>58</sup> S. Si Dr. Eko Risdianto, "Analisis Pendidikan Indonesia Di Era Revolusi Industri 4.0.Pdf," 1 Januari 2019, 3,

<sup>59</sup> Ari Wibowo, "Profesionalisme Dai Di Era Society 5.0: Mengulas Profil Dan Strategi Pengembangan Dakwah," *Wardah* 22, no. 1 (2021): 9,

1. Pertama, meningkatkan kualitas dakwah secara substansi dan metodologi.
2. Kedua, penguasaan teknologi informasi sebagai media terkini dalam dakwah.
3. Ketiga, peningkatan kompetensi literasi digital objek dakwah.
4. Keempat, kemampuan para dakwah dalam berpikir kritis dan menjadi agen pemecahan masalah pada saat permasalahan keagamaan muncul di masyarakat serta mampu menjawab tantangan perubahan zaman yang semakin kuat.
5. Kelima penanaman nilai-nilai universal melalui konsepsi moderasi beragama.
6. Keenam, menyesuaikan dengan kondisi umat Islam di Indonesia secara keseluruhan.<sup>60</sup>

---

<sup>60</sup> Rini Setiawati, Dede Mercy Rolando, dan Novita Sari, "The Values and Practices of Da'wah in The Era of Hybrid Knowledge Society 5.0" 1, no. 1 (t.t.): 45.

### **BAB III**

## **GAMBARAN UMUM MEDIA NU ONLINE DAN TEMUAN DATA MEDIA SIBER ETNOGRAFI VIRTUAL**

#### **A. Sejarah dan Perkembangan NU Online**

NU Online pertama kali rilis pada 11 juli 2003 dengan menggunakan website domain [www.nu.or.id](http://www.nu.or.id). Kehadiran dari NU Online sendiri atas dasar kesepakatan pada saat acara muktamar NU yang gagas oleh kiyai-kiyai di Kediri, Jawa Timur pada tahun 1999. Para hadirin yang kiyai mempunyai sebuah keinginan agar NU memiliki media komunikasi yang memuat konten ke NU-an, hal ini juga didasarkan karena jumlah warga NU yang kian banyak dari berbagai daerah hingga ke belahan dunia.

Sebelum rilis pertama kali pada tahun 2003, Wakil Sekretaris Jenderal PBNU H. Abdul Mun'im menjadi salah satu orang yang menginisiasi perintisan awal media NU Online sejak tahun 2002 yang kemudian secara resmi diluncurkan pada 11 juli 2003 di Florres Room Hotel Borobudur Jakarta.<sup>61</sup> Peluncuran media NU Online di Jakarta mendapat sambutan yang meriah karena dihadiri 1500 orang yang terdiri dari kiyai, duta besar, menteri, tokoh masyarakat hingga politisi.

---

<sup>61</sup> Kifayatul Ahyar, "NU Online: Sejarah Panjang Media NU - NU Online Banyumas," 11 Juli 2021, <https://nubanyumas.com/nu-online-sejarah-panjang-media-nu/>.

NU Online diresmikan oleh KH Hasyim Muzadi selaku ketua PBNU memencet tombol laptop sebagai tanda dibukanya secara resmi *launching* website NU Online. Peresmian tersebut diiringi dengan sholawat yang dipandu oleh Ustad Zainuddin dan diikuti oleh seluruh peserta yang membuat suasana peluncuran tampak hikmat sebagai gambaran bahwa NU organisasi sosial keagamaan. Pada awal perkembangannya NU Online dipimpin oleh Abdul Mun'im Dz.<sup>62</sup>

Perkembangan media online yang dimiliki NU Online mengalami perkembangan secara pesat, hal ini dikarenakan untuk merespons perkembangan industri digital media yang begitu massif. Serta untuk menjawab tantangan yang begitu kompleks dan dinamis di kalangan masyarakat. Munculnya media media baru seperti platform berbagai media website, Instagram, Facebook, Twitter, Youtube dan aplikasi.

Dengan hadirnya kemajuan teknologi informasi, serta perkembangan media sosial, NU Online kini hadir dengan berbagai platform media antara lain;

1. Website dengan [www.nu.or.id](http://www.nu.or.id)
2. Instagram dengan akun @nuonline\_id dengan 1,1 juta pengikut dan 10.008 postingan

---

<sup>62</sup> "Launching Website Resmi PBNU," NU Online, diakses 26 Agustus 2023, <https://nu.or.id/warta/launching-website-resmi-pbnu-gr0lj>.



3. Twitter dengan akun @nu\_online dengan 872,7 rb pengikut
4. Facebook dengan akun nu online mempunyai pengikut
5. Youtube dengan nama channel NU Online di ikuti sebanyak 1,07 juta subscriber dan telah mengupload sebanyak 4.000 video
6. Aplikasi NU Online Super Apps telah di download sebanyak 500.000 kali
7. Tiktok

Melihat perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat di media sosial NU Online senantiasa berusaha beradaptasi dengan teknologi salah satunya adalah dengan merespons era *society* 5.0 dengan membuat sebuah aplikasi dakwah. NU Online super app merupakan sekian banyak media dan kemajuan di NU Online yang terbaru. Peluncuran aplikasi NU Online super app pada 27 Februari 2021 di masjid Istiqlal Jakarta, hal ini juga bertepatan dengan harlah NU yang jatuh pada tanggal 16 Rajab 1442 H.<sup>63</sup> Aplikasi NU Online super app juga ditujukan bagi ummat Islam yang ingin membayar zakat dan infaq. Selain itu untuk merespon perkembangan masyarakat supaya agar dapat memudahkan umat Islam dalam membayar zakat, di dalam

---

<sup>63</sup> Alviyan Badro K, "NU Online Super App Sediakan Fitur Baru untuk Pembayaran Zakat Fitrah," *nucare-laziznu*, diakses 30 Agustus 2023, [https://nucare.id/news/nu\\_online\\_super\\_app\\_sediakan\\_fitur\\_baru\\_untuk\\_pembayaran\\_zakat\\_fitrah](https://nucare.id/news/nu_online_super_app_sediakan_fitur_baru_untuk_pembayaran_zakat_fitrah).

aplikasi juga menyediakan fitur kalkulator zakat mulai dari sektor pertanian, perikanan, emas perak, bahkan zakat profesi.

NU Online super app dinilai sebagai kemajuan teknologi yang cocok untuk sekarang karena dapat memudahkan generasi milenial dalam mengakses konten dakwah. Konten dalam aplikasi NU Online Super Apps juga diintegrasikan dengan situs web *NU Online* yang berisi ragam konten, mulai dari warta (nasional & internasional), opini, cerpen, hingga artikel keislaman: naskah khutbah, fiqih, tasawuf, ilmu tauhid, dan lain-lain. Selain itu aplikasi ini mempunyai berbagai keunggulan seperti penambahan arah kiblat, quran digital, konten video dakwah yang terintegrasi dengan Youtube NU Online dan tulisan-tulisan berkaitan problematika umat dalam menjalankan ibadah.

## **B. Visi Misi dan Nilai Media NU Online**

### **1. Visi Dan Misi**

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

### **2. Misi**

- a) Menjadi pilihan pertama untuk memperoleh informasi ke-NU-an dan keislaman yang terpercaya.
- b) Menghasilkan informasi yang menyejukkan dan mendorong sikap keagamaan yang berkeadilan, moderat, dan menghargai keberagaman.
- c) Menghasilkan produk informasi yang berkualitas.

- d) Menjadi ruang untuk mengembangkan sikap profesionalitas yang tinggi disertai semangat berkhidmah untuk umat dan bangsa.

### 3. Nilai

- a) Profesionalitas  
Menghasilkan informasi yang memiliki standar kualitas tinggi yang menjadi rujukan terpercaya bagi publik
- b) Kerelawanan  
Membuka ruang seluas-luasnya bagi masyarakat untuk berkontribusi dalam mengisi dan mengembangkan informasi
- c) Kebersamaan  
Menjaga nilai-nilai komunalitas dalam mencapai tujuan bersama dalam memproduksi dan menyebarkan informasi dengan tetap menjaga standar kualitas informasi yang tinggi.
- d) Pembelajaran  
Mendorong dan memfasilitasi karyawan untuk terus belajar dan mengembangkan diri sebagai bagian dari peningkatan kualitas pribadi dan produk informasi yang dihasilkan.<sup>64</sup>

---

<sup>64</sup> “Visi Misi,” NU Online, diakses 26 Agustus 2023, <https://www.nu.or.id/page/visi-misi>.

### C. Susunan Redaksi NU Online

Berdasar pada profil *website* NU Online berikut ini adalah susunan tim redaksi media NU Online;

**Dewan Penasihat:** KH. Miftachul Akhyar, KH. Yahya Cholil Staquf, KH. Ahmad Said Asrori, H. Saifullah Yusuf, Alissa Qotrunnada Wahid, Mohamad Syafi' Alielha, Muhammad Najib Azca, Arif Afandi.

**Pemimpin Umum:** Ishaq Zubaedi Raqib

Wakil Pemimpin Umum I: Achmad Mukafi Niam

Wakil Pemimpin Umum II: Wibowo Prasetyo

**Direktur Utama:** Hamzah Sahal

Wakil Direktur Utama: Fajar W. Hermawan

**Direktur Keuangan:** Risky Wijayanti

Direktur Operasional: Muhammad Yunus

Direktur Pemasaran: Syaifullah Amin

Wakil Direktur Pemasaran: Nurdin

**Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab:** Ivan Aulia Ahsan

Redaktur Eksekutif & Koord. Kanal Daerah: Mahbib Khoiron

#### **WARTA**

Redaktur Pelaksana: Fathoni Ahmad

Redaktur: Muhammad Syakir N.F.

Pewartu: Aru Lego Triono, Nuriel Shiami Indiraphasa, Syifa Arrahmah

#### **KEISLAMAN**

Redaktur Pelaksana: Alhafiz Kurniawan

Redaktur: Ahmad Muntaha A.M.

### **KONTEN KREATIF**

Manajer: Ahmad Mundzir

Penyelia Media Sosial: Ahmad Hanan, Ahmad Naufa Khoirul  
Faizun, Putri Hidayani

Desainer: Aceng Dartar

Fotografer: Suwitno

Reporter: Aldi Rizki

Videografer: Agung S. Utomo, Faisal Haryo Tabrani, Lukman  
Hakim, M. Kholilur Rohman, Moh. Irfan, M. Syarif Hidayat,  
Rezi Ahmad, Saiful Amar

### **TEKNOLOGI INFORMASI**

Manajer: Miftahudin

Developer: Adhyaksa Herdianto, Ardyan Novanto, Choirul  
Anam, M. Silmi Kaffah, Puji Utomo, Zainal Muttaqin

### **ADMINISTRASI**

Sekretaris Redaksi: Syifa Arrahmah

Finance Officer: Nana Risma, Ummi Khoirunnisa

#### **D. Gambaran Umum Channel Youtube NU Online**

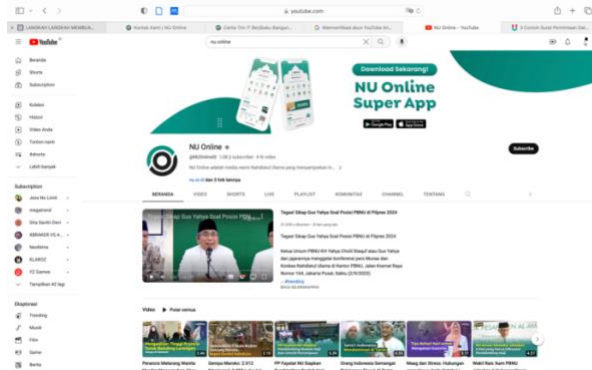
NU Online sebagai *website* terbesar yang di miliki ormas Islam terbesar di Indonesia mempunyai karakteristik tersendiri dari berbagai sisi pemberian nama pada rubriknya. Dalam rubriknya pada 2023 NU Online banyak menggunakan bahasa

Indonesia dan juga dengan istilah-istilah dalam bahasa Arab. Hal ini mempunyai tujuan agar menambah kedekatan internal tersendiri di kalangan warga NU, mengingat pasar media NU Online sendiri menyasar mulai dari anak muda hingga orang dewasa NU Online terus berupaya dalam mengembangkan melalui audio visual dengan konten Video dakwah.

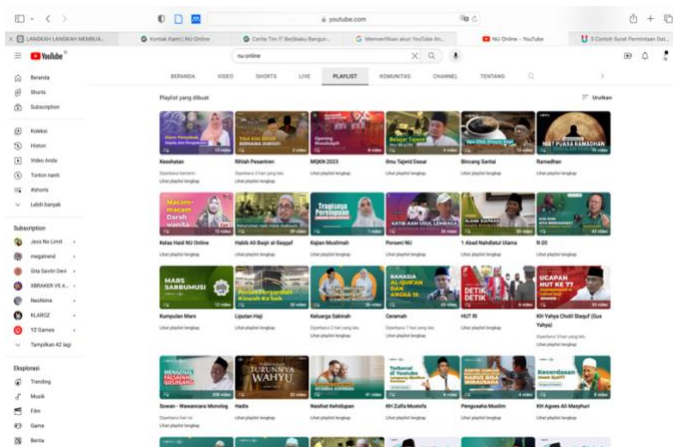
Pada channel Youtube NU Online terdapat beberapa *tools* seperti; beranda, video, shorts, live, *playlist*, komunitas, channel dan tentang. Pada *tools playlist* terdapat 60 tema yang berbeda. Tujuan dari daftar putar *playlist* yang terdapat berbagai macam konten dakwah Islam. Pada *playlist* terdapat beberapa video tentang kajian kitab, sejarah, ceramah, khutbah, kebangsaan, ceramah, *podcast* dan tanya jawab mengenai hukum Islam. Pembuatan *playlist* bertujuan memudahkan pengunjung channel Youtube untuk mencari tema video yang pengunjung inginkan, selain itu dapat memberikan kemudahan bagi pengunjung channel Youtube.

Video Youtube dalam pada konten NU Online bermacam-macam mulai dari kebangsaan nilai moral, politik hingga isu keagamaan yang telah di per bincangkan masyarakat. Dalam merespon perkembangan fitur Youtube yang bertujuan untuk menonton video yang durasinya lebih pendek dan memuat isi yang online juga membuat konten berbasis *short* video atau video

pendek. Hal ini di nilai lebih efektif terhadap pesan dakwah yang disampaikan karena durasinya yang pendek.



Gambar 3.1 halaman beranda channel Youtube NU Online



Gambar 3.2 *playlist* channel Youtube NU Online

## E. Media Siber Youtube NU Online

Temuan data yang peneliti temukan dalam channel Youtube NU Online adalah sebagai berikut dalam temuan data dibagi menjadi 4 level yakni; Analisis media Siber, yaitu ruang media

(*media space*), dokumen media (*media archive*), objek media (*media object*), dan pengalaman media (*experiential stories*).

### 1. Ruang Media

Pada level ini, akan dijelaskan struktur, tampilan, dan langkah-langkah membuat channel YouTube. YouTube adalah media sosial yang digunakan untuk mengunggah video, menonton video, dan membagikan video kepada semua orang.<sup>65</sup>

Pada level ruang media, media sosial menjadi tempat interaksi komunitas. Peneliti berperan sebagai pengamat dan menguraikan bagaimana perangkat media sosial bekerja dari sisi teknologi, serta aturan yang berlaku di media sosial tersebut. Peneliti memulai dengan menjelaskan bagaimana prosedur membuat akun, menghubungkan diri dengan jaringan, komunikasi yang terjadi, dan prosedur yang ada di media sosial tersebut.<sup>66</sup>

Pada level ruang media terdapat ada tiga aspek yang terdapat dalam platform Youtube;

---

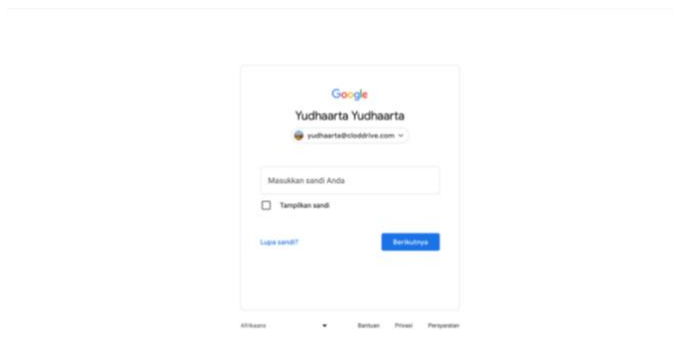
<sup>65</sup> Erik Fahron Setiadi, Alia Azmi, dan Junaidi Indrawadi, "Youtube Sebagai Sumber Belajar Generasi Milenial," *Journal of Civic Education* 2, no. 4 (2 September 2019): 14, <https://doi.org/10.24036/jce.v2i4.135>.

<sup>66</sup> Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosiologi Internet*, 28.



*Pertama*, pembuatan channel Youtube langkah pertama dalam membuat sebuah akun atau channel Youtube adalah sebagai berikut;

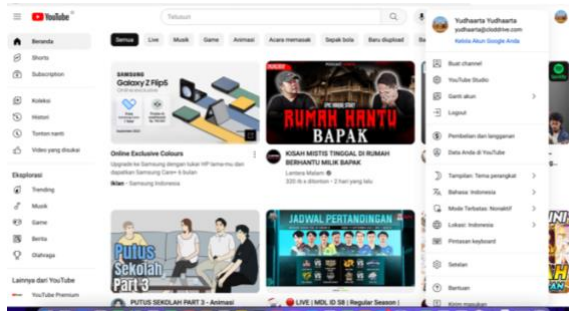
- a) Login ke Youtube di komputer atau situs seluler dengan akun email Gmail.
- b) Klik foto profil anda buat channel.
- c) Anda akan diminta untuk membuat channel.
- d) Periksa detailnya (dengan nama dan foto akun Google anda), lalu konfirmasi untuk membuat channel.<sup>67</sup>



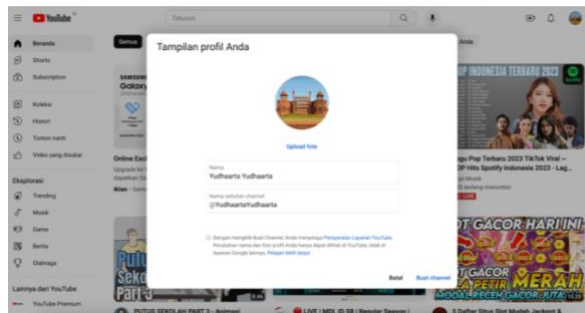
Gambar 3.3 cara login ke akun Gmail sebelum masuk ke Youtube

---

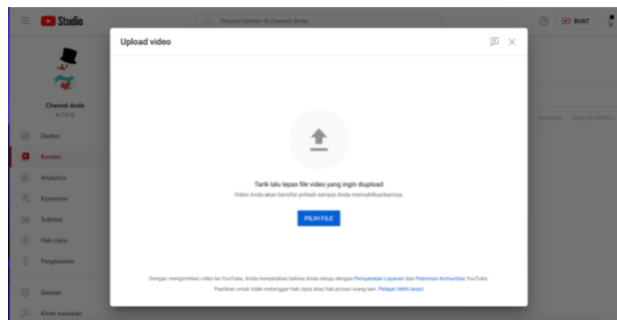
<sup>67</sup> “Membuat Channel Youtube - Bantuan Youtube,” diakses 11 September 2023, <https://support.google.com/YouTube/answer/1646861?hl=id>.



Gambar 3.4 Pembuatan channel Youtube



Gambar 3.5 tangkapan layar pemberian nama channel Youtube



Gambar 3.6 tampilan ketika hendak mengupload konten di Youtube

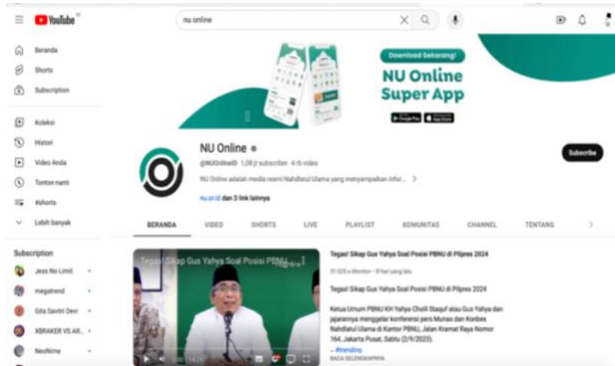
Pada tahun 2017, NU Online membuat channel Youtube dengan dua tujuan. Pertama, memindahkan dokumen *website* yang berupa tulisan menjadi video. Kedua, mengikuti perubahan dakwah di media digital dengan melakukan transformasi dakwah digital. Hal ini diungkapkan oleh Ahmad Mundzir.

“Motifasi dari pembuatan channel Youtube adalah untuk memigrasikan konten yang ada di *website* kedalam konten audio visual, sebagian konten yang ada di Youtube merupakan pengambilan materi yang berasal dari konten yang ada di website”

*Kedua*, proses verifikasi dan upload konten Youtube. Setelah semua persyaratan di penuhi, selanjutnya Google akan meminta untuk memverifikasi akun Youtube yang telah di buat. Untuk memverifikasi channel, pengguna akan diminta memasukkan nomor telepon yang aktif. Kemudian tim Google akan mengirimkan kode verifikasi melalui SMS atau panggilan suara ke nomor telepon tersebut. Adapun langkah-langkah dalam memverifikasi akun Youtube sebagai berikut;

- a) Mengupload video yang berdurasi lebih dari 15 menit.

- b) Menambahkan *thumbnail* kustom.
- c) Melakukan live stream.
- d) Mengajukan banding atas klaim Content ID (jika terdapat pelanggaran hak cipta).<sup>68</sup>



Gambar 3.7 tampilan beranda *channel* Youtube  
NU Online

*Ketiga*, pembuatan tampilan *thumbnail*. Level ruang media khususnya dalam proses pembuatan judul dan tampilan *thumbnail* Youtube dibutuhkan sebuah kreatifitas dalam membuat konten dakwah yang ada di dalam media sosial. *Thumbnail* dalam Youtube merupakan sebuah gambar tampilan yang

---

<sup>68</sup> “Memverifikasi akun Youtube Anda - Bantuan Youtube,” diakses 11 September 2023,

muncul pada tampilan awal sebelum video Youtube di putar. *Thumbnail* juga biasa di sebut sebagai representasi berupa miniatur dari gambar yang lebih besar. Berikut ini adalah contoh *Thumbnail* video;



Gambar 3.8 tampilan beranda *channel* Youtube  
NU Online

Pembuatan *thumbnail*, produksi video, dan editing mayoritas ditangani oleh anak muda. Hal ini dianggap sebagai salah satu strategi dakwah di media sosial untuk memberikan nuansa baru. Hal ini disampaikan oleh manajer tim kreatif Ahmad Mundzir dalam wawancara dengan peneliti.

“Kita libatkan anak muda karena orang tua, kecil kemungkinan mengetahui selera anak

muda. Semua tim kreatif rata-rata itu anak muda, sehingga bisa menyelami sesama anak muda”

Menurut data yang diperoleh peneliti dari tim media NU Online rata-rata yang mengakses konten NU Online adalah remaja.

“sebanyak 31% paling banyak di tonton orang dewasa rentan usia 25-34 tahun sedangkan 21,6% usia 35-44 tahun”

NU Online memproduksi rata-rata dua video per hari dengan durasi antara satu hingga sepuluh menit. Hal ini merupakan salah satu kunci sukses channel Youtube NU Online dalam mencapai 1,1 juta subscriber. Menurut Ahmad Mundzir, rahasia mencapai 1,1 juta subscriber adalah;

“Rahasia kami adalah istiqomah, karena istiqomah itu melebihi 1000 karomah. dalam membuat konten. adapun yang viral itu adalah bagian dari karomah. itu tidak bisa kita minta. banyak media yang bertumbuhan karena konsistennsi pengelolaannya yang tidak dijalankan.

## **2. Dokumen Media**

Dokumen media digunakan untuk memahami isi teks dan makna yang disampaikan. Pada level dokumen media, akan dibahas secara lebih rinci apakah teks yang disampaikan ditujukan untuk entitas tertentu atau

khalayak umum, tujuan pemberian keterangan tambahan pada kolom deskripsi video, dan tujuan penggunaan transliterasi pada setiap unggahan video.

Teks pada level ini tidak hanya diartikan sebagai sebuah tulisan tetapi lebih luas lagi dapat berupa, foto, audio, video maupun visual lainnya.<sup>69</sup> Teks tidak hanya mewakili pendapat atau opini pengguna di internet tetapi menunjukkan ideologi, latar belakang sosial, pandangan politik, keunikan budaya, hingga merepresentasikan identitas dari komunitas.

Pada pembuatan video tidak terlepas dari sebuah ideologi yang ada di NU sendiri, sebab ideologi merupakan sebuah pedoman atau prinsip dalam membuat video. NU Online dalam membuat video tidak terlepas dari ideologi Aswaja “*Ahlussunnah Waljama'ah*” hal ini berguna sebagai akumulasi pemikiran keagamaan dalam berbagai bidang yang dihasilkan para ulama untuk menjawab persoalan dan pandangan keagamaan. Selain itu prinsip Islam “*wasathiyyah*” atau dinamakan dengan Islam moderat juga ditonjolkan dalam berbagai kajian-kajian ke-Islaman. Adapun objek dakwah NU Online dibuat untuk semua umat Islam secara umum.

---

<sup>69</sup> Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosiologi Internet*, 32.

Inspirasi atau ide dari pembuatan konten biasanya muncul dari redaksi sendiri dari pada pertanyaan yang diajukan masyarakat. Ahmad Mundzir mengatakan;

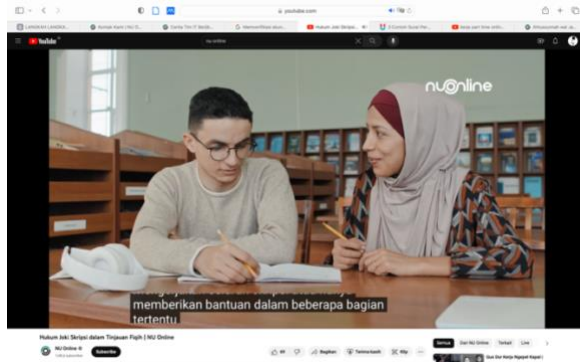
“ide dalam pembuatan konten lebih banyak dari redaksi, meskipun permintaan dari masyarakat begitu banyak. kalo di email biasanya di jawab melalui website. dari redaksi memilih tema-tema yang prioritas dibutuhkan masyarakat”

Pada level makna produksi, NU Online pada proses pembuatan konten dakwah fiqih sebahagian merupakan kajian yang ada di *bahtsul masail* website NU Online berupa pertanyaan yang dikirim masyarakat kepada tim redaksi media NU Online melalui email NU Online atau melalui media sosial NU Online yang lainnya. Pembahasan tersebut sebagian ada yang dijadikan konten dakwah atau materi dakwah, dinarasikan dari teks menjadi audio visual dengan gambar ilustrasi.

Pada video yang di *upload* NU Online tidak banyak menampilkan tulisan pada deskripsi video. Namun, pada aspek lain konten video pada NU Online juga memperhatikan masyarakat yang mempunyai gangguan pendengaran dengan menyertakan *subtitle* yang sudah disediakan oleh Youtube secara otomatis. Pemberian *subtitle* dapat memudahkan masyarakat yang mempunyai gangguan pendengaran, sehingga konten

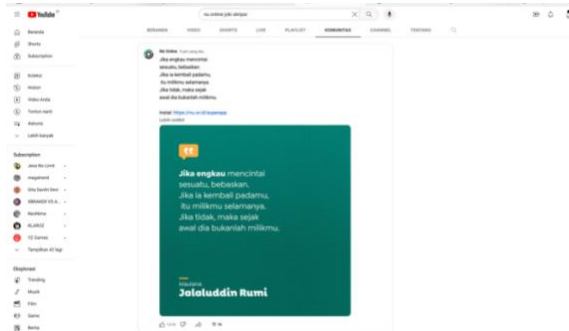


video bisa dinikmati semua masyarakat yang mempunyai keterbatasan fisik.



Gambar 3.9 *subtitle* pada konten video NU Online

Pada tools komunitas terdapat berbagai konten yang berkaitan dengan pesan dakwah kutipan nasehat dan kata-kata bijak dari berbagai ulama *Ahlussunnah wal Jama'ah* yang mempunyai kata-kata bijak yang mudah dipahami bagi pembaca. Selain itu, gambar *quotes* tidak hanya di publikasikan di Youtube saja melainkan juga di publikasikan di akun media sosial NU Online yang lainnya seperti; Instagram, dan Facebook.



Gambar 3.10 teks *quots* pada tool komunitas

Peneliti menemukan beberapa konten video di NU Online mempunyai beberapa tema dakwah diantaranya membahas tentang kesehatan, akidah, ulumul quran, dan beberapa persoalan fiqih.

**Table 3.1 data dokumen media**

No	Tanggal upload	Tema	Visual Thumnail
1.	10 September 2023	kesehatan	 <p>Maag dan Stress: Hubungan yang Harus Anda Ketahui</p>

2.	15 Agustus 2023	akidah	 <p>Al Qur'an Kalam Allah Qadim atau Hadis? Habib Ali Baqir al Saqqaf</p> <p>Penjelasan Al Qur'an Kalam Allah, Qadim atau Hadis? Habib Ali Baqir Saqqaf</p>
3.	15 september 2023	Fiqih	 <p>MEMBUNUH CICAK PAHALANYA BESAR? UST. HAFIZ KURNIAWAN</p> <p>Hukum Membunuh Cicak Apakah Boleh atau tidak di Agama Islam?</p>
4.	3 September 2023	Dakwah	 <p>Sebaik-baik Ungkapan: Sedikit, Tepat Sasaran!</p>

			Sastra dalam Al Quran   Keindahan Bahasa Al Quran
5.	10 Januari 2022	Akidah	 <p>Viral Pria Tendang Sesajen di Semeru, Gus Dhofir Zuhry Angkat Bicara!</p>

### 3. Objek Media

Pada level obyek media, peneliti dapat melihat interaksi atau aktivitas spesifik yang terjadi dalam media *cyber*. Aktivitas ini dapat melibatkan pengguna individual atau antar pengguna, baik dalam skala kecil maupun besar.<sup>70</sup> Peneliti melihat aktivitas dan interaksi antara sesama pengguna. Data penelitian berasal dari teks dan konteks yang ada pada media sosial. Pada level ini peneliti mengalihkan pada bagaimana teks itu ditanggapi atau

---

<sup>70</sup> Rulli Nasrullah, 28.

berinteraksi dengan pengguna siber lainnya. Pada konteks objek media peneliti memfokuskan pada tanggapan dari teks yang di unggah di media sosial berupa *views*, *like*, komentar bahkan sampai *subscribe*.

Peneliti melihat secara langsung obyek yang akan diteliti dan secara tidak langsung yang terjadi di channel Youtube NU Online. Interaksi dapat dilihat dari kolom komentar yang ada pada video, langkah ini bertujuan untuk melihat bagaimana interaksi antara media dan masyarakat melalui *media siber*.

Berikut ini tangkapan layar dari beberapa komentar pada data video NU Online



Gambar 3.11 komentar netizen pada data 1



Gambar 3.12 komentar netizen data 2

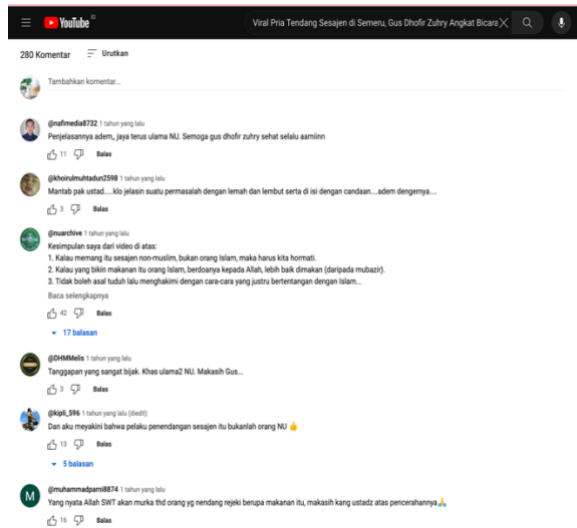


Gambar 3.13 komentar netizen data 3

Pada level objek media peneliti menemukan berbagai tanggapan positif dari masyarakat terhadap konten yang di unggah. Namun ada juga yang memberikan reaksi yang berkomentar negatif dalam

menanggapi video NU Online. Seperti dalam video penjelasan Alquran *qodim* atau *hadist*, terdapat komentar berbagai macam reaksi.

“Saya masih awam dalam belajar Agama Islam,saya masih bertanya tanya kenapa mereka menafsirkan Alquran sesuai nafsu mereka,, padahal Nabi Muhammad sudah membawa ajaran agama Islam dan kitab suci Alquran yang sudah Final. Kalau masih di tafsir lagi artinya Alquran belum sempurna/belum final dan tidak percaya dengan isi Alquran atau memang orang tersebut berniat merubah kemurnian Alquran



Gambar 3.14 Komentar pada data 4



Gambar 3.15. komentar pada data 5

Komentar video pada data 5 berupa konten video respon Ustadz Dhofir Zuhry terhadap kasus pemuda menendang sesajen. Konten tersebut yang menuai reaksi perdebatan di masyarakat dan berbagai tanggapan. Pada pembahasan video menuai beberapa komentar di masyarakat, hal ini terjadi disebabkan konten tersebut salah satu polemik materi yang menjadi atensi di masyarakat, atau disebut dengan konten viral. Audiens pada kasus tersebut bukan hanya dikalangan orang Islam saja, namun ada masyarakat non muslim juga mendapat sebuah pencerahan dari penjelasan video NU Online.

#### 4. Pengalaman Media

**Level pengalaman (*experiential stories*)** peneliti bisa menghubungkan realitas yang terjadi di dunia virtual dengan realitas yang ada di dunia nyata. Menurut Hine (2015) apa yang terjadi di internet sebenarnya tidak jauh berbeda dengan apa yang terjadi di dunia nyata kehidupan



sehari-hari seperti penggambaran waktu, tempat dan perilaku orang dengan bertransformasi di internet.<sup>71</sup> Pada level ini pengalaman bukan hanya pada ranah mikro namun, sudah menjadi ranah makro. Hal ini disebabkan pengalaman yang terjadi di media sosial Youtube merupakan salah satu bentuk dari realitas kehidupan nyata. Serta untuk melihat apakah yang terjadi di dalam jaringan (*online*) juga memberikan pengaruh pada dunia nyata (*offline*).<sup>72</sup>

Realitas yang muncul oleh media *channel* Youtube NU Online adalah keterikatan sebuah hukum yang merupakan praktik terpenting dalam menjalankan ritual ibadah. Sebagai mana dalam tujuan NU Online dalam dakwah Islam untuk terus menjadi media yang mengedepankan nilai-nilai Islam dalam praktik kehidupan beragama.

Dari aspek pengembangan digitalisasi era *society* 5.0, NU Online selalu memberikan mutu kualitas dalam konten dakwah Islam yang otoritatif sehingga dasar dari pengambilan sebuah rujukan hukum yang dijadikan

---

<sup>71</sup> Fitria Mayasari, "Etnografi Virtual Fenomena Cancel Culture dan Partisipasi Pengguna Media terhadap Tokoh Publik di Media Sosial," *Journal of Communication and Society* 1, no. 01 (26 Juni 2022): 35, <https://doi.org/10.55985/jocs.v1i01.15>.

<sup>72</sup> Rulli Nasrullah, *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosiologi Internet*, 55.r

konten dakwah sangat ketat pengawasannya. Ahmad Munzir mengatakan;

“Kita bebaskan materi dakwah sesuai dengan narsum masing-masing. kita juga mempunyai koreksi yang sangat ketat, mulai dari cara bacanya, pengambilan dalilnya, bahkan kalo membaca kitab terjadi kesalahan harakat kita eliminasi. bahkan ada narsum 7 konten 5 tereliminasi dan yg kita upload hanya 2 saja. itu cara kita menjaga kredibilitas narasumber. Karena kita dari NU kami tidak mengundang narsum yang non *Ahlussunah Waljamaah*. Kalo dalam fiqh kita tidak keluar dari 4 madzhab”

Pedoman tersebut, merupakan salah satu aspek terpenting dalam pembuatan konten Youtube agar dapat mendapat kepercayaan publik yang bersifat otoritatif. Konten yang diproduksi NU Online kebanyakan konten yang dapat dinikmati masyarakat dalam situasi apapun tidak hanya pada sebuah fenomena yang viral saja. Hal senada di ungkapkan oleh Ahmad Mundzir;

“kita jarang menyikapi suatu isu, namun kadang-kadang kita menyikapi juga. Jika kita menyikapi suatu isu berarti kita membesarkan isu tersebut. misal para cendikiawan atau ulama menganggap itu isu sepele, jika NU Online merespon sebagai media resmi PBNU, maka si pembuat isu merasa isu tersebut besar jika sekelas NU Online menanggapi isu tersebut. Caranya pertama dengan membiarkan saja nanti hilang sendiri. Kedua NU Online lebih memproduksi konten yang *timeless* yang berdurasi panjang seperti

konten bab haji dan tidak terikat sebuah isu atau sesuatu yang lagi viral. konten timeless sampai kapanpun orang selalu mencari. meskipun begitu kami juga menyikapi isu yang kontekstual daripada isu polemik. meskipun begitu kami juga terkadang turun tangan pada isu polemik. ketika ada sebuah isu ada saatnya kita membiarkannya dan ada saat momen NU Online turun tangan”

## BAB IV

### TEMUAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini akan menguraikan hasil temuan untuk menjawab rumusan masalah penelitian ini menemukan sebuah fenomena budaya siber pengguna Youtube NU Online dalam menjadi solusi dakwah Islam. NU Online sendiri menjadi objek dalam melakukan penelitian etnografi virtual dapat dikatakan sebuah metode yang digunakan untuk mengungkapkan realitas yang tampak maupun tidak, dari komunikasi dengan basis media internet diantara anggota pada suatu komunitas virtual yang ada pada media internet.

#### A. Problem dakwah era *society 5.0* channel NU Online

Hasil temuan peneliti dan wawancara lakukan kepada redaktur NU Online ada beberapa tantangan dakwah era *society 5.0* di antaranya adalah;

*Pertama*, problem dakwah datang dari internal dai sendiri. Problem internal dai era digital yakni kurangnya kesadaran dai terhadap dakwah digital. Dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah melalui media digital. Namun, dalam praktiknya, dakwah digital masih belum mendapat perhatian yang serius dari masyarakat dan tokoh ulama. Salah satu faktor penyebab kurangnya kesadaran masyarakat terhadap dakwah era digital adalah karena masyarakat lebih suka memilih dakwah konvensional yang sifatnya bertemu secara langsung. Hal ini dapat dimaklumi karena masyarakat Indonesia pada umumnya

memiliki kultur keagamaan yang kuat dan menyukai interaksi langsung dengan tokoh ulama. Selain itu, dakwah secara langsung juga dianggap lebih efektif dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan.

Problem dakwah menurut Ahmad Mundzir selaku manager tim kreatif NU Online adalah kurangnya da'i dalam dakwah melalui media.

“Banyak orang yang habis uang ratusan juta hanya untuk membuat pengajian besar yang sifatnya seremonial. Contoh pengajian itu penting cuman jangan sering sering. Pengajian umum itu yang ditunggu ceramahnya dan ceramahnya itu, tidak ada pembaharuan materi dakwah jangan jangan itu materi yang di sampaikan pada pengajian lain itu satu. Kedua materinya baru, namun pembukaan dan basa-basinya 10 menit, bercandanya 30 menit, sholawatnya 10 menit dan inti materi dakwah hanya 10 menit. Hal tersebut menjadikan dakwah menjadi tidak efisien”

Selain itu, kriteria dai dalam konteks era *society* 5.0 ialah kemampuan penguasaan media dan teknologi, sehingga da'i bagian juga dari konten kreator. Kunci dalam era *society* 5.0 membuat dakwah menjadi sebuah kewajiban bagi semua muslim. Beberapa temuan konten dakwah yang di upload oleh NU Online banyak juga yang mempunyai muatan konten dakwah tradisional bertatapn secara langsung dengan da'i sebagai contoh pada video ceramah pengajian yang mengumpulkan masa.

Dakwah dengan metode konvensional dengan mengumpulkan masa yang banyak tidak salah untuk era sekarang, namun dalam konteks *society 5.0* hal tersebut memerlukan biaya yang banyak dan persiapan manajemen dakwah yang terorganisir dengan baik. Kurangnya kesadaran terhadap dakwah era digital merupakan bagian dari problem dakwah. Untuk itu, dakwah era digital memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan dakwah secara langsung. Dakwah era digital dapat menjangkau lebih banyak orang, lebih efisien, dan lebih efektif dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Selain itu, kurangnya kesadaran terhadap dakwah era digital juga dimanfaatkan oleh kelompok-kelompok paham radikalisme untuk mengisi ruang-ruang media. Kelompok-kelompok ini menggunakan media sosial untuk menyebarkan paham-paham radikalnya. Hal ini tentu saja dapat membahayakan masyarakat dan bangsa Indonesia.

*Kedua*, problem pada isi materi dakwah berupa isu keagamaan yang dapat menyulut perpecahan. Hal ini selaras dengan kemudahan mendapatkan informasi yang begitu massif pada era *society 5.0* dengan mudah meskipun belum jelas kebenarannya dan apa motifnya. Alhasil ini dapat memicu pro dan kontra di masyarakat, sebagaimana dalam analisis dari data 5 terkait pandangan NU Online terhadap pria yang menendang sesajen. Hal tersebut menunjukkan terjadinya problem dakwah pada masyarakat yang menuai polemik sebab menjadikan konten

keyakinan orang lain dengan tujuan mendapatkan reaksi oleh *netizen*. Bahkan sampai masuk kedalam ranah pidana, karena dianggap menistakan agama orang lain.

Materi dakwah yang tidak sesuai dengan situasi dan kondisi dapat menimbulkan permasalahan baru, untuk itu materi dakwah yang akan disampaikan harus benar-benar menjadikan kemaslahatan sesuai konteks kondisinya. Tujuan dari pembuatan video sesajen tersebut mungkin bisa saja niatnya baik, namun cara penyampaian saja yang dinilai kurang tepat oleh sebagian orang dan kelompok yang menganut agama tertentu. Dakwah Islam da'i dituntut dapat mengendalikan emosinya dalam segala hal dalam menghadapi da'i.

Era *society* 5.0 juga menjadikan masyarakat sebagai *citizen journalism* dimana semua hal dapat menjadi seseorang yang dapat memproduksi informasi. Informasi yang di sampaikan di media sosial, informasi dakwah yang ada harusnya disampaikan dengan cara-cara prinsip dakwah dengan perkataan yang baik. Sebagaimana dalam prinsip dakwah *mauidhoh hasanah* untuk mengedepankan perkataan yang baik agar mad'u tidak tersinggung dengan perkataan da'i. Prinsip ini yang sering kali dilupakan da'i di era *society* 5.0, ujaran kebencian terhadap aktifitas kelompok agama lain cenderung menjadi bahan konten di media sosial.

*Ketiga*, problem konten berbahasa asing. Problem dakwah yang lain dari media NU Online adalah kendala dalam penguasaan

bahasa asing. Kendala tersebut diungkapkan oleh manajer konten kreatif Ahmad Mundzir yang mengatakan;

*“kita saat ini kesulitan dalam dakwah menggunakan bahasa internasional, sebab potensi pasar dakwah di Indonesia itu sudah terlalu banyak yang membuatnya. Sehingga masih ada ruang kosong untuk menjangkau pasar internasional, salah satunya melalui penggunaan konten berbahasa Inggris”.*<sup>73</sup>

Dakwah menggunakan media sosial pada ranah internasional tentunya bahasa Inggris sangat amat penting di perhatikan, meskipun dalam Youtube sendiri terdapat fitur terjemah kedalam semua bahasa, namun ini dirasa masih kurang efektif dalam memberikan pemahaman materi dakwah. Masyarakat lebih cenderung menikmati konten dan tulisan yang mereka pahami dari pada menggunakan bahasa asing. Sebab itu, masyarakat suka menikmati konten yang instan dari pada menggunakan fitur terjemah. Problem dalam bahasa ini yang menjadikan hambatan dakwah, sebagaimana dalam dakwah bahasa merupakan hal yang amat penting untuk kelangsungan dakwah.

Menurut hasil survey dari Media Impact Measurement (MIM) pada tahun 2023, media NU Online 60% konten media NU Online diakses warga Indonesia, 20% warga Malaysia dan 20% Asia Tenggara. Data tersebut menunjukkan masih menjadi tantangan

---

<sup>73</sup> Ahmad Munzir, Problem Dakwah, 13 September 2023.



dakwah di dalam lingkup dunia internasional seperti pangsa pasar dakwah untuk wilayah Eropa, Afrika, Amerika dan Australia yang belum tersentuh oleh dakwah media NU Online.

Oleh karena itu, aspek bahasa sangat penting untuk dakwah Islam guna menjangkau lebih luas lagi. Da'i dituntut memiliki kemampuan berbahasa asing yang baik agar dapat menyampaikan pesan dakwah secara efektif dan mencapai tujuan dakwah internasional. Dengan menguasai bahasa asing, da'i dapat menjangkau umat Islam kepenjuru dunia baik non-Muslim dari berbagai latar belakang budaya.

*Keempat*, tantangan yang muncul dalam mad'u sendiri terutama warga NU yang belum mengakses media digital NU Online. Hal ini dikuatkan dengan data survey yang dilakukan Lembaga Kajian NU (Lakpesdam NU) pada tahun 2023 terdapat 20% warga NU yang tidak mengakses media NU Online.

Tantangan tersebut muncul bisa disebabkan oleh beberapa faktor seperti; keterbatasan akses informasi seperti susah sinyal internet, kurangnya literasi digital, dan konten yang tidak sesuai dengan apa yang dicari masyarakat.

Beberapa tantangan seperti halnya keterbatasan informasi merupakan tantangan yang ada dalam diri mad'u bisa disebabkan oleh letak geografis, persebaran teknologi dan kurangnya perangkat yang tersedia. Literasi digital juga menjadi tantangan dakwah yang harus dipecahkan mengingat beberapa da'i masih

belum bisa meleak teknologi digital sehingga mengakibatkan kesulitan dalam mengakses media NU. Kemudian tantangan pada konten materi dakwah yang tidak sesuai dengan apa yang di kehendaki mad'u.

## **B. Solusi Dakwah NU Online dengan Analisis Etnografi Virtual**

### 1. Ruang Media (*Media Space*)

Level *media space* adalah struktur perangkat media dan penampilan terkait dengan prosedur berangkat atau aplikasi yang bersifat teknis. *Media space* mengungkap struktur dari media yang mengusung *citizen journalism* mulai dari bagaimana membuat akun bagaimana cara mempublikasikan konten hingga menyangkut aspek pemilihan grafis yang hendak ditampilkan di media untuk mendapatkan data dalam level media space maka peneliti bisa menggunakan etnografi virtual.

#### a) Proses pembuatan channel Youtube

Pada tahapan ini NU Online sabagai konten creator hanya sebagai user yang menggunakan Youtube sebagai penonton saja. Channel Youtube NU Online pertama kali dibuat pada tahun 2017.

#### b) Proses memverifikasi akun Youtube

Setelah proses pembuatan akun diverifikasi melalui nomor telepon, pengguna dapat melakukan upload video, *live streaming*, dan mengunggah video berdurasi lebih dari 15 menit. Video dakwah yang diunggah NU Online rata-rata

dipublikasikan setiap hari. Konten yang diunggah tidak selalu berdurasi panjang, tetapi lebih banyak yang berdurasi kurang dari 10 menit.

Tim kreatif NU Online juga membuat konten pendek potongan video kurang dari 5 menit yang di ambil dari video *live streaming*. Hal ini dilakukan untuk memudahkan penyampaian dakwah kepada masyarakat yang memiliki keterbatasan waktu. Pemotongan video *live streaming* menjadi beberapa menit dinilai dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat terkait inti-inti pesan yang di sampaikan da'i saat ceramah. Sehingga materi dakwah dapat dipahami dengan sebuah video yang berdurasi lebih pendek dari video aslinya.

Pada tahapan, pengambilan gambar, editing dan desain *thumbnail* merupakan elemen yang tidak kalah penting untuk bersaing dengan konten dakwah dengan media lain. Era *society 5.0* dengan bersaingnya konten-konten dakwah yang semakin banyak, NU Online selalu melibatkan anak muda dalam berbagai aspek produksi video untuk menambah kreatifitas konten. Penggunaan anak muda tujuannya adalah untuk memberikan tampilan baru di media sosial agar sesuai dengan tren minat masyarakat hal ini juga nampak dari survey Media Impact Measurement (MIM) pada tahun 2023, 60% konten NU Online diakses oleh orang dewasa rentang usia 20-35 tahun.

Channel NU Online yang dibuat pada 2017 dengan unggahan pertama kali dengan judul video “*Enam Nasihat Gus Mus untuk Pengguna Media Sosial*”. Hingga saat ini pada September 2023 total semua video yang sudah di upload oleh NU Online setidaknya sudah 4,1 ribu video dan telah ditonton sebanyak 128.708.946 kali ditonton publik.

c) Tampilan media Youtube channel NU Online

Tampilan dalam Youtube dapat berupa gambar channel, halaman channel dan postingan video. Dalam membuat gambar *thumbnail* NU Online menghadirkan disain yang menarik untuk di baca dengan membuat logo yang mudah dikenal dan ikonik. Hal ini merupakan salah satu strategi dakwah era *society* 5.0 agar tampilan memikat untuk di baca atau ditonton pengguna Youtube. Selain itu dalam memberikan *thumbnail*, kejelasan tulisan judul video sangat berpengaruh kepada penonton Youtube karena tampilan yang menarik dapat memberikan sebuah atensi khusus pada video yang akan ditonton.

Tampilan pada judul video merupakan aspek terpenting bagi mad'u, selain isi materi dakwah. Era *society* 5.0 juga harus memperhatikan aspek tampilan media yang menarik dan kejelasan dalam membuat judul video. Untuk menjawab tantangan dunia digital tampilan media maka NU Online

selalu melibatkan generasi Z dalam membuat tampilan *thumbnail*.

## 2. Dokumen Media (*Media Archive*)

Fokus utama dalam level dokumen media pada channel Youtube NU Online. Data media siber yang menjadi fokus adalah solusi dakwah era *society* 5.0 yang ada pada channel Youtube NU Online. Pembuatan video atau materi dakwah menggunakan materi yang berkaitan dengan hukum Islam, kesehatan, *akhlak*, dan isu polemik yang terjadi di masyarakat.

### a. Data 1

**Tabel 4.1 konten dakwah melalui kesehatan**

Judul postingan: Maag dan Stress: Hubungan yang Harus Anda Ketahui
Tanggal postingan: 10 September 2023
<i>Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh..</i> Sahabat NU Online kali ini kita akan membahas penyakit yang banyak banget diderita oleh sahabat NU Online yaitu sakit lambung atau gastritis. Gastritis merupakan kondisi di mana terjadi iritasi peradangan maupun pengikisan pada lapisan lambung pada lambung sendiri terdapat sebuah kelenjar yang berfungsi untuk menghasilkan asam lambung maupun enzim pencernaan lambung juga sebenarnya

dilindungi oleh sebuah lendir yang menutupi lapisan lambung dihasilkan. atau enzim pencernaan berfungsi untuk melapisi lapisan lambung agar tidak teriritasi namun dalam kondisi tertentu lendir pelindung tadi akhirnya hilang atau rusak sehingga asam lambung maupun enzim pencernaan bisa berhasil mengiritasi lapisan lambung saat itulah kita katakan terjadi sakit lambung. Gastritis apa saja penyebab dari gastritis ini yang pertama adalah kemudian adanya efek samping dari obat-obatan seperti obat pereda sakit atau nyeri kemudian juga stres atau selanjutnya juga bisa disebabkan oleh konsumsi alkohol yang berlebihan penyalahgunaan obat-obatan terlarang serta karena reaksi *autoimun* maupun karena penambahan usia selain penyebab di atas gastritis juga memiliki beberapa faktor resiko di mana kalau kita mengkonsumsi makanan ini maka kita akan peluang lebih besar untuk terkena gastritis. pertama adalah konsumsi makanan dengan kadar garam tinggi maupun mengandung pengawet yang tinggi kemudian juga konsumsi makanan berminyak goreng-gorengan atau mengandung lemak berlebih kemudian konsumsi makanan yang asam atau pedas secara berlebihan ditambah juga dengan kebiasaan merokok atau mengkonsumsi alkohol apa saja gejala gastritis yang paling umum adalah nyeri ulu hati kemudian hilangnya nafsu

makan cepat merasa kenyang saat makan mual muntah gangguan saluran cerna hingga diare.

Video tersebut membahas tema kesehatan yang menambah wawasan keilmuan dalam segi medis disusupi dengan dakwah Islam. Kajian video tersebut, dijelaskan mengenai sakit mag dan penyebabnya. Pemaparan konten tersebut memberikan informasi tentang penyakit yang dialami oleh masyarakat. Selain literasi dalam sisi medis, video tersebut juga memberikan pesan untuk tidak menggunakan bahan-bahan kimia pada makanan, dan larangan mengonsumsi Alkohol. Problem pada video tersebut sebenarnya adalah masalah yang biasa muncul di masyarakat. Namun, NU Online melalui video tersebut memberikan solusi dakwah melalui medis.

Selain itu, video tersebut memberikan literasi terhadap masalah yang terjadi dengan pendekatan medis dengan cara memberikan pesan dakwah untuk tidak mengonsumsi rokok, bahan kimia, dan Alkohol. Solusi dakwah melalui medis merupakan salah satu bentuk dakwah yang penting untuk dilakukan. Dakwah ini dapat membantu umat Islam untuk hidup lebih sehat dan terhindar dari berbagai penyakit. Dengan hidup sehat, umat Islam dapat menjalankan ibadah dengan lebih baik dan menjadi pribadi yang lebih produktif. Dakwah melalui medis adalah salah satu bentuk dakwah yang penting untuk

dilakukan, khususnya dalam hal larangan Alkohol. Dengan dakwah dengan literasi kesehatan, umat Islam dapat memahami pentingnya menjaga kesehatan dan kesejahteraan hidup. Hal ini dapat diwujudkan dengan menerapkan pola hidup sehat, seperti mengonsumsi makanan yang sehat, berolahraga secara teratur, dan mengelola stres dengan baik.

**b. Data 2**

**Table 4.2 konten dakwah dengan podcast**

Judul postingan: Penjelasan Alquran kalam Allah, <i>Qadim</i> atau <i>Hadis</i> ? Habib Ali Baqir Saqqaf Tanggal postingan: 15 Agustus 2023
Sebenarnya Nabi Muhammad atau kehendaknya Allah seperti itu. Itu semuanya Allah yang menyusun, semuanya dari pada <i>bismillah</i> . <i>Bismillah</i> itu masih ada <i>khilaf</i> itu ya masih ada <i>khilaf</i> <i>bismillah</i> itu bagian Alquran atau tidak. Kita yang menyusun struktur Alfatihah itu siapa ? Apakah Rasul ? itu Allah. Nabi Muhammad tidak menyusun satu huruf pun karena murni Alquran dari awal <i>kalamullah Al munzal</i> nabi hanya menyampaikan saja, bahkan kalau panjenengan tahu letak ayatnya letak ayat itu bukan Nabi loh. letak ayatnya dan lafadznya semua <i>taukifi</i> bukan intervensi Nabi. Kenapa penamaannya ada perbedaan pendapat ? tidak ada masalah untuk perbedaan pendapat karena penamaan surat mungkin bisa diambil daripada daripada banyak perkara pernah masuk.



Beda penamaan surat kadang kala diambil awal ayat seperti surat Yasin kadang kala Toha kadang kala diambil daripada beberapa lafadz yang unik di dalam Alquran tidak ada masalah. Karena, nama itu bukan sebuah perkara yang *taukifi* di dalam Alquran karena itu bukan masuk daripada Alquran itu sendiri anda kalau anda melihat dalam tafsir-tafsir itu surat *tabbat ya da* yang namanya surat *tabbat* surat *Abb Lahab* atau ada lagi surat *al-masad* hal ini untuk memudahkan orang-orang saja untuk mengingat ini loh surat yang diinginkan oleh Allah. Jadi, nama itu terpulang kepada nama yang mudah dia ingat tapi suratnya letak ayatnya bukan daripada orang sama sekali. Kalau itu memang susulannya dari Allah berarti kan lagi-lagi Allah memulai dari satu tempat selesai di satu tempat. Oke berarti kan kalau itu bukan dari Nabi Muhammad dari Allah berarti kan Allah memulai dari Fatimah mengakhiri Annas. Betul karena itu saya cakap Alquran itu Hadis Alquran dengan makna dia itu mushaf yang dibaca sehari-hari perkara yang hadis yang kodim adalah *sifatun qoimatun biyadillah* cuman dihadapan orang awam kita tidak bisa mengatakan Alquran Hadist.

Pada video tersebut merupakan video *talkshow* membahas tentang perbedaan dalam keyakinan antara Alquran itu *hadist* atau *qodim*. Narasumber memberikan penjelasan terhadap

peroblematika yang terjadi. Perdebatan Alquran itu makhluk atau bukan telah terjadi sejak awal masa Islam, yaitu pada masa para sahabat Nabi Muhammad. Perdebatan ini bermula dari perbedaan pendapat tentang makna dan hakikat Alquran. Pada awalnya, para sahabat Nabi sepakat bahwa Alquran adalah *kalamullah*, yaitu firman Allah yang diturunkan kepada Nabi Muhammad. Namun, mereka berbeda pendapat tentang apakah Alquran itu makhluk atau bukan. Perdebatan ini akhirnya diselesaikan oleh para ulama *Ahlussunnah wal Jamaah* dengan menetapkan bahwa Alquran adalah bukan makhluk.

Sebelumnya pembahasan tersebut merupakan pembahasan yang sudah dari dulu diperdebatkan, namun peneliti melihat tujuan dari video tersebut dibuat adalah untuk memberikan pemahaman keislaman kepada masyarakat. Sasaran dakwah pada video tersebut terkesan ditujukan bukan untuk masyarakat awam yang baru belajar Islam. Namun, sasaran dakwah pada video tersebut pada masyarakat yang sudah memahami ajaran Islam dengan baik. Solusi dakwah pada video tersebut merupakan penjelasan literasi yang diambil dari beberapa kutipan dalil untuk menjabarkan bagaimana memahami sifat Alquran. Penyampaian video dengan model tanya jawab seperti *podcast* yang dikemas dengan baik dan menarik. Penyampaian dakwah seperti *podcast* tersebut merupakan salah satu dari kreatifitas dalam berdakwah untuk membangun komunikasi dua arah antara dai dan mad'u. Sehingga

hasil dari materi dakwah bisa langsung ditanyakan dilokasi acara itu dibuat.

**c. Data 3**

**Table data 4.3. Konten dakwah hukum fiqih**

Judul postingan: Hukum Membunuh Cicak Apakah Boleh atau tidak di Agama Islam? Tanggal postingan: 15 september 2023
Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh. Pemirsa NU Online dimanapun berada kita di narasikan diceritakan sosialisasikan di kita diajari untuk membunuh cicak terutama malam Jumat. Itu ke konon pahalanya gede banget dah nggak tahu berapa segede. Nah itu memang sih kita temukan di dalam hadist Nabi bahwa memerintahkan kita untuk membunuh cicak. Nabi itu menyebit cicak itu sebagai penjahat kecil. Ketika membunuh cicak itu ada hadis riwayat Imam muslim yang mengatakan Siapa yang membunuh nyamuk sekali pukul maka pahalanya dicatat 100 kebaikan untuk dia 100 pahala untuk dia jadi orang yang membunuhnya membunuh cicak pada sekali pukul pada satu pukulan maka dia akan diberi pahala dicatat pahala baginya 100 kebaikan. Kemudian pada pukulan kedua itu pahalanya kurang dari itu atau orang yang membunuh cicak pada pukulan berikutnya

pukulan ketiga maka pahalanya akan dikurangi lagi dari situ. nah kalau kita baca kalau kita baca sarah muslim Imam Nawawi. Ada penjelasan bahwa apakah cicak yang seperti apa yang dimaksud apakah cicak yang kita kenal sekarang hari ini yang seperti di lagukan oleh anak-anak cicak-cicak di dinding itu yang merayap di dinding-dinding itu yang kita sebut sebagai kitab Nah Imam Nawawi memberi penjelasan bahwa cicak dan tokek belang itu satu jenis artinya kalau mengacu pada penjelasan Imam Nawawi disana muslim itu bahwa cicak yang dimaksud tentu berbeda dari cicak yang kita kenal anjuran untuk membunuh cicak ini tentu ya karena cicak ini dianggap bagian dari hewan-hewan atau dia jenis reptil yang dapat mengganggu atau menyakiti. Saya kira kalau masuk tokek belang saya kira itu bisa jadi menyakiti ya bisa jadi menggigit atau membahayakan manusia saya sehingga wajar sekali kala kita untuk membunuh penjahat-penjahat menjadi kecil atau kategori hewan yang bisa mengganggu yang menyakiti karena dapat menggigit Adapun terkait cicak yang kita kenal sekarang yang terlalu kecil itu Tapi kalau punya potensi cicak-cicak yang kita kenal di lingkungan kita ini itu saya kira masuk atau termasuk dari kitab yang dimaksud di dalam hadits yang diperintahkan bagi karena ada alasan dan ada pertimbangan *alharotul muji* itu tentunya ya ada pertimbangan bahwa cicak itu berpotensi membahayakan atau

cicak itu bagian atau tokek belang itu adalah hewan yang dapat menyakiti. Saya kira itu yang bisa saya sampaikan kurang lebihnya saya mohon maaf *wassalamualaikum warahmatullahi*

Pada penjelasan video tersebut dijelaskan bahwa terjadi pemahaman di masyarakat yang butuh penjelasan lebih dalam terkait landasan hukum dari Hadis atau perintah untuk membunuh cicak. Hal ini terkait dengan pahala yang dilakukan oleh seseorang dalam beribadah. Problem dakwah yang terjadi adalah pemaknaan yang kurang tepat di masyarakat terhadap isu hadist atau perintah dalam ajaran Islam. Problem materi dakwah ini terjadi akibat dari dua kemungkinan pertama, dai yang kurang wawasan ke ilmuwan materi dakwah sehingga memaknai sebuah hadist dengan tekstual. Kedua, mad'u yang tidak menyimak dengan detail penjelasan dari da'i.

Solusi dakwah pada video tersebut adalah dengan memberikan penjelasan kutipan hadist aslinya kemudian da'i menjelaskan bagaimana para ulama menjelaskan teks hadist tersebut. Hal ini merupakan penjelasan terhadap sebuah hadist yang dilakukan oleh ulama-ulama terdahulu, ini merupakan sebagai penjelas makna hadist yang dimaksud Nabi Muhammad. Da'i dalam video tersebut memberikan penjelasan ulang tentang

makna perintah yang dimaksud dalam teks hadist yang sudah dipahami di masyarakat.

**d. Data 4**

**Table data 4.4**

Judul postingan: Sastra dalam Al Quran   Keindahan Bahasa Al Quran Tanggal postingan: 3 september 2023
Alquran ini menyampaikan watak yang sedemikian Kompleks hanya dengan bahasa. Sebaik-baik ungkapan sedikit dan tepat sasaran. Sastrawan terkemuka yang mendustakan nabi Walid Bin muhiro dia bekerja sama dengan Musailamah ada yang membaca Musailamah al-kadzab ya kan dia dua orang ini dua orang bekerja sama nanti dibantu 4 penyair lain untuk menandingi Alquran dan tidak sebagus Alquran jadi contoh tandingan surat al-fiil gajah Kamu tahu nggak Gajah itu gajah itu apa ya dia yang belainya panjang sama dengan pernyataan Nabi Ibrahim Tuhanmu menghidupkan dan mematikan kata Namrud saya bisa panggil dua tahanan satu bunuh satu biarkan hidup bisa lalu Nabi Ibrahim bilang begini Tuhanku menerbitkan matahari dari Timur menenggelamkan Dari Barat coba balik seandainya pun bekerja sama kan tantangan Alquran begitu ayo bikin 10 surat bikin satu surat bikin satu ayat memang Allah tidak ngasih petunjuk kepada orang-orang yang zalim jadi sifat watak dari Walid Bin mughiroh yang ingin anaknya 10 jadi orang hebat semua salah satunya Sayyidina Walid maka tidak penting ya Bapak kita ini siapa yang penting kita ini siapa sekarang ini kan anaknya orang bejat penjahat tapi jadi sahabat Nabi yang utama yakni Sayyidina cerita lama ya

begini ini maka sana akan kami tanda pada belalainya dia matinya di mana matinya di Perang Badar nanti padahal ayat ini turun tahun pertama Hijriah

Video menjelaskan tafsir tematik tentang keindahan bahasa Alquran yang mempunyai sastra tinggi yang tidak bisa ditandingi siapapun. Video dakwah tersebut juga menjelaskan bagaimana Alquran itu sangat kaya bahasa dan mendapatkan penentangan dari beberapa satrawan kaum kafir. Gus Dhofir Zuhry menjelaskan bahwa keindahan bahasa Alquran dapat dilihat dari berbagai aspek, antara lain:

- Aspek susunan kata dan kalimat. Alquran disusun dengan susunan kata dan kalimat yang sangat indah dan rapi. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan kata-kata yang tepat dan pemilihan susunan kalimat yang tepat.
- Aspek makna dan pesan. Alquran mengandung makna dan pesan yang mendalam. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan bahasa yang jelas dan mudah dipahami, serta penggunaan majas dan kiasan yang tepat.
- Aspek gaya bahasa. Alquran menggunakan berbagai gaya bahasa yang indah dan menarik. Hal ini dapat dilihat dari penggunaan perbandingan, pengulangan, dan perumpamaan.

Solusi dakwah pada video tersebut adalah materi dakwah ceramah dengan penjelasan ayat-ayat dalam Alquran yang

mempunyai sastra sangat tinggi dan berimbang. Penjabaran mengenai cerita orang yang ingin menandingi kehebatan Alquran dengan mengajak untuk membuat Alquran tandingan. Solusi dakwah tersebut memberikan sebuah *kazanah* keilmuan mad'u meskipun durasi videonya hampir satu jam namun hal ini setidaknya menekan kost dalam mengadakan pengajian umum yang menelan biaya yang tinggi.

**e. Data 5**

**Table data 4.5 polemik seorang pria tendang sesajen**

Judul postingan: Viral Pria Tendang Sesajen di Semeru, Gus Dhofir Zuhry Angkat Bicara!

Tanggal postingan: 10 Januari 2022

Assalamualaikum... ijin bertanya ustadz diluar tema “baru baru ini beredar video menendang sesajen digunung semeru bagaimana ustad menanggapi berita tersebut.

Jadi begini kalo yang melakukan penendangan sesajen bisa jadi dia yang salah, karena bisa jadi yang memberikan sesajen adalah non-muslim ya kan? kita kan ndak tau. Lalu ditendang katanya ada ayam disitu, nasi ayam dan lain-lain makan saja. Boleh jadi non-muslim yang menaruh sesajen itu boleh jadi itu bukan sesajen dia camping saja. Ketinggalan boleh saja itu. Jadi jangan dulu mengambil kesimpulan kalo itu syirik dan sebagainya. Jadi jangan mengambil kesimpulan bahwa



sesajen itu syirik, bisa jadi kalo yang melakukannya adalah orang non-muslim yang ritual ibadahnya seperti itu.

Video tersebut merupakan pertanyaan yang diajukan netizen kepada ustad Dhofir Zuhry. Problem dakwah dalam video tersebut adalah kontroversi dalam menendang sesajen yang dilakukan oleh umat Islam di gunung semeru dan mengatakan itu syirik dengan membaca takbir. Da'i menjelaskan dalam sudut pandang yang luas tidak langsung menghukumi terhadap fenomena yang ada. Da'i berusaha mengajak untuk klarifikasi siapa yang meletakkan sesajen disana. Problem dakwah yang lain adalah cara penyampaian dakwah yang kurang tepat, menempatkan pemahaman yang sempit tentang agama dan menolak perbedaan keyakinan orang lain.

Isi dakwah pada video NU Online di Youtube dengan judul "Viral Pria Tendang Sesajen di Semeru, Gus Dhofir Zuhry Angkat Bicara" adalah tentang pentingnya menghormati kepercayaan orang lain. Pembicara dalam video tersebut yaitu Gus Dhofir Zuhry, menjelaskan bahwa setiap orang memiliki hak untuk memeluk kepercayaan masing-masing, termasuk kepercayaan yang berbeda dengan kita. Gus Dhofir Zuhry mengutip Alquran surat Al-Kafirun ayat 6 yang berbunyi:

*"Untukmu agamamu, dan untukku agamaku."*

Ayat ini menunjukkan bahwa Allah mengizinkan manusia untuk memilih kepercayaan masing-masing. Dakwah yang benar seharusnya dilakukan dengan cara yang santun dan penuh kasih sayang. Dakwah juga harus didasarkan pada pemahaman agama yang luas dan mendalam. Selain itu, dakwah juga harus menghormati perbedaan keyakinan. Dalam isi ceramah tersebut da'i memaparkan bagaimana kita tidak bisa menghukumi sebuah perkara secara langsung tanpa klarifikasi terlebih dahulu. Kita tidak boleh memaksakan kepercayaan kita kepada orang lain, apalagi dengan cara yang tidak baik, seperti menghancurkan tata cara ritual keagamaan keyakinan orang lain.

Selain itu, dalam menghadapi isu tersebut, seorang dai sebaiknya mengadopsi pendekatan yang lebih humoris, yang tidak menciptakan kesan serius berlebihan. Penyampaian pesan dalam video yang hanya berdurasi 7 menit dianggap efektif dalam penyampaian dakwah, karena penjelasan video dalam durasi yang lebih panjang bisa membuat audiens merasa bosan.

Penggunaan istilah "*viral*" dan "*angkat bicara*" dalam judul video juga dapat dianggap sebagai salah satu strategi untuk menarik perhatian masyarakat dalam menonton video di platform Youtube. Apalagi video yang dikomentari oleh Gus Dhofir Zuhry merupakan sesuatu yang sedang hangat diperbincangkan di masyarakat.

Penggunaan media sosial di *era society* 5.0 perlu dilakukan dengan hati-hati, terutama dalam proses pembuatan konten. Kita harus menghindari mengubah segala yang ada di sekitar kita menjadi konten sembarangan. Tindakan ini bisa mengubah pesan dakwah yang seharusnya bermanfaat menjadi sasaran kritik masyarakat dan bahkan memicu perpecahan. Ciri dari sebuah *society* 5.0 kemudahan dalam menjadi citizen journalism dengan mudahnya masyarakat dapat membagi informasi dalam hitungan detik. Tentunya ini dapat menjadi hal positif dan juga membawa dampak negatif bagi pelaku dakwah sendiri.

Pengetahuan dalam agama juga diperlukan dalam menghadapi era 5.0 bukan hanya kreatifitas membuat konten dakwah saja, pengetahuan literasi beragama yang dimiliki seorang da'i yang ingin berdakwah melalui media sosial. Dituntut untuk menjaga perasaan orang lain. sebagaimana kemudahan dalam segala informasi memungkinkan materi dakwah sampai pada orang lain yang tidak sepemahaman dengan materi dakwah kelompok tertentu.

Kemudahan dalam era *society* 5.0 memudahkan netizen dalam mencari informasi siapa diri kita sebenarnya. Segala tindakan didalam bermedia sebagai *citizen journalism* mudah sekali dalam mencari siapa identitas diri kita. Fenomena ini kemudian dijadikan bahan *bully* dimedia sosial terkait latar

belakang kita, profil kita pekerjaan kita dan bahkan sampai kepada hal-hal yang privasi.

### 3. Objek Media (*Media Object*)

Pada analisis level objek media channel NU Online membangun interaksi dengan para *subscriber* melalui kolom komentar, beberapa kali NU Online menjawab dan menjelaskan ulang di kolom komentar jika para *netizen* tidak paham dengan apa yang disampaikan dalam video. Selain itu dalam kolom komentar juga didapatkan beberapa komentar yang positif dan kritikan guna membangun kepercayaan publik terhadap media NU Online.

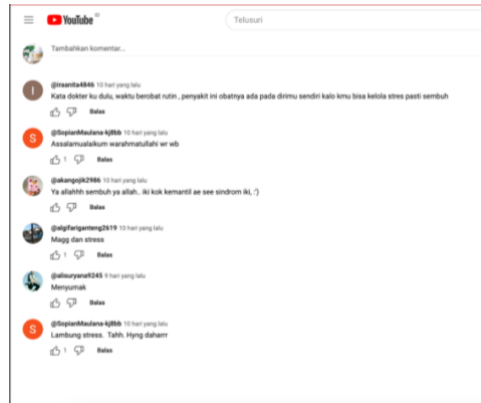
Pada level objek media ditemukan interaksi melalui email dan nomor telepon yang ditulis pada deskripsi video dan pada tentang channel yang terdapat *tools* halaman beranda Youtube. Hal ini bertujuan menjalin komunikasi antara *user* dan media. Hal ini menambah kepercayaan publik kepada media NU Online yang dipercaya publik dalam menjawab problem dakwah di masyarakat. Sehingga publik merasa percaya sebab dalam menjelaskan sebuah problem keagamaan pengguna yang kurang paham tentang materi dakwah dapat bertanya secara langsung.

Selain itu, media NU Online merupakan media yang dianggap otoritatif dalam memberikan informasi berkaitan dengan konten dakwah, hal ini citra yang melekat pada NU sebagai ormas keagamaan terbesar di Indonesia. Sehingga

sumber dan materi dakwahnya sudah mendapatkan kepercayaan yang tinggi di masyarakat.

Berikut tangkapan layar dari video data analisis kolom komentar konten NU Online;

### Data 1



Gambar 4.1 komentar pada data 1

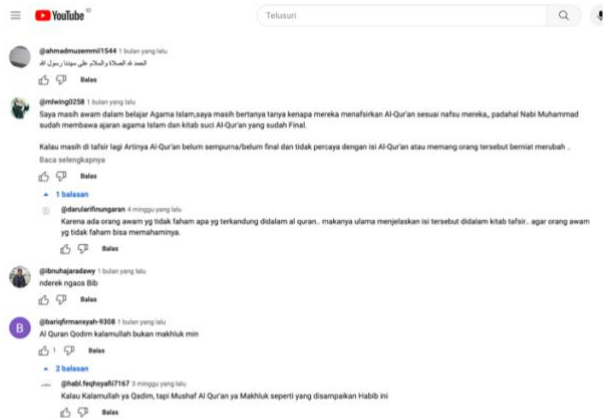
Pada pembahasan video dengan judul “*Maag dan Stress: Hubungan yang Harus Anda Ketahui*” ditonton sebanyak 1000 kali tanyangan, 70 like dan mendapat komentar dari netizen. Salah satu komentarnya adalah

“Kata dokter ku dulu, waktu berobat rutin, penyakit ini obatnya ada pada dirimu sendiri kalo kamu bisa kelola stres pasti sembuh”.

Konten dakwah dengan tema kesehatan kemudian memberikan solusinya dari kacamata medis merupakan sebuah hal yang membuat dakwah tanpa disadari dapat diterima oleh masyarakat. Mungkin kalo hanya dengan larangan untuk tidak

mengonsumsi Alkohol mungkin nilai pesannya biasa saja, namun jika dikemas dengan kreatifitas dengan tinjauan dari sisi medis maka hal ini dapat memberikan atensi dakwah yang baru.

## Data 2.



Gambar 4.2 Komentar pada data 2

Video tersebut telah ditonton sebanyak 1,4 ribu tayangan dan mendapat 7 komentar. Pembahasan video dengan konsep wawancara dengan narasumber membahas tema pemaknaan Alquran yang dahulu menjadi perbedaan pendapat dikalangan ulama klasik. Komentar netizen juga menjadi sorotan karena memberikan pendapatnya di dalam kolom komentar salah satu akun Youtube @mlwing0258;

“Saya masih awam dalam belajar Agama Islam,saya masih bertanya tanya kenapa mereka menafsirkan Alquran sesuai nafsu mereka,, padahal

Nabi Muhammad sudah membawa ajaran agama Islam dan kitab suci Alquran yang sudah Final. Kalau masih di tafsir lagi artinya Alquran belum sempurna/belum final dan tidak percaya dengan isi Alquran atau memang orang tersebut berniat merubah kemurnian Alquran.”

Komentar tersebut kemudian mendapatkan reaksi balasan dari netizen

@darularifinungaran;

“Karena ada orang awam yg tidak faham apa yg terkandung didalam Alquran makanya ulama menjelaskan isi tersebut didalam kitab tafsir. agar orang awam yg tidak faham bisa memahaminya”.

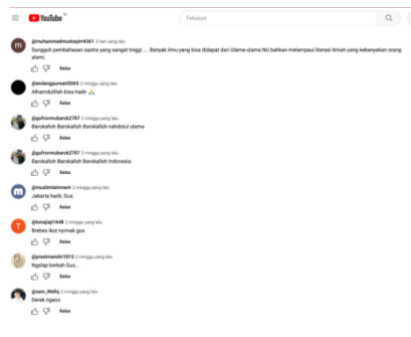
Video tersebut tidak banyak penontonnya dibanding video-video yang lain. Hal ini dapat terjadi bisa disebabkan beberapa faktor yakni; topik pembahasan yang kurang diminati *netizen* atau topik yang dibahas membutuhkan multi disiplin ilmu yang lain agar adapat memahami konten tersebut. Sehingga masyarakat awam tidak begitu antusias dengan materi konten tersebut.

### **Data 3.**



Gambar 4.3 Komentar pada data 3  
 Komentar tersebut terkait konten yang membahas hukum membunuh cicak apakah boleh atau tidak di agama Islam. Dalam pembahasan video tidak terlalu banyak dikomentari netizen.

**Data 4.**



Gambar 4.4 komentar pada data 2

Pembahasan video tersebut mengenai kemukzizatan Alquran beberapa komentar netizen yang peneliti lihat adalah komentar dari @muhammadmustakim4361 ia menulis komentar materi dakwah yang kelas pembahasan dengan tema keilmuan tinggi. Komentar lainnya yang ada dalam video adalah apresiasi dan ucapan terima kasih yang ditujukan kepada da'i terkait isi materi ceramah yang ada dalam video.



“sungguh pembahasan sastra yang sangat tinggi... banyak ilmu yang didapat dari ulama-ulama NU bahkan melampaui literasi ilmiah yang kebanyakan orang alami.”

### Data 5



Gambar 4.5 komentar pada data 5

Pembahasan video tersebut mendapat berbagai komentar positif dari netizen. Mulai dari ucapan doa yang ditujukan kepada da'i. Sebagai contoh adalah komentar dari akun @nafimedia8732

“Penjelasannya adem, jaya terus ulama NU. Semoga Gus Dhofir Zuhry sehat selalu aamiinn”

Komentar yang lain juga dari netizen dengan akun @reogponorogo5147

“Sirik itu hanya dalam otak dan hatimu, leluhur Jawa punya ajaran luhur yg bijak sana, kita hidup tidak sendirian ada makhluk lain yg perdingan sesama kita yg saling menghargai dan menyayangi, apa artinya takbir

yg diucapkan kalau untuk merusak menyakiti orang kok  
ajak ajak alloh”

Komentar yang dari netizen juga ada yang kurang sependapat dengan apa yang disampaikan oleh da'i seperti komentar dengan akun @muzakiahmad3684

“Sajen haram hukumnya ...mengundang jin dan setan. Meyakini selain alloh yg membawa keselamatan”

Perbedaan pendapat sehingga terjadi pro dan kontra terhadap kajian NU Online merupakan sebuah keniscayaan dalam menggunakan sosial, apalagi yang menyangkut perbedaan dalam pandangan keagamaan. Solusi dakwah pada konten tersebut adalah dengan cara melihat segala sesuatu dari perspektif yang lain, sehingga terjadi proses *tabayun* atau klarifikasi sebelum menghukumi sesuatu. Solusi lain yang ditawarkan NU Online adalah dengan memberikan pemahaman yang santun dan menyejukkan bagi mad'u. Sehingga penyampaian da'i dapat mengedukasi mad'u dengan baik.

Keberagaman konten video yang diunggah oleh kanal Youtube NU Online mencakup berbagai macam konten, mulai dari berita, keagamaan, hingga hiburan. Hal ini menunjukkan bahwa kanal ini berupaya untuk memenuhi kebutuhan audiens yang beragam. Seperti pemanfaatan teknologi secara maksimal untuk meningkatkan kualitas konten dan berinteraksi dengan audiens.

#### 4. Pengalaman (*Experiental Stories*)

Pada level pengalaman NU Online dalam memproduksi konten dakwah untuk tujuan dakwah Islam yang berlandaskan dengan ideologi *Ahlussunah Waljamaah*. Alasan lain dalam pembuatan channel adalah untuk merespon perkembangan era *society* 5.0. dengan potensi ledakan informasi yang ada dalam dunia maya. Hadirnya Youtube yang awalnya perpindahan dari *website* kedalam audio visual telah memberikan pengaruh yang sangat besar kepada masyarakat, hal ini dapat dai lihat dari beberapa komentar masyarakat yang memberikan repons positif kepada media NU Online.

Selain itu, NU Online tidak begitu kaget dengan perkembangan ledakan informasi digital saat ini, sebab NU mempunyai prinsip dari ulama yang dipegang teguh yakni *al-muhafadzatu 'alal qadimis shalih wal akhdzu bil jadidil ashlah* (menjaga nilai-nilai tradisi yang berguna buat umat dan mengambil secara selektif terhadap nilai-nilai baru yang lebih berguna untuk umat). Sehingga seiring dengan pengaruh zaman dan masuknya inovasi teknologi informasi NU Online selalu mengambil langkah-langkah dalam beradaptasi dengan perubahan budaya yang ada.

Proses produksi video juga mengalami seleksi yang sangat ketat, melihat era *society* 5.0 dan problem kredibilitas da'i yang masih dipertanyakan. NU Online memberikan seleksi ketat

kepada narasumber konten dakwah dalam menyampaikan dalil yang akan di baca oleh da'i. dalam rangka upaya menyebarkan ajaran Islam yang mempunyai sanad keilmuan hingga Nabi Muhammad. Hal ini berguna untuk memberikan label sebagai media NU Online *otoritatif* yang mempunyai kepercayaan tinggi dimasyarakat.

Era *society 5.0* dimana *netizen* mempunyai informasi yang lebih dahulu, kemudahan dalam memperoleh informasi seringkali menjadi hal yang diwaspadai, karena jika terjadi sebuah kesalahan dalam memberikan informasi kepada *netizen* jejak digital dengan mudah di ketahui oleh publik. Hal ini menjadi perhatian khusus dalam membuat sebuah konten yang berkualitas. Hal ini bertujuan supaya citra pada media dalam menyiarkan sebuah informasi keagamaan dapat dipercaya publik.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penyajian data dan analisis etnografi virtual telah dilakukan peneliti, maka penjelasan di atas dapat disimpulkan menjadi beberapa poin di antaranya sebagai berikut:

1. Problem dakwah era *society* 5.0 pada channel Youtube NU Online

Problem dakwah yang ditemukan: *Pertama*, da'i yang kurang bisa menyesuaikan perkembangan teknologi informasi, dan masyarakat cenderung masih menggunakan cara dakwah yang lama secara offline. *Kedua*, problem materi dakwah dan cara penyampaian dakwah yang kurang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Penyebaran konten yang menginginkan viralitas, dan pemotongan video dakwah yang tidak sesuai dengan fakta isi ceramah yang sebenarnya. *Ketiga*, problem dakwah dalam menjangkau audiens hingga ke ranah internasional dengan berbahasa asing. *Keempat*, tantangan yang muncul dalam mad'u sendiri terutama warga NU yang belum mengakses media digital NU Online.

2. Solusi dakwah pada channel Youtube NU Online era *society* 5.0 analisis etnografi virtual;
  - a) Ruang media (*media space*) pada channel Youtube NU Online adalah dengan pemanfaatan media

Youtube untuk dakwah. Kreatifitas da'i era *society* 5.0 salah satu kunci keberhasilan dalam penyampaian dakwah, kreatifitas tampilan media dengan desain yang menarik.

- b) Dokumen media (*Media Archive*) pada Youtube NU Online adalah dengan membuat konten dakwah menggunakan literasi kesehatan, podcast terkait literasi ulumul quran, hukum fiqih, kemukjizatan Alquran dan dakwah dengan mempertahankan kearifan lokal. Tahapan dokumen bersumber dari sumber yang otoritatif dalam menyampaikan materi dakwah.
- c) Objek media (*Media Object*) channel NU Online memberikan kebebasan *netizen* dalam memberikan tanggapan reaksi pada video, sehingga ruang diskusi terjadi setelah menonton video. Sehingga interaksi terjadi antara sesama mad'u
- d) Pengalaman (*Experiental Stories*) pada tahapan ini media NU Online mendapat respon positif, dan dinilai mempunyai sumber yang otoritatif dalam melakukan dakwah. Hal itu bisa di lihat dari mayoritas komentar pada video.

## **B. Saran**

Setelah menyajikan, menjelaskan, menganalisa, dan menyimpulkan hasil penelitian solusi dakwah channel Youtube NU Online di atas pekenankan peneliti memberikan beberapa saran demi kemanfaatan tesis ini. Adapun beberapa saran tersebut di antaranya sebagai berikut:

1. Kepada channel Youtube NU Online agar selalu berkolaborasi dengan kiyai-kiyai yang ada di pedesaan yang kurang dikenal masyarakat. Hal ini bertujuan untuk mengangkat da'i kampung yang jarang di ketahui oleh public.
2. Untuk media NU Online diharap menambah lagi promosi melalui media digital. Dengan harapan media NU Online lebih banyak dikenal dan diakses oleh bukan warga NU tetapi masyarakat secara luas.
3. Kepada da'i agar selalu mengikuti perkembangan yang ada di zaman yang dihadapi dalam berdakwah. Agar mampu memberikan pemahaman ke Islamn berdasarkan kaidah *ahlisunnah wal jama'ah* kepada masyarakat secara luas.
4. Kepada mad'u untuk atau biasa disebut *netizen* untuk selalu memberikan masukan dan membagikan konten-konten dakwah yang mempunyai nilai positif dan edukatif. Sebab, itu merupakan salah satu bentuk dakwah seorang *netizen* dalam media sosial. Selain itu diharapkan netizen tidak memberikan komentar pada isu-isu yang kurang penting untuk masyarakat.

5. Kepada peneliti berikutnya, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi rujukan dalam melakukan penelitian yang akan datang dan mampu menghasilkan penelitian yang lebih detail, berkualitas dan mengikuti perkembangan khususnya dibidang keilmuan dakwah era *society 5.0*.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abadiyah, Elma, Nur Rokhmad, Permatasari Permatasari, dan Ni'matus Sholihah. "Solusi Terhadap Permasalahan Internal Dan Eksternal Pada Seksi Pendidikan Diniyah Dan Pondok Pesantren Di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Mojokerto." *Jurnal Administrasi Pendidikan Islam* 2, no. 2 (28 September 2020): 157–70. <https://doi.org/10.15642/japi.2020.2.2.157-170>.
- Acep Aripudin. *pengembangan metode dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Admin. "TIGA LANGKAH MENGASAH KEKUATAN SPIRITUAL." [jambi.kemenag.go.id](http://jambi.kemenag.go.id). Diakses 21 Agustus 2023. <https://jambi.kemenag.go.id/news/228/tiga-langkah-mengasah-kekuatan-spiritual.html>.
- Ahmad Munzir. Problem Dakwah, 13 September 2023.
- Ahyar, Kifayatul. "NU Online: Sejarah Panjang Media NU - NU Online Banyumas," 11 Juli 2021. <https://nubanyumas.com/nu-online-sejarah-panjang-media-nu/>.
- Amirullah, Achmad Chidir. "Konten Kreator NU Didorong Lebih Gencar Menggali Konten Keislaman dan Pesantren." *Progresnews* (blog), 10 Oktober 2021. <https://progresnews.id/konten-kreator-nu-didorong-lebih-gencar-menggali-konten-keislaman-dan-pesantren/>.
- BeritaSatu.com. "Masifnya Penggunaan Medsos Pengaruhi Penyebaran Paham Radikalisme di Tanah Air." [beritasatu.com](http://beritasatu.com). Diakses 4 April 2023. <https://www.beritasatu.com/nasional/836991/masifnya-penggunaan-medsos-pengaruhi-penyebaran-paham-radikalisme-di-tanah-air>.
- Codingest. "Tren Sebaran Konten Radikal di Medsos Meningkatkan, Masyarakat Diminta Waspada." BNPT, 8 Oktober 2020. <https://www.bnpt.go.id/tren-sebaran-konten-radikal-di-medsos-meningkat-masyarakat-diminta-waspada>.
- Dr. Eko Risdianto, S. Si. "Analisis Pendidikan Indonesia Di Era Revolusi Industri 4.0.Pdf," 1 Januari 2019. [https://www.academia.edu/38353914/Analisis\\_Pendidikan\\_Indon](https://www.academia.edu/38353914/Analisis_Pendidikan_Indon)

- esia\_di\_Era\_Revolusi\_Industri\_4\_0\_pdf.
- Eko Murdiyanto. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pembangunan Nasional “veteran,” 2020.
- Febriani, Suci Ramadhanti, dan Ayu Desrani. “Pemetaan Tren Belajar Agama Melalui Media Sosial.” *Jurnal Perspektif* 14, no. 2 (19 Juli 2021): 312–26. <https://doi.org/10.53746/perspektif.v14i2.49>.
- fortuneidn.com. “4 Aplikasi Konsultasi Syariah untuk Tanya Jawab Seputar Syariat Islam.” Diakses 9 Mei 2023. <https://www.fortuneidn.com/sharia/desy/aplikasi-konsultasi-syariah>.
- Fukuyama, Mayumi. “Society 5.0: Aiming for a New Human-Centered Society.” *Japan SPOTLIGHT*, 2018. [https://www.jef.or.jp/journal/pdf/220th\\_Special\\_Article\\_02.pdf](https://www.jef.or.jp/journal/pdf/220th_Special_Article_02.pdf).
- Ghozali, M. Ikhsan. “Peranan Da’i Dalam Mengatasi Problem Dakwah Kontemporer.” *MAWA IZH JURNAL DAKWAH DAN PENGEMBANGAN SOSIAL KEMANUSIAAN* 8, no. 2 (2017): 293–307. <https://doi.org/10.32923/maw.v8i2.777>.
- Golovianko, Mariia, Vagan Terziyan, Vladyslav Branytskyi, dan Diana Malyk. “Industry 4.0 vs. Industry 5.0: Co-Existence, Transition, or a Hybrid.” *Procedia Computer Science*, 4th International Conference on Industry 4.0 and Smart Manufacturing, 217 (1 Januari 2023): 102–13. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.12.206>.
- Hadits.id. “Hadits Bukhari No. 6015 | Amanat diangkat.” Diakses 16 Maret 2023. <http://www.hadits.id/hadits/bukhari/6015>.
- Hasan, Mohammad. *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*. Surabaya: Pena Salsabila, 2013.
- Husna, Nihayatul. “METODE DAKWAH ISLAM DALAM PERSPEKTIF AL-QUR’AN.” *Jurnal Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah* 1, no. 1 (1 Desember 2021): 97–105. <https://doi.org/10.33507/selasar.v1i1.319>.
- IDCloudHost, Content. “Society 5.0: Ciri-ciri, Kelebihan, dan Kekurangannya.” IDCloudHost, 18 Desember 2022. <https://idcloudhost.com/blog/apa-itu-society-5-0-ciri-ciri-kekurangan-kelebihan/>.

- Indonesia, C. N. N. “Gus Yahya Klaim 59,2 Persen Pemeluk Islam di Indonesia Mengaku NU.” nasional. Diakses 4 Oktober 2023. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20221026021709-32-865346/gus-yahya-klaim-592-persen-pemeluk-islam-di-indonesia-mengaku-nu>.
- Indonesia, Data. “Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023.” Dataindonesia.id. Diakses 4 April 2023. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>.
- Isbah, M Falikul, dan Andreas Budi Widyanta. *Berkarya Tiada Henti: Tiga Lentera Bulaksumur*, 2019.
- Jinan, Mutohharun. “New Media dan Pergeseran Otoritas Keagamaan Islam di Indonesia” 10, no. 1 (2012).
- K, Alviyan Badro. “NU Online Super App Sediakan Fitur Baru untuk Pembayaran Zakat Fitrah.” *nucare-laziznu*. Diakses 30 Agustus 2023. [https://nucare.id/news/nu\\_online\\_super\\_app\\_sediakan\\_fitur\\_baru\\_untuk\\_pembayaran\\_zakat\\_fitrah](https://nucare.id/news/nu_online_super_app_sediakan_fitur_baru_untuk_pembayaran_zakat_fitrah).
- KOMINFO, PDSI. “Apa Itu Industri 4.0 Dan Bagaimana Indonesia Menyongsongnya.” Website Resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Diakses 3 April 2023. [http://content/detail/16505/apa-itu-industri-40-dan-bagaimana-indonesia-menyongsongnya/0/sorotan\\_media](http://content/detail/16505/apa-itu-industri-40-dan-bagaimana-indonesia-menyongsongnya/0/sorotan_media).
- . “[HOAKS] Beredar Foto Al-Qur’an Cetakan Annur Dengan Pengurangan Satu Kata Di Surat Fushshilat Ayat 35.” Website Resmi Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Diakses 9 Mei 2023. [http://content/detail/37788/hoaks-beredar-foto-al-quran-cetakan-annur-dengan-pengurangan-satu-kata-di-surat-fushshilat-ayat-35/0/laporan\\_isu\\_hoaks](http://content/detail/37788/hoaks-beredar-foto-al-quran-cetakan-annur-dengan-pengurangan-satu-kata-di-surat-fushshilat-ayat-35/0/laporan_isu_hoaks).
- kumparan. “Mengupas Kesalahan Tulisan Alquran Ustazah Nani Handayani di Metro TV.” Diakses 9 Mei 2023. <https://kumparan.com/kumparannews/mengupas-kesalahan-tulisan-alquran-ustazah-nani-handayani-di-metro-tv>.
- kumparan. “NU Tak Akan Runtuh Sekalipun Dunia Mencoba Menghancurkannya.” Diakses 11 April 2023. <https://kumparan.com/joko-interisti/nu-tak-akan-runtuh>.

- sekalipun-dunia-mencoba-menghancurkannya-1zmrrSoFpJH.
- Laimeheriwa, Marlin Christina. “Masyarakat Virtual, Mitos Dan Perilaku Konsumtif.” *Kenosis: Jurnal Kajian Teologi* 4, no. 1 (2018): 23–38. <https://doi.org/10.37196/kenosis.v4i1.49>.
- M. Rosyid Ridla, H. Afif Rifa’i, dan H. Suisyanto. *Pengantar Ilmu Dakwah (Sejarah, Perspektif dan Ruang Lingkup)*. Yogyakarta: CV. Samudra Biru, 2017. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/29320/1/M.%20Rosyid%20Ridla,%20Afif%20Rifai,%20Suisyanto%20-%20Pengantar%20Ilmu%20Dakwah%20Sejarah,%20Perspektif,%20dan%20Ruang%20Lingkup.pdf>.
- Malik, Hatta Abdul. “Problematisasi Dakwah Dalam Ledakan Informasi.” *Jurnal Ilmu Dakwah* 37, no. 2 (15 Agustus 2018): 302–12. <https://doi.org/10.21580/jid.v37.2.2709>.
- Masruroh, Sayidah Afyatul, dan Robi’ah Machtumah Malayati. “Dakwah Era Society 5.0 (Analisis Model Dakwah Ust. Hanan Attaki, Gus Miftah Dan Gus Baha’ Pada Media Sosial Youtube),” 2021.
- Mayasari, Fitria. “Etnografi Virtual Fenomena Cancel Culture dan Partisipasi Pengguna Media terhadap Tokoh Publik di Media Sosial.” *Journal of Communication and Society* 1, no. 01 (26 Juni 2022): 27–44. <https://doi.org/10.55985/jocs.v1i01.15>.
- “Membuat Channel YouTube - Bantuan YouTube.” Diakses 11 September 2023. <https://support.google.com/youtube/answer/1646861?hl=id>.
- “Memverifikasi akun YouTube Anda - Bantuan YouTube.” Diakses 11 September 2023. [https://support.google.com/youtube/answer/171664?hl=id&ref\\_to\\_pic=9267674&sjid=15549682538716105560-AP](https://support.google.com/youtube/answer/171664?hl=id&ref_to_pic=9267674&sjid=15549682538716105560-AP).
- Muhammad Qadaruddin Abdullah. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Pasuruan: CV. PENERBIT QIARA MEDIA, 2019.
- Nichols, Thomas M. *The Death of Expertise: The Campaign against Established Knowledge and Why It Matters*. New York, NY: Oxford University press, 2017.
- NU Online. “Launching Website Resmi PBNU.” Diakses 26 Agustus 2023. <https://nu.or.id/warta/launching-website-resmi-pbnu-grOlj>.
- NU Online. “Visi Misi.” Diakses 26 Agustus 2023. <https://www.nu.or.id/page/visi-misi>.

- Putra, Pristian Hadi. “Tantangan Pendidikan Islam dalam Menghadapi Society 5.0.” *Islamika : Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 19, no. 02 (31 Desember 2019): 99–110. <https://doi.org/10.32939/islamika.v19i02.458>.
- Rulli Nasrullah. *Etnografi Virtual Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosiologi Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- . *Manajemen Komunikasi Digital Perencanaan Aktifitas dan Evaluasi*. Jakarta: Kencana, 2021.
- Rusli, Rusli, Muhammad Syarif Hasyim, dan Nurdin Nurdin. “A New Islamic Knowledge Production And Fatwa Rulings: How Indonesia’s Young Muslim Scholars Interact with Online Sources.” *JOURNAL OF INDONESIAN ISLAM* 14, no. 2 (1 Desember 2020): 499. <https://doi.org/10.15642/JIIS.2020.14.2.499-518>.
- Saleh, Indriany Aisyah, Chatib Saefullah, dan Tata Sukayat. “Problematika Dakwah Penyuluh Agama Islam.” *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 5, no. 3 (2020): 287–308.
- Setiadi, Erik Fahron, Alia Azmi, dan Junaidi Indrawadi. “Youtube Sebagai Sumber Belajar Generasi Milenial.” *Journal of Civic Education* 2, no. 4 (2 September 2019): 313–23. <https://doi.org/10.24036/jce.v2i4.135>.
- Setiawati, Rini, Dede Mercy Rolando, dan Novita Sari. “The Values and Practices of Da’wah in The Era of Hybrid Knowledge Society 5.0” 1, no. 1 (t.t.).
- Shodiq, Moh Djafar. “Doktrin Radikalisme Terorisme Melalui Media Sosial Di Indonesia” 15 (2021).
- Syekh Ali Mahfud. *Hidayatul Mursyidin*. Kairo: Darul Mishri, 1975.
- Tri Wibowo, Kurniawan, dan Wahyu Hadiningrat. “Penanggulangan Penyebaran Radikalisme Melalui Media Sosial dalam Hukum Pidana Indonesia.” *Jurnal Hukum Lex Generalis* 4, no. 2 (14 Februari 2023): 187–212. <https://doi.org/10.56370/jhlg.v4i2.304>.
- Wibowo, Ari. “Profesionalisme Dai di Era Society 5.0: Mengulas Profil dan Strategi Pengembangan Dakwah.” *Wardah* 22, no. 1 (2021): 1–13.
- . “Profesionalisme Dai Di Era Society 5.0: Mengulas Profil Dan Strategi Pengembangan Dakwah.” *Wardah* 22, no. 1 (2021): 1–13.

<https://doi.org/10.19109/wardah.v22i1.9003>.

Yunihardi. “Dakwah Islam Di Era Masyarakat 5.0: Peluang Dan Tantangan.” *Al-Qaul: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 1, no. 1 (8 Agustus 2022): 29–45. <https://doi.org/10.33511/alqaul.v1n1.29-45>.

Zuchri Abdussamad. *Metode Penelitian Kualitatif*. Pertama. Makassar: CV. Syakir Media Prees, 2021. <https://repository.ung.ac.id/get/karyailmiah/8793/Buku-Metode-Penelitian-Kualitatif.pdf>.

# LAMPIRAN

Form Wawancara dengan Redaktur NU Online Ahmad Munzir  
**Solusi Dakwah Masyarakat Era *Society* 5.0. (Studi Pada Media**

**Youtube NU Online)**

1. Bagaimana nu online menjawab tantangan dakwah berupa kurangnya kredibilitas da'i ?
2. Bagaimana NU Online selalu menyajikan konten-konten untuk menarik bagi generasi milenial ?
3. Apa motifasi atau inspirasi dalam membuat konten dakwah ?
4. Bagaimana nu online memproduksi konten-konten problem dakwah seperti masalah *ubudiyah* itu diproduksi ?
5. Tujuan dari pembuatan Youtube itu seperti apa ?
6. Apa rahasia yang ada di NU Online sehingga dapat 1 juta pengikut di Youtube ?
7. Siapa saja rata-rata yang mengakses Youtube?
8. konten apa saja yang di minati penoton Youtube NU Online?
9. Kendala apa saja yang menghalangi dalam membuat konten ?
10. Bagaimana NU Online merespons konten-konten yang mengandung radikalisme ?
11. Bagaimana NU Online dalam memberikan sebuah konten berkaitan dengan hukum ?
12. Apakah nantinya NU Online juga memberikan pilihan kepada masyarakat untuk menggunakan AI dalam menjawab problematika dakwah ?



13. Dalam persebaran berita bohong mengenai keagamaan bagaimana NU Online merespon itu ?
14. Bagaimana dengan konten-konten yang *short* yang ada di Youtube apakah itu akan menimbulkan problem ?



Foto wawancara dengan Manager Konten Kreatif Ahmad Mundzir

## Lampiran Transkrip Wawancara

### **Keterangan:**

Q = *Questions* (Pertanyaan)

A = *Answers* (Jawaban)

Jawaban NU Online

**Q: Bagaimana Nu Online Menjawab Tantangan Dakwah Berupa Kurangnya Kredilitas Da'i ?**

A: NU Online dalam menjawab tantangan dakwah terkait kebebasan berpendapat tidak menutup pendapat orang lain, kita berikan kebebasan berpendapat, namun kami membuat diskursus khusus, seperti polemik di masyarakat NU online punya perspektif tersendiri. biar nanti masyarakat yang dapat memilih sesuai dengan khendaknya sendiri. dalam menyediakan dai kami mempunyai pandangan yang menurut NU Online mempunyai kapasitas keilmuan yang kredibel.

**Q: Bagaimana NU Online selalu menyajikan konten-konten untuk menarik bagi generasi milenial?**

A: NU Online selalu melibatkan anak muda dalam pembuatan konten-konten di media sosial, karena orang tua itu kecil untuk bisa memahami kesukaan anak muda. semua yang ada di tim kreatif rata-rata anak muda.

**Q: Apa motivasi atau inspirasi dalam membuat konten dakwah ?**

A: Kita jarang menyikapi suatu isu, namun kadang-kadang kita menyikapi juga. jika kita menyikapi suatu isu berarti kita membesarkan isu tersebut. misal para cendekiawan atau ulama menganggap itu isu sepele, jika NU Online merespon sebagai media resmi PBNU, maka si pembuat isu merasa isu tersebut besar. sebab sekelas NU Online menanggapi isu tersebut. caranya pertama dengan membiarkan saja nanti hilang sendiri. kedua NU online lebih memproduksi konten yang *timeless* yang berdurasi panjang seperti konten bab haji dan tidak terikat sebuah isu atau sesuatu yang lagi viral. konten *timeless* sampai kapanpun orang selalu mencari. meskipun begitu kami juga menyikapi isu yang kontekstual daripada isu polemik. meskipun begitu kami juga terkadang turun tangan pada isu polemik. ketika ada sebuah isu ada saatnya kita membiarkannya dan ada saat momen NU Online turun tangan.

**Q: bagaimana NU Online memproduksi konten-konten problem dakwah seperti masalah *ubudiyah* itu diproduksi?**

A: Ide dalam pembuatan konten lebih banyak dari redaksi, meskipun permintaan dari masyarakat begitu banyak.

Kalo di email biasanya di jawab melalui website. Bersumber dari redaksi itulah kami memilih tema-tema yang prioritas dibutuhkan masyarakat.

**Q: Tujuan dari pembuatan Youtube itu seperti apa ?**

A: Tujuan Youtube adalah untuk memigrasikan konten dari website kedalam audio visualkan.

**Q: Apa rahasia yang ada di NU Online sehingga dapat 1 juta pengikut di Youtube?**

A: Rahasia kami adalah istiqomah, karena *istiqomah* itu melebihi 1000 karomah. dalam membuat konten. adapun yang viral itu adalah bagian dari karomah. itu tidak bisa kita minta. banyak media yang bertumbuhan karena konsistennsi pengelolaannya yang tidak dijalankan.

**Q: Siapa saja rata-rata yang mengakses Youtube ?**

A: Sebanyakak 31% paling banyak di tonton orang dewasa rentan usia 25-34 tahun sedangkan 21,6% usia 35-44 tahun.

**Q: Konten apa saja yang di minati penton Youtube NU Online?**

A: konten yang terpopuler antara lain video ceramah yang berdurasi panjang, dan lagu qosidah,

**Q: Kendala apa saja yang menghalangi dalam membuat konten?**

A: Kami terkendala jarak antar tim yang jauh, dan lokasi kantor dan antar kreator yang jauh. semua yang terlibat berdarah-darah.

**Q: Bagaimana NU Online merespons konten-konten yang mengandung radikalisme ?**

A: Kita menganggap perang itu tidak pada tempat kami untuk merespon konten radikal, biar dikerjakan orang lain saja. untuk saat ini kita tidak merasa butuh untuk membuat konten seperti itu.

**Q: Bagaimana NU Online dalam memberikan sebuah konten berkaitan dengan Hukum?**

A: Kita sesuai dengan narasumber masing-masing kita mempunyai koreksi yang sangat ketat, mulai dari cara bacanya, pengambilan dalilnya, bahkan kalo membaca kitab terjadi kesalahan harakat kita eliminasi. bahkan ada narsum 7 konten 5 tereliminasi dan yang kita *upload* hanya 2 saja. itu cara kita menjaga kredibilitas narasumber. Karena kita dari NU kami tidak mengundang narasumber yang bukan dari kalangan *Ahlussunnah waljamaah*. Kalo dalam fiqih kita tidak keluar dari 4 madzhab,

**Q: Apakah nantinya NU Online juga memberikan pilihan kepada masyarakat untuk menggunakan AI dalam menjawab problematika dakwah ?**

A: Sementara ini tidak, sebab kami sudah riset dan hasilnya belum akurat. saya kira kedepan akan akurat. NU Online sedang diminta salah satu perusahaan untuk meminta data di pinjam untuk uji coba mesin AI sehingga kedepan orang yang ingin bertanya agama bisa melalui AI yang itu bersumber dari NU Online. Namun ini sedang dalam tahapan pengembangan.

**Q: Tekait persebaran berita bohong mengenai keagamaan bagaimana NU Online merespon itu ?**

A: Kita tidak merespons berita tersebut, biarkan dia mengalir kita tidak peduli. biar masyarakat atas kecerdasannya. kita hanya menyajikan konten pembandingan saja. sehingga mana orang cerdas bisa memilih. karena kita tidak punya tenaga untuk meng *counter* berita *hoax* atau isu yang tersebar di masyarakat.

**Q: Bagaimana dengan konten-konten yang *short* yang ada di Youtube apakah itu akan menimbulkan problem?**

A: konten tersebut akan menjadi problem jika tidak tau cara potongnya *angelnya* yang mana yang harus dia putus ditengah jalan itu yang tidak boleh.

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **A. Identitas Diri**

Nama : Yudha Arta Mukti  
Tanggal lahir : Kudus, 12 Mei 1998  
Agama : Islam  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Alamat : Perum Bank Niaga C13 Ngaliyan Semarang  
Email : yudhaartamukti@gmail.com

### **B. Riwayat Pendidikan**

#### **1. Pendidikan Formal**

- a. MA NU TBS Kudus Lulus Tahun 2017
- b. S1 UIN Walisongo Semarang Lulus Tahun 2021

#### **2. Pendidikan Non Formal**

- a. Pondok Pesantren Ma'had Ulum asy-Syar'iyah Yanbu'ul Qur'an (MUS-YQ) Kwanaran Kota Kudus 2013 - 2017
- b. Pondok Pesantren Darul Falah Besongo Semarang 2017 - 2021

### **C. Pengalaman Organisasi**

- a. Pengurus bidang pembangunan di Pondok MUS-YQ Kudus 2014-2016.
- b. Koordinator pengurus pondok pesantren bidang rumah tangga di Pondok Besongo Semarang.