

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Data Statistik Pengunjung Akun @ala_nu

Dakwah pada prosesnya biasa dilakukan dengan mengisi pengajian, ataupun ceramah di sebuah tempat ibadah dan dihadiri oleh sekelompok orang. Akan tetapi seiring berkembangnya teknologi yang ada, dakwah tidak lagi hanya dilakukan di sebuah kajian atau di tempat-tempat ibadah. Kini dakwah bisa dilakukan di media baru, yakni media sosial. Banyaknya pengguna media sosial, membuat segala kegiatan bisa dilakukan dengan menggunakan media tersebut salah satunya dakwah tersebut. Dengan menggunakan media sosial, kegiatan berdakwah menjadi lebih mudah, bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun. Dan yang terpenting, pesan dakwah dapat diterima dengan cepat.

Dakwah banyak sekali dilakukan di berbagai macam media sosial seperti Facebook, Instagram, Youtube, dan berbagai jenis media sosial. Salah satu yang kerap digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah yakni dengan menggunakan Instagram. Banyak sekali akun-akun dakwah bermunculan di Instagram. Akun-akun dakwah tersebut berkedudukan sebagai da'i, dan pengikut atau *followers* akun tersebut sebagai mad'u.

Berbicara mengenai akun, akun atau *Account* yang memiliki arti data tentang seseorang.³⁵ Didalam sebuah akun menjelaskan mulai dari

³⁵Temukan Pengertian, <https://www.temukanpengertian.com/2013/01/pengertian-account.html> Diakses pada tanggal 12 Februari 2020 pukul 21.47 WIB

namadan semua data diri pengguna media sosial tersebut. Dalam sebuah akun minimal terdapat nama *user* dan juga *password* untuk akses masuk pada akun tersebut. Akun sendiri mempunyai banyak jenis, yaitu :

1. Akun Asli

Akun asli merupakan akun yang menggunakan nama asli dari pemilik akun tersebut. Dalam albumnya foto-foto yang diunggah akun tersebut merupakan foto asli pemilik akun tersebut. Data-data yang diberikan pun juga asli dari pemilik akun yang dapat dipertanggung jawabkan.

2. Akun Alias

Akun alias hampir sama dengan akun asli, hanya saja nama akun profil alias tidak sama dengan nama asli dari pemilik akun. Nama profil akun alias menggunakan nama panggilan, samara, sebutan, ataupun nickname. Seperti halnya akun asli, akun alias juga memberikan data diri yang dapat dipertanggung jawabkan.

3. Akun Palsu

Akun palsu merupakan akun yang mengaku-ngaku sebagai seseorang yang nyata keberadaannya. Pemilik akun palsu sengaja memberikan foto, nama pada profil akun tersebut. Banyak sekali akun palsu yang mengatas namakan artis, ataupun tokoh dengan tujuan hanya untuk sekedar main-main atau bisa saja mempunyai tujuan dan maksud tertentu.

4. Akun Fiktif

Akun fiktif merupakan akun yang semua datanya adalah rekaan. Berbeda dengan akun palsu, akun fiktif tidak mengatas namakan seseorang atau tokoh. Akun fiktif biasa digunakan untuk melakukan penipuan.

5. Akun Siluman

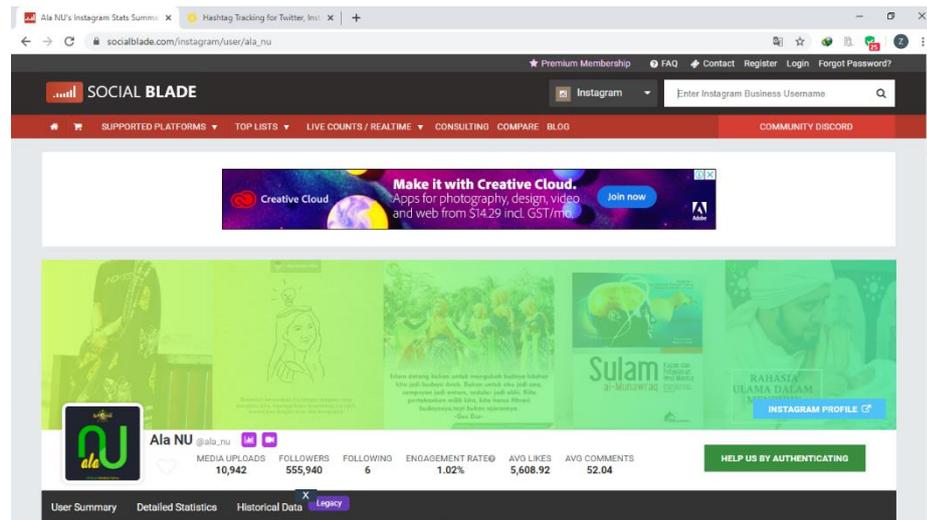
Berbeda dengan jenis akun-akun sebelumnya, akun siluman sama sekali tidak menampilkan data dirinya kecuali nama akun tersebut. Nama akun tersebut pun juga tidak dapat di pertanggung jawabkan.³⁶

Untuk memberikan pesan dakwah pastilah akun yang digunakan harus akun asli atau alias. Akun asli biasa digunakan oleh para da'i yang mengelola sendiri akun tersebut, dan akun alias biasa digunakan oleh sebuah kelompok atau tim yang menyuarakan pesan dakwah.

Analisa statistik pada akun bertujuan mencari tingkat kepopulerannya dilihat dari jumlah *followers*, *like*, dan juga konten yang telah diunggah oleh @ala_nu. Berikut ini adalah hasil analisa statistic menggunakan *Social Blade* yang dapat diakses melalui <https://socialblade.com> . *Social Blade* merupakan situs web yang mampu melacak analisis statistik pada sebuah platform media sosial. Berikut ini adalah hasil analisa statistik menggunakan *Social Blade*.

³⁶Temukan Penngertian, <https://www.temukanpengertian.com/2013/01/pengertian-account.html> (Diakses pada tanggal 12 Februari 2020 pukul 21.47 WIB)

Gambar 4.1 Data Statistik Akun @ala_nu

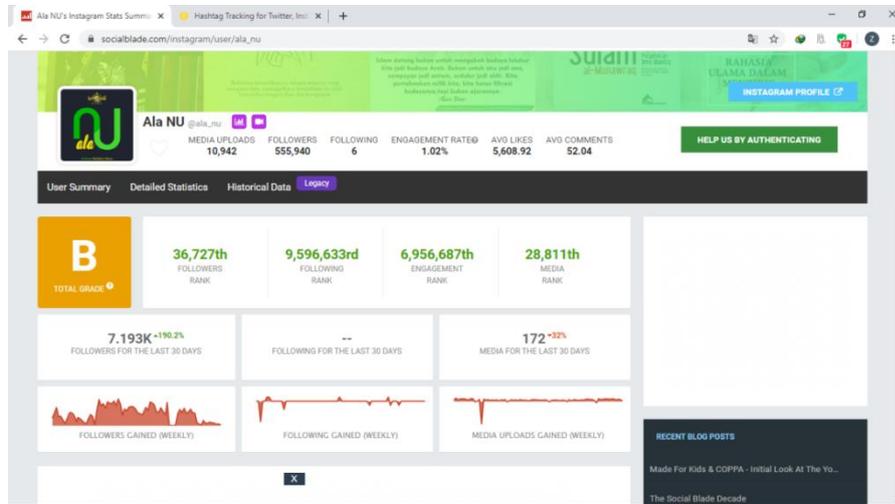


https://socialblade.com/instagram/user/ala_nu

Pada Gambar 4.1 menunjukkan data statistik akun @ala_nu. Data tersebut telah dihitung oleh aplikasi Social Blade yang dapat diakses melalui internet. Pada gambar tersebut menunjukkan data *media uploads*, *followers*, *following*, *engagement rate*, *avg likes*, dan *avg comments*. *Media uploads* merupakan unggahan-unggahaan yang telah di *posting* di akun @ala_nu yang telah mencapai 10.942 unggahan baik berupa foto maupun video. *Followers* menunjukkan akun-akun pengguna Instagram yang mengikuti akun @ala_nu yang mencapai 555.940 akun. *Following* adalah akun-akun yang diikuti oleh @ala_nu yakni 6 akun. *Engagement rate* adalah rating ketertarikan publik pada akun tersebut. Bisa dikatakan seberapa interaksi antara akun @ala_nu dengan akun lain. *Engagement rate* ini dilihat dari jumlah comment, like, dan view. Pada gambar diatas, *engagement rate* pada akun @ala_nu adalah 1,02%. *Avg likes* atau *average*

likes adalah jumlah rata-rata likes yang di dapat dari akun-akun lain. Pada gambar diatas tertera 5.608,92. *Avg comments* adalah nilai rata-rata komentar pada akun @ala_nu ini adalah 52,04.

Gambar 4.2 Data Statistik akun @ala_nu



Sumber : https://socialblade.com/instagram/user/ala_nu

Gambar 4.2 merupakan data lanjutan dari Gambar 4.1 yang menunjukkan *total grade*, *followers rank*, *following rank*, *engagement rank*, *media rank*, *followers for the last 30 days*, *following for the last 30 days*, *media for the last 30 days*, *followers gained (weekly)*, *following gained (weekly)*, dan *media uploads gained (weekly)*. *Followers rank* merupakan peringkat pengikut dari akun @ala_nu adalah 36.727 dan *following rank* atau rangking yang diikuti oleh akun @ala_nu adalah 9.596.633. *Engagement rank* adalah peringkat interaksi akun @ala_nu dengan pengikutnya yakni 6.956.687 dan *media rank* merupakan peringkat kepopuleran akun @ala_nu ini adalah 28.811.

Kolom dibawahnya yakni *followers for the last 30 days* merupakan akun-akun yang mengikuti akun @ala_nu pada 30 hari terakhir terdapat 7.193 pengikut. Angka tersebut menunjukkan bahwa akun @ala_nu mengalami kenaikan pengikut mencapai 190,2%. *Following for the last 30 days* atau jumlah akun yang diikuti 30 hari terakhir oleh akun @ala_nu ini tidak ada. *Media for the last 30 days* menunjukkan konten yang diunggah oleh akun @ala_nu ini mengalami penurunan sebesar 32% pada 30 hari terakhir. Di kolom bawah terdapat grafik *followers* atau pengikut yang didapat akun @ala_nu perminggu yang menunjukkan bahwa setiap minggunya terjadi kenaikan dan penurunan. Pada grafik *following* atau akun yang diikuti akun @ala_nu tetap cenderung stabil dikarenakan akun @ala_nu tidak pernah mengikuti akun lain. Pada grafik *media upload gained (weekly)* atau unggahan per minggu pada akun @ala_nu ini cenderung stabil, akan tetapi pada saat tertentu mengalami kemunduran.

Gambar 4.3 Data Statistik Akun @ala_nu

DATE	FOLLOWERS	FOLLOWING	MEDIA
2020-01-28 Tue	549,560	5	10,889
2020-01-29 Wed	+21	5	-23
2020-01-30 Thu	-5	5	+5
2020-01-31 Fri	+87	5	+4
2020-02-01 Sat	+20	5	+4
2020-02-02 Sun	+52	5	+9
2020-02-03 Mon	+520	5	+5
2020-02-04 Tue	+44	5	+6
2020-02-05 Wed	+4,659	5	+6
2020-02-06 Thu	+753	5	+7
2020-02-07 Fri	+101	5	+7
2020-02-08 Sat	+49	5	+7
2020-02-09 Sun	+36	5	+6
2020-02-10 Mon	+43	+1	+10
Daily Averages	+240	-	+6
Monthly Averages	+7,200	-	+180

Sumber: https://socialblade.com/instagram/user/ala_nu

Pada Gambar 4.3 menunjukkan data ringkasan data *followers*, *following*, dan media akun @ala_nu terhitung dari tanggal 28 Januari sampai 10 Februari 2020. Pada kolom *followers* atau pengikut pada akun @ala_nu tersebut tertera jumlah akun yang mengikuti akun @ala_nu per harinya. Jika dijabarkan, dimulai pada tanggal 28 Januari 2020. Pada tanggal tersebut *followers* akun @ala_nu 549.560. Di tanggal 29 Januari 2020 terdapat 21 akun yang mengikuti akun @ala_nu. Akan tetapi pada tanggal 30 Januari 2020, *followers* akun @ala_nu berkurang 5 yang artinya terdapat 5 akun yang me-*unfollow* akun @ala_nu tersebut. Di tanggal 31 Januari *followers* akun @ala_nu mengalami kenaikan kembali. Pada tanggal ini, jumlah akun yang mengikuti @ala_nu sebanyak 87 akun. Dan di setiap harinya, jumlah *followers* akun @ala_nu mengalami kenaikan. Pada tanggal 1 Februari 2020 terdapat 20 akun yang mengikuti akun @ala_nu, selanjutnya pada tanggal 2 Februari 2020 bertambah 52 akun. Pada tanggal 3 Februari 2020 terdapat 520 akun yang mengikuti. Tanggal 4 Februari 2020 terdapat 44 akun yang mengikuti @ala_nu. Kenaikan pengikut yang signifikan terjadi pada tanggal 5 Februari 2020 terdapat 4.659 akun yang mengikuti akun @ala_nu. Selanjutnya pada tanggal 6 Februari 2020 terdapat 753 akun yang mengikuti @ala_nu. Tanggal 7 Februari 2020 terdapat 101 akun. Pada tanggal 8 Februari 2020, 49 akun mengikuti @ala_nu. Selanjutnya pada tanggal 9 Februari terdapat 36 akun. Hingga pada tanggal 10 Februari 2020 terdapat 43 akun yang mengikuti akun @ala_nu sehingga jumlah *followers* atau pengikut akun

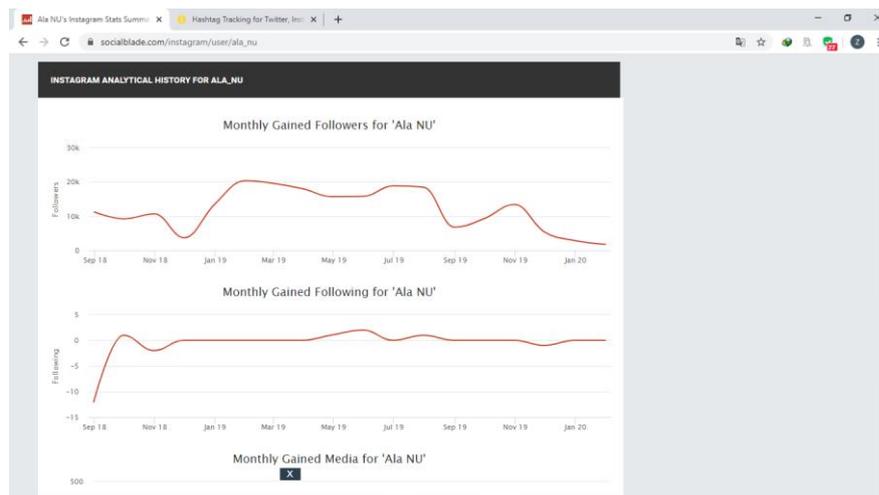
@ala_nu mencapai 555.940. Jadi, rata-rata *followers* akun @ala_nu per harinya 240 akun dan per bulan bertambah 7.200 akun.

Pada kolom *following*, menunjukkan bahwa akun @ala_nu mulai tanggal 28 Januari hingga 9 Februari tidak pernah mengikuti akun lain. Akan tetapi pada tanggal 10 Februari 2020, akun @ala_nu mengikuti 1 akun. Hal tersebut dapat menjadi bukti bahwa akun @ala_nu mampu menjangkau pengikut dengan jumlah yang banyak tanpa melibatkan akun @ala_nu harus mengikuti akun-akun lain. Akun-akun yang diikuti oleh @ala_nu sendiri merupakan akun yang berkontribusi dengan akun @ala_nu dalam menjalankan misi dakwahnya.

Pada kolom *media* menunjukkan jumlah konten yang diunggah oleh akun @ala_nu. Terhitung dari tanggal 28 Januari 2020 terdapat 10.889 konten di akun @ala_nu. Akan tetapi pada tanggal 29 Januari 2020 terdapat 23 konten yang di hapus dari akun @ala_nu. Mulai pada tanggal 30 Januari, konten yang di unggah oleh akun @ala_nu terus bertambah mulai dari 5 konten. Pada tanggal 31 Januari, konten akun @ala_nu bertambah 4 unggahan. Selanjutnya pada tanggal 1 Februari 2020 terdapat 4 unggahan. Pada tanggal 2 Februari 2020 terdapat 9 unggahan. Pada tanggal 3 Februari 2020 terdapat 5 unggahan baru. Pada tanggal 4 Februari 2020 terdapat 6 unggahan. Pada tanggal 5 Februari 2020 konten yang diunggah berjumlah 6 unggahan. Pada tanggal 6 Februari 2020 konten yang diunggah berjumlah 7 unggahan. Pada tanggal 7 Februari 2020 terdapat 7 konten yang diunggah. Tanggal 8 Februari 2020 terdapat 7

unggahannya. Pada tanggal 9 Februari tercatat 6 unggahan baru pada akun @ala_nu. Hingga pada tanggal 10 Februari 2020 unggahan akun @ala_nu mencapai 10.942. Rata-rata konten yang diunggah oleh akun @ala_nu setiap harinya bertambah 6 konten dan setiap bulannya bertambah 180 konten.

Gambar 4.4 Data Statistik Akun @ala_nu

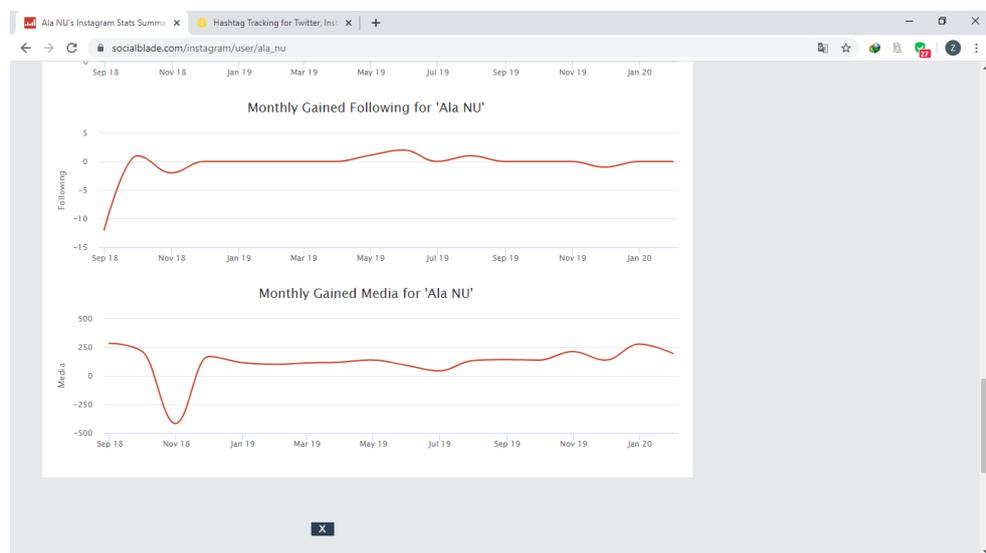


Sumber : https://socialblade.com/instagram/user/ala_nu

Gambar 4.4 menggambarkan grafik riwayat perolehan *followers*, *following*, dan unggahan setiap bulannya pada akun @ala_nu. Pada grafik perolehan *followers* akun @ala_nu per bulannya mengalami perubahan, tidak terus naik dan juga tidak selalu menurun. Seperti yang telah ditunjukkan pada gambar, kenaikan *followers* yang signifikan terjadi pada bulan Januari 2019 yang mencapai 20.000 *followers*. Dan penurunan yang signifikan terjadi pada bulan September 2019 yang hanya mendapat 8000 *followers* satu bulannya.

Pada grafik yang menggambarkan *following* akun @ala_nu menunjukkan bahwa tidak ada perkembangan pada akun @ala_nu. Grafik tersebut cenderung stabil dikarenakan akun @ala_nu jarang bahkan hampir tidak pernah mengikuti akun lain. Akun yang saat ini diikuti @ala_nu hanya 6 akun diantaranya @alqurantalk @lapaknucom @nu.plaza @fiqihpernikahan @nikahinstitute @anakids.id. Akun-akun tersebut merupakan akun yang dibawah oleh akun @ala_nu. Jadi, akun @ala_nu ini dalam menyampaikan dakwahnya tidak hanya melalui akun @ala_nu saja, akan tetapi juga berdakwah lewat akun lain sesuai dengan sub tema dakwahnya.

Gambar 4.5 Data Statistik Akun @ala_nu



https://socialblade.com/instagram/user/ala_nu

Pada Gambar 4.5 merupakan lanjutan dari Gambar 4.4 yang menunjukkan konten-konten yang diunggah oleh akun @ala_nu setiap bulannya. Terhitung mulai bulan September 2018 sampai pada bulan

Januari 2020. Pada grafik diatas menunjukkan penurunan konten yang di unggah oleh akun @ala_nu yang signifikan terjadi pada bulan November 2018. Dan kenaikan yang signifikan terjadi pada bulan Desember 2018. Pada bulan selanjutnya, jumlah konten unggahan akun @ala_nu cenderung stabil hingga pada bulan Januari 2020. Jumlah konten-konten yang diunggah tersebut dapat dilihat pada tabel yang terdapat pada Gambar 4.3. kjumlah konten yang diunggah pun rata-rata jumlahnya sama, antara 4-7 konten diunggah sepiap harinya.

Ditinjau dari data statistik akun @ala_nu, menunjukkan bahwa akun @ala_nu bisa dikategorikan akun yang populer, dan mempunyai banyak peminat. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah pengikut akun @ala_nu yang saat ini sudah mencapai 555.940 pengikut dan juga rata-rata *like* yang di dapat pada setiap unggahan yakni 5.609 *like* dari akun-akun pengikut @ala_nu. Selain itu, untuk melihat peminat pengunjung terhadap konten-konten yang diunggah oleh akun @ala_nu juga dapat dilihat dari komentar-komentar dari pengikut akun @ala_nu. Komentar-komentar tersebut cenderung memberikan komentar positif, dan dapat membangun branding dari akun @ala_nu dan menjadikan akun @ala_nu sebagai akun dakwah yang baik untuk dikonsumsi semua kalangan.

Selain dari data statistic yang telah di jelaskan di atas, peminat pengunjung pada akun @ala_nu juga dapat dilihat dari ungkapan beberapa pengikut akun @ala_nu mengenai seberapa lama pengikut tersebut mengikuti akun @ala_nu, seberapa sering pengikut tersebut mengunjungi

juga me-*repost* atau membagikan kembali konten-konten yang diunggah akun @ala_nu.

Seperti yang dilakukan oleh Milla, bahwa ia sering merepost unggahan @ala_nu dengan tujuan *self reminder*. Milla mengatakan bahwa;

“sudah lama mengikuti akun @ala_nu, tapi tidak sering *stalking* akun @ala_nu hanya saja mereka sering mengunggah foto atau video yang sudah otomatis muncul ke beranda instagram. Jadi bisa dikatakan sering lihat unggahan-unggahannya tapi tidak *stalking*. Kalau me-*repost* saya lihat-lihat kalau lagi pengen self reminder atau kalo isinya mengena gt ya saya repost”³⁷

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Zainul yang memang sering merepost unggahan @ala_nu jika dirasa topic yang disampaikan menarik;

“sudah lama mengikuti dan sering juga *stalking*. Sering me-*repost* juga kalau memang topiknya menarik untuk di repost, ya kadang di repost juga”³⁸

Adapula yang memang sering mengikuti konten-konten yang diunggah oleh akun @ala_nu, akan tetapi tidak merepostnya dikarenakan beberapa hal. Farhan merupakan orang yang cukup mengenal tentang @ala_nu dan berpendapat bahwa;

“saya mengikuti sudah cukup lama mulai followers nya masih 10.000. Sering juga lihat unggahan akun @ala_nu yang muncul setiap hari di beranda saya. Kalau merepost saya jarang sekali, dikarenakan keluarga yang mengikuti golongan-golongan yang

³⁷ Wawancara dengan Milla Minhatul Maula sebagai pengikut akun @ala_nu (10 Februari 2020 pukul 21.45 WIB)

³⁸ Wawancara dengan M. Zainul Haqq sebagai pengikut akun @ala_nu (10 Februari 2020 pukul 21.50 WIB)

berbeda-beda. Ada yang mengikuti NU, Muhammadiyah, LDII. Untuk meminimalisir perdebatan perbedaan faham ini.”³⁹

Konten dakwah dari @ala_nu tidak hanya selalu tentang ke-NUan saja. Akan tetapi juga banyak konten-konten dakwah yang bersifat umum yang dapat di bagikan ke lapangan sesuai situasi dan kondisi. Hal tersebut biasa dilakukan oleh Arif yang memang notabene dia adalah salah satu pengikut yang sering merepost konten-konten yang diunggah oleh @ala_nu. Arif mengatakan bahwa;

“saya sudah mengikuti akun ala nu sekitar 4 tahun yang lalu. sering mengikuti perkembangan-perkembangan unggahannya mulai dari yang desainnya mulai berkembang, kadang setiap hari, terkadang dua hari sekali, paling lama tiga hari sekali. Sering merepost unggahann @ala_nu tergantung kebutuhan di lapangan. Apabila lagi maraknya intoleransi biasanya saya merepost unggahan-unggahan ala nu yang mengangkat pentingnya toleransi antar umat beragama dan lain sebagainya. Kalau terkait cinta ya cinta, terkait dakwah ya semua yang diunggah oleh akun ala_nu itu dakwah. dakwah itu bisa bil-lisan, bil-media, dan apapun lah. Banyak sekarang akun-akun dakwah. Namun para milenial khususnya para mahasiswa mahasiswi kaum milenial juga harus pintar-pintar memfilter karena banyak akun-akun yang lebelnya agama, lebelnya Islami namun terkadang ideologinya tidak sesuai dengan kita yang notabene ideology kita yakni Ahlu Sunnah Wal Jama’ah Annahdliyah. Dan tentu ideology Aswaja, Ahlu Sunnah Wal Jama’ah Annahdliyah itu tidak lain untuk gimana kita menjaga menerapkan nilai-nilai yang telah diajarkan baginda Muhammad dan juga menjaga kesatuan NKRI yang notabene mempunyai banyak sekali suku dan agama yang berbeda-beda agar tetap satu tujuan dan satu ideology yakni Pancasila.”⁴⁰

³⁹ Wawancara dengan M. Farhan Izza Mahendra sebagai pengikut akun @ala_nu (12 Februari 2020 pukul 10.45 WIB)

⁴⁰ Wawancara dengan Arif Firmansyah sebagai pengikut akun @ala_nu (20 Februari 2020 pukul 15.45 WIB)

Tidak selalu pengikut akun @ala_nu yang sering melihat unggahan-
unggahannya akun @ala_nu juga merepost konten-konten yang di unggah.

Rikza menjelaskan bahwa:

“sering melihat unggahan dari @ala_nu hanya saja untuk *merepost*
konten-konten unggahan @ala_nu tidak pernah.”⁴¹

Pengikut-pengikut akun @ala_nu tersebut pastilah mempunyai alasan mengapa dia mengikuti akun tersebut. Seperti yang telah dijelaskan beberapa narasumber diatas, bahwa apa yang disampaikan oleh akun @ala_nu tersebut cenderung ke kehidupan sehari-hari sehingga konten-konten yang disampaikan tersebut dapat dikonsumsi dan diterapkan di kehidupan sehari-hari. Dan dengan cara *merepost* unggahan tersebut merupakan kegiatan dakwah pula.

Seringnya pengikut akun @ala_nu yang *me-repost* unggahan-
unggahannya tersebut, secara tidak langsung mereka ikut menyebarkan ajaran-
ajaran Islam. Selain itu dapat menarik pengguna lain untuk mengikuti akun
@ala_nu karena dirasa konten yang diunggah menarik dan sesuai dengan
keadaan mereka. Oleh karena itu, dengan *merepost* konten-konten
unggahannya dari @ala_nu menarik peminat pengguna Instagram untuk
mengikuti dan menyebarkan konten-konten dakwah di beberapa *platform*
media sosial lainnya.

⁴¹ Wawancara dengan Rikza Abdul Jabar sebagai pengikut akun @ala_nu (23 Februari 2020 pukul 13.00 WIB)

B. Komentor pengunjung akun @ala_nu

Dalam sebuah konten yang diunggah oleh sebuah akun di media sosial Instagram, terdapat fitur-fitur yang ditawarkan antara lain :

1. Like

Pengguna instagram dapat memberikan *like* pada foto atau video yang diunggah oleh sebuah akun. Memberikan *like* dimaksudkan menyukai foto atau video yang diunggah.

2. Comment

Fitur *comment* berfungsi untuk memberikan komentar pada foto atau video yang di unggah oleh sebuah akun. Fitur tersebut juga memberikan kemudahan bagi sebuah akun untuk berinteraksi dengan akun lainnya.

3. Share

Fitur *share* memudahkan pengguna instagram untuk membagikan foto atau video yang diunggah ke fitur *instagram stories*, atau *direct message*.

4. Bookmark

Pada fitur *bookmark* dapat digunakan untuk menyimpan foto atau video dari unggahan akun lain. Foto atau video yang telah disimpan tersebut dapat dilihat pada ikon *bookmark* pada profil pengguna.

Seperti yang telah di jelaskan di bab sebelumnya, sebuah akun dapat dikatakan populer atau mempunyai banyak peminat dapat dilihat dari jumlah pengikut, like, dan juga komentar-komentar yang terdapat pada konten-konten yang di unggah oleh akun tersebut. Komentar-komentar yang diberikan juga tidak selalu positif, tapi juga terdapat komentar negative bahkan menggunjing.

Komentar-komentar tersebut sangatlah berpengaruh terhadap peminat pengunjung sebuah akun. Komentar-komentar positif akan membuat branding sebuah akun tersebut naik, begitu sebaliknya dengan komentar-komentar negative atau komentar yang menggunjing akan membuat sebuah branding akun tersebut turun.

Analisa komentar dapat dilakukan menggunakan software tertentu dengan menggunakan kata kunci. Karena keterbatasan anggaran peneliti, maka komentar dipilih secara random untuk dianalisa secara kualitatif.

Pada akun @ala_nu yang menjadi sebuah akun dakwah pastilah komentar-komentar negative bahkan yang menggunjing pernah diberikan dari pengikut akun @ala_nu tersebut.

“..banyak yang tidak sefaham, yang nyerang juga ada. Akan tetapi kritik-kritik tersebut menjadi sebuah evaluasi dan pelajaran. Tapi dari komentar-komentar yang seperti itu masih banyak komentar yang membangun.”⁴²

⁴² Hasil wawancara dengan mas Barok, Salah Satu Tim @ala_nu bagian Kontributor Jatim, (08 Februari 2020 pukul 10.00 WIB)

Komentar-komentar negative dan tidak sefaham biasa diberikan dari akun-akun yang tidak sefaham dengan konten dakwah yang diunggah oleh akun @ala_nu. Melihat bahwa Islam yang ada di Indonesia tidak hanya ada satu faham saja tapi mempunyai banyak faham. Akun @ala_nu adalah salah satu akun dakwah yang menyebarkan faham Ahlu Sunnah Wal Jama'ah atau yang biasa dikatakan Nahdlatul Ulama (NU) dengan menggunakan media sosial Instagram. Pengikut akun @ala_nu tidak semua pengikut faham Nahdlatul Ulama (NU), selain itu jangkauan dakwah menggunakan media sosial Instagram pasti sangatlah luas. Pengguna media sosial Instagram tidak hanya orang-orang yang mengikuti faham Nahdlatul Ulama (NU), ada yang mengikuti faham Muhammadiyah, LDII, dan masih banyak lagi. Faham-faham tersebut tetap dikatakan menganut agama Islam, hanya saja mempunyai ajaran yang sedikit berbeda. Oleh karena itu, komentar-komentar yang tidak sefaham dengan ajaran yang diunggah oleh akun @ala_nu tidak menjadi sebuah kendala dikarenakan memang berdakwah dengan menggunakan Instagram mempunyai jangkauan luas dan dapat diakses oleh segala kalangan dengan berbagai faham.

Selain komentar yang tidak sefaham, pastilah terdapat komentar-komentar kritikan dan ucapan negatif di konten-konten yang diunggah oleh akun @ala_nu. Seperti pada foto yang diunggah pada tanggal 29 Januari 2020 terdapat komentar negative dari sebuah akun @alunk18“*jaman saiki NU diisi karo wong-wong goblok contone sampean*

min” maksud dari kata tersebut “zaman sekarang NU diisi dengan orang-orang bodoh contohnya kamu min”. Komentar tersebut dianggap sebagai komentar negative dikarenakan bahasa yang digunakan dianggap tidak memberikan pesan positif pada akun @ala_nu.

Dengan adanya komentar-komentar yang mengkritik, berselisih paham, negative atau menggunjing, tidak pernah membuat pengikut akun @ala_nu menjadi berkurang. Banyaknya komentar-komentar positif dan membangun yang menjadikan pengikut serta peminat unggahan konten-konten dakwah @ala_nu semakin bertambah. Segala komentar-komentar yang diberikan oleh para pengunjung akun @ala_nu ditampung semua oleh akun @ala_nu sebagai evaluasi agar memberikan konten-konten yang lebih menarik lagi dan dapat di konsumsi oleh semua kalangan.

Selain dilihat dari komentar-komentar pengunjung pada konten-konten unggahan akun @ala_nu, perlu adanya peneliti melihat dari sisi isi konten-konten yang diunggah oleh akun @ala_nu menurut beberapa narasumber yang telah diwawancarai oleh peneliti. Bahasa yang digunakan dalam dakwah patilah mempengaruhi bagaimana pengguna instagram bisa tertarik dengan konten dakwah yang diunggah. Selain itu sisi kreatifitas dalam menampilkan konten juga menjadi faktor penting dalam menjaring pengikut dan pengunjung akun dakwah tersebut. Seperti yang telah dikatakan oleh Milla, bahwa;

“yang menarik pada postingan akun @ala_nu tersebut yang pertama bahasa yang digunakan itu sederhana tapi sarat akan makna. Maksudnya tidak terlalu bertele-tele, tapi mengandung makna yang baik. Jadi disitu bahasanya tidak terlalu panjang lebar, tapi disitu

langsung to the point .berisi wawasan-wawasan. Sukanya lagi di akun @ala_nu itu sering memunculkan ulama-ulama yang mungkin sudah wafat, atau ulama-ulama besar yang fatwa-fatwanya bisa kita jadikan rujukan. Menurut saya akun @ala_nu ini juga bagus banget karena mereka punya kreatifitas yang mana tidak hanya dakwah saja akan tetapi disitu mempunyai nilai seninya. Jadi disitu memperlihatkan bahwa santri itu tidak hanya bisa ngaji aja, ngopi aja, atau ngrokok aja, tapi disitu bisa berkarya. Dan dari karya tersebut mereka menginspirasi apa ilmu-ilmu yang ada dipondok pesantren pada dunia yang lebih luas. Pesan-pesan yang disampaikannya pun menurut saya sudah sangat bisa diterima karena disitu mereka menggunakan bahasa yang mudah difahami dan dengan didukung kontennya yang berupa foto-foto dan videonya sudah diedit sedemikian rupa yang perlu kreatifitas yang lebih. Dan tidak semua orang bisa seperti itu. Jadi termasuk bisa sangat diterima.”⁴³

Unggahan-unggahan yang berupa guyonan juga menjadi salah satu strategi dalam menjaring mengikut dan pengunjung akun @ala_nu. Dengan memberikan konten-konten yang bersifat umum menjadikan akun @ala_nu dapat diterima oleh semua khalayan. Seperti yang telah diungkapkan oleh Zainul, bahwa;

“seringkali unggahan-unggahan akun @ala_nu ini terkait kajian dari seorang kyai, *quotes-quotes* kyai, terkadang juga guyonannya kyai. Atau terkadang lebih kepada info-info yang krusial seperti halnya yang terkait dengan ke-NUan ataupun ormas lain. Sebenarnya info-info yang diberikan ke public sendiri itu mengarah ke dakwah. Dan pesan-pesan yang disampaikannya pun bisa difahami dan diterima. Karena memang segmentasi pasar mereka itu orang-orang awam juga, tidak hanya untuk orang-orang pesantren. Jadi memang informasi yang disampaikan sudah di generalkan, jadi mudah sekali untuk diifahami.”⁴⁴

⁴³ Wawancara dengan Milla Minhatul Maula sebagai pengikut akun @ala_nu (10 Februari 2020 pukul 21.45 WIB)

⁴⁴ Wawancara dengan M. Zainul Haqq sebagai pengikut akun @ala_nu (10 Februari 2020 pukul 21.50 WIB)

Pemanfaatan media baru dalam berdakwah dianggap penting dikarenakan jangkauan yang lebih luas, juga media baru memang saat ini sedang di gemari oleh semua kalangan. Seperti yang dipaparkan oleh Farhan bahwa;

“biasa kita ngaji kan dengan kyai-kyai itu secara langsung dan kita memaknai kitabnya, kalo dari media Instagram ini seperti kita setiap hari diberikan *quotes*, diberikan motivasi tentang kehidupan kyai-kyai itu seperti ini, bahwa Rasulullah itu seperti ini, bahwa Islam Nusantara itu seperti ini, jadi lebih menarik saja kalau lewat media itu. Dan media itu kan pegangan setiap hari anak muda. Dan sepertinya memang semua anak muda mempunyai instagram bahkan anak-anak kecil itu sudaah mempunyai media sosial. Dan konten-konten yang diunggah tersebut dapat difahami untuk golongan kami ya terutama untuk golongan NU. Karena fokus dari dakwah @ala_nu ini kan Islam Nusantara sama aswaja menurut Nahdlatul Ulama dan Kyai Hasyim Asy’ari. Makanya sangat faham dan sangat diterima”⁴⁵

Kreatifitas dalam mengolah konten juga menjadi hal yang penting dalam hal mendapatkan penngikut yang banyak. Seperti yang disampaikan oleh Arif bahwa;

“konten dakwah yang menarik menurut saya, saya mengambil dari sisi yang paling detail itu terkait desain. Desainnya bagus-bagus, terus yang di upload itu adalah foto-foto langka. Seperti foto Gus Dur dirangkul waktu itu. Dan banyak sekali foto-foto yang langka bisa ditemukan oleh @ala_nu. Selain dari sisi artistiknya juga dari segi muatan mulai dari diksi itu bagus-bagus. Kata-katanya juga bagus, tertata dengan baik terlihat bahwa admin dari alanu ini adalah orang-orang yang benar-benar intelektual dan milenial dan tentu mengikuti perkembangan di dunia media. Saya rasa di ala nu yang paling menarik saya itu mampu menghipnotis para penikmat media khususnya Instagram yang mana mampu menyediakan konten-konten yang positif, konten-konten yang sejuk yang pastinya bisa diterima semua kalangan bukan hanya Islam, bukan hanya NU,

⁴⁵ Wawancara dengan M. Farhan Izza Mahendra sebagai pengikut akun @ala_nu (12 Februari 2020 pukul 10.45 WIB)

bukan hanya orang-orang tertentu, akan tetapi semua konten dari @ala_nu ini semua agama, semua suku bisa menikmati. Saya kira *uploadan-upload*an itu bisa diterima selagi disitu bahasanya ringan, diksinya ringan, terkadang di @ala_nu itu foto sudah mencerminkan caption dan terkadang fotonya juga tetap ditambahi dengan caption agar pembaca itu faham dengan apa yang di upload oleh @ala_nu”⁴⁶

Dalam melakukan dakwah, pastilah pesan-pesan yang disebarakan harus mempunyai dasar. Hal tersebut penting dalam hal kegiatan dakwah ini dikarenakan mampu meyakinkan para pengunjung akun untuk mengikuti dan mengamalkan apa yang telah akun @ala_nu sampaikan lewat konten-konten dakwahnya. Seperti yang telah dijelaskan oleh Rikza bahwa;

“yang menarik dari konten dakwah yang diposting oleh @ala_nu adalah, *postingannya* dapat dipertanggung jawabkan mengenai keabsahannya, karena pada setiap *postingan* dakwahnya dalam *caption* disertakan juga sumbernya. Di dalam *postingan* dakwahnya @ala_nu memberi *caption* juga keterangan itu diambil dari kitab apa, kalau dari Hadits, Hadits nya siapa, kalau dari Al-Qur’an suratnya apa ayat berapa. Pastinya @ala_nu sebelum memposting memikirkan dahulu tentang keshohihan mengenai keterangan dakwah yang akan di *postingannya*. Selain itu, @ala_nu juga sering memposting tentang kisah-kisah kyai NU saat masa-masa mondoknya dahulu, tentang kisah tirakatnya sebelum menjadi kyai, kisah da’i dalam perjuangan dakwahnya dll. Itu juga memberikan warna tersendiri dalam menyebarkan dakwah, sehingga *postingan* tidak terlihat monoton. Pesan dakwah yang diposting @ala_nu sejauh ini bisa diterima, *postingan* @ala_nu yang pembahasannya ringan, tapi padat, simple tapi akurat, sehingga pembaca bisa menangkap apa yang disampaikan @ala_nu lewat *postingannya*”⁴⁷

⁴⁶ Wawancara dengan Arif Firmansyah sebagai pengikut akun @ala_nu (20 Februari 2020 pukul 15.45 WIB)

⁴⁷ Wawancara dengan Rikza Abdul Jabar sebagai pengikut akun @ala_nu (23 Februari 2020 pukul 13.00 WIB)

Akun dakwah dalam menyampaikan materi pesan dakwah pastilah mempunyai ciri khas masing-masing. Seperti apa yang dilakukan oleh akun @ala_nu yang dalam konten-konten dakwahnya selalu mengangkat kyai-kyai, ulama, guru besar NU. Mulai dari foto-foto langka kyai-kyai atau ulama tersebut pada zaman dahulu yang menunjukkan kisah proses dimana para kyai dan ulama tersebut sedang mencari ilmu agar menjadi orang yang *'alim*.

Selain itu unggahan-unggahan yang menuliskan dawuh-dawuh dan motivasi dari kyai dan ulama menjadi ciri khas dakwah yang disampaikan oleh akun @ala_nu. Dawuh-dawuh dan motivasi tersebut juga didasari dari Al-Qur'an, Al-Hadith, serta kitab-kitab yang telah dipelajari sebelumnya oleh kyai-kyai tersebut dan bahkan dari tim pengelola akun @ala_nu sendiri. Oleh karena itu konten-konten yang unggah oleh akun @ala_nu dapat dijamin keabsahannya. Tidak hanya dari kata seorang tanpa ada penguat dari apa yang di sampaikan.

Dalam penyampain dakwahnya, akun @ala_nu menggunakan bahasa yang ringan dan mudah difahami. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, akun @ala_nu selalu menyisipi dasar-dasar yang digunakan. Saat menjelaskan tentang sesuatu pastilah memberikan dasar dan penjelasan dengan menggunakan bahasa yang ringan sehingga mudah difahami oleh semua kalangan. Terkadang isi yang disampaikan juga mengandung guyonan-guyonan dari kyai atau ulama. Guyonan-guyonan tersebut juga tidak lupa mengandung pesan-pesan dakwah yang dikemas

sedemikian rupa agar para pengunjung akun @ala_nu merasa terhibur dan tetap mendapatkan materi dakwah.

Pesan-pesan dakwah tersebut disampaikan foto dan video yang diedit sedemikian rupa agar pengunjung tertarik untuk membaca caption atau penjelasan mengenai dakwah yang disampaikan. Cara penyampaian dengan bahasa yang ringan itulah yang membuat semua kalangan dapat memahami materi dan pesan dakwah yang disampaikan. Dan memang segmentasi yang di sasar tidak hanya untuk muslim yang berpaham NU saja, akan tetapi semua kalangan umat Islam dapat mengambil pesan-pesan dakwah yang disampaikan. Hal tersebut juga yang menyebabkan adanya komentar-komentar yang kadang mengkritik atau yang tidak sefaham. Akan tetapi melihat bahasa yang diberikan lebih ke-umum, komentar-komentar yang seperti itu tidaklah banyak diberikan. Hanya beberapa orang yang memang fanatic kepada salah satu paham dan kehadirannya dalam komentar membuat kritikan dan gunjingan tersebut. Hal tersebut sudah dapat dimaklumi kehadirannya, tanpa membuat pengikut atau jumlah pengunjung akun @ala_nu menjadi berkurang.

Komentar-komentar tersebut juga dianalisa dengan mengelompokkan komentar-komentar positif dan negative yang terdapat pada unggahan pada Gambar 3.1, Gambar 3.2, dan Gambar 3.3 pada bab sebelumnya.

Pada Gambar 3.1 diunggah yang membicarakan tentang kecantikan pada ilmu dan kesopanan. Unggahan tersebut mendapatkan 9 komentar. Peneliti mendapatkan 2 komentar yang bersifat mengkritik

yakni dari akun @satriomaulananoer.id yang memberikan komentar “kenapa fotonya tak menutup aurat min? tolong jangan membingungkan umat” juga dari akun @n_rajawali_putra yang memberikan komentar “emang baru trand min, gambar keliatan aurat? Tau sih itu gambar ya emang gambar, gambar yang keliatan auratnya”. Komentar-komentar tersebut bermaksud mengkritik gambar yang diunggah oleh akun @ala_nu, mengapa bukan gambar wanita berhijab melainkan gambar wanita dengan aurat yang terbuka. Selain komentar yang bersifat mengkritik, 8 komentar lainnya adalah komentar yang menyetujui dakwah yang disampaikan oleh akun @ala_nu. Salah satunya seperti komentar dari @marfuah_03 “Aku cinta NU”

Pada Gambar3.2 yang menampilkan foto dari Habib Umar Al Hafidz, dengan judul “Jadikan Waktu dan Umurmu Berharga”. Pada unggahan tersebut terdapat 3 komentar. Ke 3 komentar tersebut merupakan komentar yang menyetujui apa yang disampaikan oleh akun @ala_nu. Seperti yang disampaikan oleh akun @adaacantha_ yang berkomentar “Tabarruk ambil berkah kepada Habib Umar Al Hafidz, lebih saya sukai. Do’a-do’a guru mulia sangat mustajab”.

Pada Gambar 3.3 yang menunjukkan foto dari Habib Syekh bin Abdul Qadir Assegaf dengan judul pesan dakwahnya “Rahasia Ulama Dalam mendidik Anak” mendapat 150 komentar dan semua komentar tersebut merupakan komentar yang positif. Rata-rata komentar tersebut adalah ajakan kepada akun lain untuk mengamalkan apa yang sudah di

sampaikan oleh akun @ala_nu. Salah satu komentar dari akun @dessy.fn yang berkomentar “kalo lihat postingan gini bawaannya pengen langsung praktek ya. Jiwa keibuanku meronta-ronta.

Dari ke-3 sample unggahan akun @ala_nu tersebut membuktikan bahwa dakwah tidak selalu bisa diterima oleh mad'u. Seperti yang telah di jelaskan oleh salah satu Peengelola akun @ala_nu bahwa komentar-komentar yang bersifat mengkritik tersebut bukanlah sebuah kendala, akan tetapi dijadikan evaluasi untuk akun @ala_nu agar memperbaiki apa yang disampaikannya. komentar-komentar yang bersifat mengkritik tersebut juga tidak sampai mengurangi pengikut akun @ala_nu.

C. Efektivitas Dakwah Menggunakan Instagram

Agung Kurniawan mengatakan bahwa efektivitas merupakan kemampuan melaksanakan tugas, fungsi (operasi kegiatan program atau misi) daripada suatu organisasi atau sejenisnya yang tidak adanya tekanan atau ketegangan diantara pelaksanaannya.⁴⁸ Efektivitas dakwah dalam hal ini diartikan sebagai sebuah hasil dalam melaksanakan sesuatu sesuai apa yang di lakukan, dan pada prosesnya tidak ada sebuah tekanan.

Seiring dengan berkembangnya zaman, dakwah dalam prosesnya kini telah mengalami perkembangan. Dakwah saat ini banyak dilakukan dengan menggunakan media-media baru seperti salah satunya menggunakan media sosial Instagram. Hal tersebut yang menjadikan media sosial Instagram sebagai salah satu media baru yang efektif

⁴⁸ Agung Kurniawan, *Transformasi Pelayanan Publik*, (Yogyakarta: Pamburuan, 2005), h. 109

digunakan dalam menyampaikan pesan dakwah. seperti yang telah di paparkan oleh Milla sebagai berikut :

“Instagram saat ini merupakan salah satu media sosial yang sangat digemari oleh berbagai kalangan mulai dari anak-anak, remaja, dewasa main Instagram. Disitulah letak pentingnya dakwah kenapa harus lewat Instagram ini karena jangan sampai Instagram hanya digunakan untuk sesuatu yang unfaedah biasanya buat pamer, riya’. Kalau ada konten-konten dakwah yang seperti ini kan orang yang awam main-main nggak sengaja ada konten dakwah lewat dann baca, maka secara tidak langsung mereka dapat ilmu. Nggak harus lewat pondok, nggak harus lewat majlis. Pas sedang main Instagram, niatnya mau *stalking* cewek, artis, lalu ada konten dakwah lewat akhirnya baca-baca dan akhirnya ada hidayah muncul. Dan seharusnya dakwah lewat media sosial. Karena kalau dakwah hanya dilakukan di mimbar, lewat pesantren, itu kaya pasti nanti dakwah tidak akan bisa lebih luas. Karena kalau lewat media sosial bisa diakses kapan saja dan jangkauannya lebih luas. Dan semua orang bisa lihat. Justru malah dakwah harusnya seperti itu, dakwah harus mengikuti perkembangan zaman jadi bisa diterima oleh banyak orang.”⁴⁹

Zainul dalam sebuah wawancara menyatakan bahwa dakwah menggunakan media sosial ini tergantung dengan segmentasi pengguna yang disasar. Dakwah menggunakan media sosial Intagram ini lebih mengena kepada kalangan anak-anak hingga dewasa.

“berbicara mengenai efektifitas dakwah dengan menggunakan media sosial itu tergantung segmentasinya. Memang kalau sekarang berdakwah itu dituntut selalu update oleh teknologi seperti sekarang. Dulu pakai pamflet, koran, sekarang pakai sosial media facebook, instagram dan lain-lain. Memang itu diperlukan cuma tergantung segmen pasar. Misal kalau kaya orang-orang yang kita sasar itu orang tua, tidak mungkin kalau dakwah dengan menggunakan *platform* media sosial, website, atau yang lain. Kalau target segmen pasar kita itu lebih ke milenial atau gen Z yang intinya tahun 80 90an itu masih cocok dikarenakan mereka sudah *aware* dengan teknologi. Akan tetapi kalau target pasarnya orang tua, maka ya dilakukan

⁴⁹ Wawancara dengan Milla Minhatul Maula sebagai pengikut akun @ala_nu (10 Februari 2020 pukul 21.45 WIB)

lewat majlis-majlis, dan membuat mereka untuk terbiasa dating ke majlis-majlis tersebut.”⁵⁰

Selektif dalam hal memilih sebuah konten dakwah merupakan suatu hal yang penting dilakukan oleh pengguna Instagram. Itu semua dikarenakan banyaknya informasi-informasi yang tersebar lewat Instagram. Seperti halnya yang telah di jelaskan oleh Farhan bahwa;

“efektif, tetapi sebagai anak muda ya harus bisa menyaring informasi yang didapat, jangan sampai diterima mentah-mentah. Kita harus juga tanya-tanya dengan orang-orang yang lebih pintar. Bahkan sekarang banyak media hijrah Islam. Akun-akun tersebut berbeda pandangan dengan @ala_nu juga banyak yang akun-akun Hisbut Tahrir yang memang berbeda dengan NU yang mempunyai semboyan NKRI harga mati. Jadi ya pintar-pintar menyaring tapi juga efektif juga. Efektifnya lebih ke yang faham menjadi faham. Oh NU itu seperti ini, Indonesia itu seperti ini, Pancasila itu seperti ini, Islam Nusantara itu seperti ini, Aswaja itu seperti ini.”⁵¹

Perlunya penyebaran dakwah dengan menggunakan media-media lain seperti halnya televisi dapat memberikan dampak positif bagi khalayak. Media lain perlu berkaca terhadap media yang saat ini marak digemari seperti halnya Instagram yang dapat memberikan tampilan-tampilan yang menarik sehingga mampu membuat penggunanya lebih kreatif dalam mengunggah sesuatu seperti halnya dakwah. Seperti pendapat yang diberikan oleh Arif bahwa;

⁵⁰ Wawancara dengan M. Zainul Haqq sebagai pengikut akun @ala_nu (10 Februari 2020 pukul 21.50 WIB)

⁵¹ Wawancara dengan M. Farhan Izza Mahendra sebagai pengikut akun @ala_nu (12 Februari 2020 pukul 10.45 WIB)

“sangat efektif, menurut saya dunia seperti ini dunia yang sudah menginjak five point zero sudah selayaknya berdakwah bil media, entah lewat apapun. Tidak hanya lewat Instagram tapi konten-konten di televisi itu sebenarnya juga harus menyediakan dakwah-dakwah yang seperti konten-kontennya @ala_nu ini, dikarenakan televisi itu terlalu banyak tontonan-tontonan yang humor. Tontonan yang mendidik itu kurang, jadi kalau dilihat efektif itu ya efektif karena manusia sangat komplek. Ada penikmat media cetak media elektronik dan sekarang mulai dari anak-anak sampai kaum dewasa tua itu saya rasa sudah memiliki Instagram ya walaupun kalau orang tua hanya beberapa saja nggak semua. Tapi itu tetap efektif karena di @ala_nu sendiri terkadng ada hubungannya dengan yang didawuhkan para kyai ketika ngaji dan itu di unggah di alanu dengan bentuk quotes. Menurut asumsi saya efektif karena diksinya dapat difahami dengan baik. Dan konten-kontennya dapat diterima oleh orang banyak.”⁵²

Perkembangan teknologi informasi memberikan suatu pembaruan-pembaruan dalam segala hal. Salah satunya adalah media sosial. Segala kegiatan dapat dilakukan melalui media sosial salah satunya berdakwah. Hal tersebut diungkapkan oleh Rikza bahwa;

“sangat efektif, dikarenakan pemuda jaman sekarang hidup dalam kendali gadget, dan dakwah harus mulai dikembangkan melalui media, agar orang-orang yang tidak mempunyai waktu untuk masuk ke pesantren bisa tetap mendapatkan pengetahuan agama dengan melalui gadget mereka”⁵³

Dari pemaparan asumsi-asumsi yang diberikan oleh narasumber yang telah diwawancarai menyatakan bahwa kegiatan dakwah dengan menggunakan media sosial khususnya Instagram bisa dikatakan efektif. Hal tersebut dapat dikatakan efektif dikarenakan Instagram sendiri memberikan

⁵² Wawancara dengan Arif Firmansyah sebagai pengikut akun @ala_nu (20 Februari 2020 pukul 15.45 WIB)

⁵³ Wawancara dengan Rikza Abdul Jabar sebagai pengikut akun @ala_nu (23 Februari 2020 pukul 13.00 WIB)

kemudahan-kemudahan dalam penyampaian pesan dakwah seperti halnya para pengguna Instagram dapat mengakses informasi atau pesan dakwah secara cepat dan dapat dilakukan dimana saja. Selain itu dengan jangkauan yang luas dakwah dapat diterima oleh semua pengguna Instagram.

Kemudian mengenai segmentasi pengguna Instagram, dakwah yang menggunakan media sosial Instagram ini lebih condong untuk usia anak-anak hingga dewasa. Dikarenakan pengguna Instagram didominasi oleh anak-anak hingga dewasa. Untuk orang tua atau bukan pengguna Instagram bisa melalui foto atau video yang telah diunduh atau di *share* lewat *platform* media sosial lain.

Untuk segmentasi konten yang diberikan sudah mencakup semua kalangan. Dengan bahasa yang sederhana dan foto atau video yang menarik, konten-konten dakwah tersebut dapat diterima oleh semua kalangan. Materi atau pesan dakwah yang diunggah juga tidak selalu tentang anak-anak ataupun remaja, melainkan ajaran-ajaran ke-NUan dan ajaran-ajaran tersebut dibutuhkan oleh semua kalangan mulai dari anak-anak maupun dewasa. Selain itu konten-konten yang diunggah juga kebanyakan mengenai ajaran-ajaran dasar yang juga dapat diterima oleh semua kalangan umat Islam.

Keberhasilan dalam menyampaikan pesan dakwah dapat dilihat dari pemaparan narasumber-narasumber berikut. Seperti halnya dengan melihat jumlah *followers* dan juga komentar-komentar dari para pengunjung akun @ala_nu, Milla mengatakan bahwa;

“kalau dilihat dari followers yang terus bertambah setiap hari dan memang saya sudah mengikuti lama, jadi saya bilang telah sangat berhasil. Melihat komentar-komentarnya juga pengikutnya antusias sama konten-konten yang diberikan. Jadi dari situ kita dapat menyimpulkan pengaruh baiknya akun @ala_nu ini sudah kelihatan tentunya dengan ciri khas keislaman ala Ahlu Sunnah Wal Jama’ah @ala_nu ini merupakan media yang sangat dibutuhkan agar pemahaman yang menyeleweng tentang islam nusantara tentang Ahlu Sunnah Wal Jama’ah dapat ditepis secara perlahan. Jadi nggak hanya lewat mulut tapi juga lewat ilmu pengetahuan lewat kitab-kitab yang disampaikan dengan bahasa yang mudah dicerna.”⁵⁴

Hal serupa juga disampaikan oleh Zainul, dengan adanya sub-sub dari akun @ala_nu dan *followers* dari sub-sub akun tersebut juga banyak, menunjukkan bahwa dakwah yang disampaikan oleh @ala_nu telah berhasil dalam mensyiarkan ilmu keagamaan,

“berhasil, kalau dilihat sekarang banyak sekali contoh, sub-sub, atau anaknya @ala_nu yang followersnya juga tinggi sekali. Misal seperti @ala_nu ini kan followersnya sudah mencapai 555 ribu jadi memang orang-orang tertarik untuk mengikuti mereka, karena konten-konten yang disajikan. Selain itu @ala_nu juga membawahi beberapa akun seperti contohnya @nikahintitute, @fiqihpernikahan itu juga punya @ala_nu. Jadi bisa dikatakan dakwah mereka berhasil karena sudah bisa *menguide* 1000 orang untuk diajak ke kolom dakwah mereka”⁵⁵

Tingkat keberhasilan merupakan sesuatu yang relative. Tidak dapat diukur dengan angka. Akun @ala_nu menunjukkan sebuah keberhasilan dengan bagaimana akun tersebut menunjukkan ideologinya. Seperti yang telah dijelaskan olehh Farhan bahwa;

⁵⁴ Wawancara dengan Milla Minhatul Maula sebagai pengikut akun @ala_nu (10 Februari 2020 pukul 21.45 WIB)

⁵⁵ Wawancara dengan M. Zainul Haqq sebagai pengikut akun @ala_nu (10 Februari 2020 pukul 21.50 WIB)

“menurut saya pribadi sudah sangat berhasil dikarenakan tujuan dari @ala_nu ini baik yakni mengenalkan Islam nusantara, Aswaja itu apa, NU itu apa, Islam rahmatan lil alamin itu apa. Jadi, bisa dikatakan berhasil tapi kalau 100% tidak. Karena @ala_nu itu lucu, kadang kontennya itu membahas tentang kontroversi agama yang sebaiknya tidak di publikasikan di media tersebut. Ya kalau sebaiknya jangan seperti itu karena akan memancing perpecahan. Jadi tidak usah. Tapi saya faham tujuannya apa, ya karena NU itu sudah lama dan mayoritas orang disini mengikuti NU, jadi ya seperti mengajak ayo kita kembali ke NU, seperti itu”⁵⁶

Hal serupa juga dikatakan oleh Arif bahwa keberhasilan dapat dilihat melalui capaian-capaian yang selama ini dilakukan.

“Indikator berhasil sangat banyak ya, tergantung bisa dilihat dari *like* nya, *followersnya*, *repostnya*. Dikatakan berhasil namanya berhasil itu ada indicator capaian-capaiannya selama ini sudah bagus. Bukan hanya banyaknya *uploadan*, bukan hanya banyaknya *like*, bukan banyaknya *followers*, tapi akun @ala_nu itu sendiri sudah diakui media menjadi medianya NU untuk berdakwah di dunia media khususnya Instagram. Kalau menurut saya terkait keberhasilan itu ya sudah berhasil karna *likanya* banyak *followersnya* juga banyak.”⁵⁷

Banyaknya *followers* dan juga komentar-komentar yang positif juga menjadi tolak ukur sebuah keberhasilan akun @ala_nu dalam menyampaikan dakwahnya. Seperti yang telah Rikza katakana bahwa;

“dilihat dari komentar-komentar positif dipostingannya, dan jumlah *followers* akun @ala_nu yang sudah mencapai ratusan ribu

⁵⁶ Wawancara dengan M. Farhan Izza Mahendra sebagai pengikut akun @ala_nu (12 Februari 2020 pukul 10.45 WIB)

⁵⁷ Wawancara dengan Arif Firmansyah sebagai pengikut akun @ala_nu (20 Februari 2020 pukul 15.45 WIB)

membuktikan bahwa sejauh ini @ala_nu sudah cukup berhasil dalam dakwahnya di media sosial”⁵⁸

Akun ini dinilai telah berhasil dalam menyampaikan materi atau pesan dakwahnya dilihat dari banyaknya *followers* akun @ala_nu dan like yang diberikan pada setiap konten-konten yang diunggah. Selain itu komentar-komentar yang positif yang diberikan dari pengikut akun @ala_nu membuktikan bahwa akun @ala_nu memberikan materi atau pesan dakwah yang valid sesuai dengan ajaran Ahlu Sunnah Wal Jama’ah. Ajaran-ajaran tersebut atau dakwah yang disampaikan tersebut diperkuat dari kitab-kitab yang pengarang dan sanadnya sudah jelas. Kitab-kitab tersebut juga sudah marak diajarkan oleh kyai-kyai kepada para santrinya. Oleh karena itu, akun @ala_nu menyebarkan materi materi tersebut dengan media sosial Instagram. Hal tersebut bertujuan agar seluruh pengguna Instagram yang tidak mempunyai cukup waktu untuk belajar dipesantren tetap mendapatkan materi-materi ilmu keagamaan lewat gadget masing masing dan dapat diakses dimana saja dan kapan saja.

Akun @ala_nu sendiri sudah membawahi akun-akun dakwah lainnya, seperti @nikahinstitute @fiqhpernikahan dan lainnya. Akun-akun tersebut juga berisi tentang materi-materi dakwah tentang pernikahan. Dengan adanya akun-akun yang membawahi akun @ala_nu dirasa juga sudah dikatakan sangat berhasil. Hal tersebut dikarenakan akun @ala_nu berhasil

⁵⁸ Wawancara dengan Rikza Abdul Jabar sebagai pengikut akun @ala_nu (23 Februari 2020 pukul 13.00 WIB)

mengajak pengguna lain untuk berkontribusi dalam menyampaikan dakwah lewat media sosial Instagram.

Banyaknya masyarakat yang mengikuti faham Nahdlatul Ulama dengan Ahlu Sunnah Wal Jama'ahnya, menjadikan pesan-pesan yang disampaikan oleh akun @ala_nu dapat diterima oleh pengikutnya. Pesan-pesan dakwah yang berisi ilmu fiqh yang notabene merupakan ilmu yang sangat penting untuk dipelajari lebih dalam, menjadikan pengikut dan pengunjung akun @ala_nu merasa membutuhkan setiap pesan-pesan dakwah yang disampaikan tersebut. Serta foto-foto langka dari ulama-ulama besar terdahulu, memberikan pengetahuan tentang sejarah keIslaman pada masa dahulu yang belum diketahui oleh anak zaman sekarang. Dengan menggunakan media sosial Instagram, belajar dan memahami sebuah ilmu menjadi lebih menarik dan mudah difahami.

Dakwah dalam penyampaiannya dewasa ini telah mengalami perkembangan. Hal tersebut berawal dari perkembangan ilmu teknologi dan informasi yang berkembang sangat pesat. Perkembangan ilmu teknologi dan informasi tersebut mempengaruhi semua lapisan masyarakat, yang menjadikan segala kegiatan dapat dilakukan dengan mudah dan sangat cepat, juga dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Dampak yang diberikan juga sangatlah besar. Pengaruh yang diberikan tidak hanya mengenai kalangan remaja dan dewasa, akan tetapi anak-anak bahkan orang tua.

Media sosial merupakan media baru yang dapat diakses oleh semua kalangan. Pengaruh yang diberikan dalam kehidupan sehari-haripun sangatlah besar. Seperti halnya segala kegiatan yang dilakukan sehari-hari, mulai dengan kegiatan yang sederhana, hingga kegiatan-kegiatan besar seperti halnya berdakwah. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, dakwah saat ini sedang mengalami perkembangan dalam media penyampaianya. Akun @ala_nu merupakan salah satu contoh bahwa dakwah saat ini sangat mudah dilakukan, dan pesan yang disampaikan dapat dengan cepat di akses oleh semua orang pengguna Instagram.