

Strategi Dakwah Nahdlatul Ulama Dan Muhammadiyah Dalam Perspektif Pemanfaatan Media Massa Pada Era Globalisasi Di Kabupaten Pacitan

Alviendra¹, Chintia Maria Nur Faddillah², Andhita Risiko Faristiana³

^{1,2,3}Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Jl. Puspita Jaya, Krajan, Pintu, Jenangan, Ponorogo

Email : alva03092002@gmail.com¹, chintiafadilah@gmail.com², andhitarisko@iainponorogo.ac.id³,
andhitarisko@iainponorogo.ac.id⁴

Abstract. *Good media and audience support good strategy, in general. From among the many different media that can be used as an Islamic propaganda tool, mass media is currently the most effective and efficient. The two largest organizations in the Pacific region are Nahdlatul Ulama and Muhammadiyah. The success of this Islamic organization in promoting dakwah is directly related to the application of sound and reliable dakwah strategies. The current study analyzes the tactics used by the two largest organizations, Nahdlatul Ulama and Muhammadiyah, in Kabupaten Pacitan, to spread Islam through public media. The current study makes use of techniques for collecting data up to and including data analysis that are appropriate for qualitative research methodologies to uncover data that shed light on a problem that has already been raised, specifically the comparison of media mass media use strategies across two study objectives. After conducting research with the available data, it is possible to draw the conclusion that the most effective method of mass media use for organizations like the Muslim Brotherhood's Nahdlatul Ulama is through online media, while organizations like the Muhammadiyah are also effective when using online media. Similar and different. The collaboration between the two organizations in this regard is focused on using the media mass as it is, as well as on working together with other media mass. The opposite is also true, as evidenced by the widespread use of media by nahdlatul ulama and the Muslim community. Because Nahdlatul Ulama and Muhammadiyah are predominately Nahdlatul Ulama in Pacitan as a whole, Nahdlatul Ulama use the media more frequently than Muhammadiyah does.*

Keywords: *Massa media, Nahdlatul ulama, Muhammadiyah*

Abstrak. Media dan audiens yang baik mendukung strategi yang baik, secara umum. Dari sekian banyak media yang dapat digunakan sebagai alat dakwah Islam, media massa saat ini paling efektif dan efisien. Dua organisasi terbesar di kawasan Pasifik adalah Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah. Keberhasilan ormas Islam ini dalam mendakwahkan dakwah berkaitan langsung dengan penerapan strategi dakwah baik dan benar. Studi ini menganalisis taktik yang digunakan oleh dua ormas terbesar, Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah, di Kabupaten Pacitan, untuk menyebarkan Islam melalui media publik. Studi saat ini menggunakan teknik pengumpulan data hingga dan termasuk analisis data yang sesuai untuk metodologi penelitian kualitatif untuk mengungkap data-data yang menjelaskan masalah yang telah diangkat, khususnya perbandingan media strategi penggunaan media massa lintas dua tujuan studi. Setelah melakukan penelitian dengan data yang ada, dapat ditarik kesimpulan bahwa metode penggunaan media massa yang

Received April 30, 2023; Revised Mei 30, 2023; Accepted Juni 12, 2023

* Alviendra, alva03092002@gmail.com

paling efektif untuk organisasi seperti Nahdlatul Ulama Ikhwanul Muslimin adalah melalui media online, sedangkan organisasi seperti Muhammadiyah juga efektif jika menggunakan media online juga. Kerja sama kedua organisasi dalam hal ini difokuskan pada pemanfaatan media massa secara apa adanya, sertakerja sama dengan media massa lainnya. Hal sebaliknya juga terjadi, terbukti dengan maraknya penggunaan media oleh nahdatul ulama dan muhammadiyah. Nahdatul ulama lebih banyak menggunakan media dari pada Muhammadiyah karena di Pacitan sendiri mayoritas Nahdatul Ulama dan minoritas Muhammadiyah., Nahdatul Ulama lebih sering menggunakan media daripada Muhammadiyah.

Kata kunci: Media massa , Nahdlatul ulama , Muhammadiyah

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan suatu komunikasi yang didasarkan pada keimanan dan dengan tujuan untuk mendapatkan kepercayaan Allah dan Ridha Rasulullah. Bagi umat Islam, jenis komunikasi yang paling penting adalah dakwah, yang merupakan kampanye untuk mendorong orang mengekspresikan rasa syukur mereka kepada Allah (taqarrub) dengan memberi dan menerima pesan sebagai tindakan ibadah.

Dakwah harus dilakukan dengan cara yang hati-hati dan metodis dengan membatasi penggunaan hal-hal seperti pikiran, tenaga, dan barang-barang berharga seperti uang tunai dan harta yang digunakan dalam proses pemberlakuan atau pembahasan strategi dakwah. Tindakan seperti ini sering dilakukan karena lingkungan di sekitar saya begitu kompleks, baik secara alamiah maupun sosial, dan karena sangat mempengaruhi keputusan saya tentang strategi, perencanaan, dan keilmuan.

Di Indonesia, dua organisasi keagamaan yang paling terkenal adalah Nahdlatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah. Islam dipandang sebagai bentuk Islam yang "murni" dan diasosiasikan dengan Muhammadiyah di bidang pendidikan, sementara NU dikenal karena toleransinya terhadap tradisi lokal di Indonesia. Setiap orang memiliki karakteristik yang berbeda, tetapi secara keseluruhan, mereka semua memiliki keinginan yang sama untuk menyebarkan kesadaran akan Islam dan ajarannya kepada semua orang. Masing-masing memiliki banyak pengikut, dengan arah dan kebijakan yang berbeda secara konsisten. Namun, masing-masing tetap menjadikan Alquran dan Hadis sebagai sumber utama. Muhammadiyah dan NU sama-sama aktif dalam politik Indonesia. Keduanya melanjutkan perjalanan politik mereka di Indonesia dengan berbagai ide kreatif.

Taktik, siasat, atau manuver yang digunakan dalam kampanye dakwah disebut strategi. Syukir (1983, h. 32). Istilah "penggunaan strategi" pertama kali digunakan dalam dunia modern. Lebih lanjut, Syukir (1983) menyatakan bahwa strategi bisnis dakwah harus mempertimbangkan sejumlah variabel. Asas filosofis, atau asas yang membahas isu-isu yang berkaitan dengan tujuan yang tidak dicapai melalui proses dakwah. Asas psikologi yang berkaitan dengan motivasi manusia. Setiap hari terdiri dari manusia, bersama dengan setiap sasaran yang mengafirmasi mereka dan setiap objek dalam dakwah yang memiliki ciri khas kejiwaan. Asas yang mengkaji persoalan yang berkaitan dengan konteks dan keadaan dakwah, atau asas yang mengkaji asas sosiologi, adalah asas. Misalnya, mayoritas penduduk di wilayah ibu kota keagamah, mazhab yang menjadi sasaran dakwah, kancah sosial budaya, dan faktor-faktor lain yang berkaitan langsung dengan peningkatan kualitas persaudaraan.

Selain teknologi komunikasi, yang berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan satu populasi dengan populasi yang berbeda di wilayah yang berbeda, kemajuan umat manusia juga dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan, pemahaman, dan teknologi saat ini. Setiap aspek kehidupan manusia telah dipengaruhi secara signifikan oleh kemajuan teknologi komunikasi, termasuk dakwah sehari-hari sebagai sarana terpenting dalam penyampaian dan pemahaman informasi.

Di era globalisasi saat ini, interaksi antar bangsa di seluruh dunia semakin intensif dalam berbagai bidang kehidupan sehari-hari, termasuk ekonomi, politik, agama, dan teknologi. Berikut adalah beberapa hal yang menjadi standar kehidupan sehari-hari di era globalisasi: Pertumbuhan ekonomi dengan pesat: Selama periode globalisasi, perdagangan internasional menjadi lebih aktif dan berkontribusi terhadap pelemahan ekonomi yang terus berlanjut di banyak negara. Ini memiliki efek positif dan negatif pada keberadaan manusia. Teknologi informasi yang matang: Penetrasi teknologi informasi memungkinkan orang untuk tetap terhubung tanpa memerlukan lokasi fisik atau jam tertentu dalam sehari. Internet, media sosial, dan smartphone telah mengubah cara orang berkomunikasi, belajar, dan bekerja. Multikulturalisme tumbuh lebih umum: Globalisasi memiliki dampak negatif pada identitas manusia dan kehidupan sehari-hari. Budaya campuran yang baru dirugikan dengan meningkatnya interaksi antar budaya.

Di era globalisasi, perkembangan strategi defensif telah mengalami perubahan yang signifikan. Globalisasi telah memberi umat Islam seperangkat alat yang rumit untuk melancarkan dakwah mereka. Di bawah ini adalah beberapa contoh strategi diplomasi terkini di era global: Media Sosial: Di era digital saat ini, media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan

YouTube menjadi sarana yang sangat efektif untuk menyebarkan informasi. Banyak orang di seluruh dunia dapat dengan mudah mengakses konten dakwah yang menarik dan informatif.

Pendidikan: Di era globalisasi, pendidikan menjadi satu-satunya strategi pembangunan yang paling penting. Pendidikan berkualitas tinggi dapat membantu umat Islam lebih memahami ajaran Islam dan memperkuat rasa identitas mereka sebagai umat Islam dalam komunitas yang beragam.

Dialog Antar Agama: Di era globalisasi, peningkatan dialog antarumat beragama merupakan strategi yang sangat penting. Dalam percakapan, seorang wanita Muslim.

Untuk mencapai sasaran dakwah yang disebutkan di atas, da'i dapat memilih satu atau beberapa media yang secara khusus difokuskan pada tujuan yang ingin mereka capai, taktik yang akan mereka gunakan, dan data yang terkait. Informasi terbaik dari sejumlah media tidak dapat dinyatakan sebagai fakta karena masing-masing media memiliki resiko dan beban. (1986:37; Effendy). Di era modernisasi ini, orang harus dapat menggunakan dan memanfaatkan media untuk mengekspresikan diri mereka sepenuhnya. Di negara-negara Barat dan Maju, banyak orang yang menggunakan media yang dimaksud untuk keperluan keagamaan yang telah disediakan oleh organisasi keagamaan, baik melalui media cetak maupun media elektronik.¹²² (Djamalul Abidin, 1996). Penyiaran ajaran Islam akan menjadi lebih jelas jika pemeluknya mampu menggunakan media umum dengan meminimalisir konten negatif dan memaksimalkan konten positif dari media yang sudah tersedia. Hal ini membutuhkan strategi baru yang dilakukan oleh para Da'i, terutama dalam hal penargetan dan penggunaan media massa serta teknologi komunikasi dalam konteks kampanye dakwah yang telah disebutkan di atas. (Mahmudin, 2004:52). Kemanfaatan media massa adalah pemanfaatan media massa yang tak lepas dari keberadaan media massa yang memang sangat berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat. Media massa secara umum memiliki kekuatan untuk mempengaruhi opini publik dan bahkan sentimen masyarakat luas.

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memberikan informasi yang sistematis dan akurat mengenai fakta-fakta dan karakteristik dari suatu populasi atau industri tertentu, serta menghasilkan semacam wawasan yang komprehensif dan menyeluruh. Strategi yang digunakan oleh Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah dari perspektif penggunaan media oleh masyarakat umum di Kabupaten Pacitan disoroti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAAN

Pemanfaatan Media Massa pada Organisasi Nahdlatul Ulama

Public Relation dan penggunaan media massa dalam satu organisasi memiliki hubungan yang sangat erat. Kegiatan hubungan masyarakat (PR) terkait erat dengan kegiatan komunikasi organisasi. Sesuai dengan tujuan dan fungsinya, PR bekerja sebagai komunikator yang mendorong organisasi untuk menyampaikan informasi kepada publik, baik internal maupun eksternal, yang dipandang sebagai pemerhati. (Ruliana.2014:177). Oleh karena itu, PR dianggap sebagai satu-satunya jenis metode komunikasi dan tujuan penelitian utama. Menurut statistik, media massa dapat dibagi menjadi dua kategori: media elektronik dan media cetak. Surat kabar dan majalah merupakan contoh media arus utama yang dapat memenuhi kriteria tertentu. Radio, televisi, film, dan media online semuanya memenuhi standar untuk media elektronik arus utama (Internet).

Media massa adalah kumpulan media teknologi yang tersebar luas yang mendukung komunikasi massa. Pada tanggal 20 April, industri media dapat diperluas menjadi 8 (delapan) sektor, antara lain penerbitan, internet, majalah, surat kabar, bioskop, radio, rekaman, dan televisi. Kemajuan teknologi komunikasi digital yang pesat, mengurangi jumlah industri media yang digunakan oleh masyarakat umum menjadi hanya tujuh (tujuh), termasuk bioskop, radio, televisi, internet, dan telepon.

Menurut berbagai analisis media, dapat disimpulkan bahwa hal yang diasosiasikan orang dengan media adalah tempat di mana mereka dapat mengirim dan menerima informasi. Selain itu, yang menonjol dari massa adalah satu-satunya orang atau kelompok terbesar yang menjadi sasaran penyampaian pesan. Akibatnya, outlet media masyarakat umum fokus pada saluran komunikasi yang mendorong penyebaran informasi yang ditujukan untuk khalayak luas.

Organisasi Nahdlatul Ulama di Kabupaten Pacitan memiliki lembaga yang disebut AISNU PACITAN yang memberi saran tentang media dan informasi publik. Lembaga media dakwah di Nahdlatul Ulama dalam hal ini merupakan bagian dari departemen sumber daya manusia organisasi. Karena keduanya identik, mereka masing-masing ditunjuk sebagai "agen komunikasi" organisasi yang akan memberikan informasi atau saran tentang kebijakan dan prosedur terkait kepada khalayak (Ruliana, 2014:196).

AISNU Pacitan memiliki strategi yang sangat penting untuk memberdayakan konstituen NU dan menonjolkan eksistensi organisasi. Agar budaya literasi lebih terasa, maka akan ada generate pengembangan penulisan. Langkah selanjutnya adalah NU berubah menjadi nilai-nilai

aswaja melalui proses literalisme sastra di media ketika warga NU memiliki keterampilan yang terpuji di bidang penerbitan. “Barang siapa menguasai media, dia akan menguasai dunia”, Warga NU akan semakin mudah memasuki industri penerbitan dan jurnalistik, sehingga status NU sebagai jam'iyah semakin ditekankan.

Karena kedekatannya dengan praktik pelestarian budaya menulis yang telah berlangsung lama, keahlian kematangan di bidang penerbitan juga memiliki aura legitimasi tertentu. Oleh ulama salaf untuk merubah segalanya agar ilmu dan hikmah tetap mengalir melalui literalisme. Sekarang, budayanya sudah terdegradasi. Tulisan dakwah melebur dengan dakwah lisan, dan budaya literasi berkembang menjadi budaya orasi. Kitab sudah usang karena tidak ekonomis. Arus informasi yang konstan telah menjadikan Google sebagai pembangkit tenaga listrik. Karena tidak ada solusi untuk masalah orang di internet, postingan tentang dunia maya yang bermasalah sudah lebih dari cukup untuk membuat marah seluruh penduduk.

Sebagai sumber berita dan informasi, AISNU akan menjadi "wadah" bagi setiap inisiatif NU, baik yang bersifat struktural maupun kultural. Selain itu, AISNU juga akan menjadi sumber informasi yang komprehensif bagi seluruh warga NU dan masyarakat umum yang ingin mengetahui lebih jauh tentang NU.

AISNU saat ini lebih fokus untuk memelihara dan mengembangkan situs resmi PCNU dibandingkan dengan media massa lainnya, seperti televisi, radio, koran, blog, dan website. Namun, AISNU juga sering berkolaborasi dengan media lain sebagai sarana untuk mengatasi isu-isu media arus utama.

a. Pemanfaatan Media Cetak

Pemanfaatan media cetak seperti majalah, koran, tabloid, jurnal, leaflet, dan buku dapat digunakan sebagai media dakwah Islam yang efektif bagi Nahdlatul Ulama. Media cetak dapat membantu menyebarkan ajaran Islam dan memperkuat keimanan umat Islam di masakini. Selain itu, pemuda Nahdlatul Ulama juga dapat memanfaatkan media cetak untuk menyebarkan dakwah Islam. Tantangan dalam penggunaan media cetak sebagai media dakwah adalah kurangnya perhatian dan minat masyarakat terhadap media cetak. Oleh karena itu, perlu dilakukan strategi yang tepat dan efektif dalam penggunaan media cetak sebagai media dakwah Islam bagi Nahdlatul Ulama.

Saat ini banyak organisasi yang terlibat dalam praktik dakwah keislaman menggunakan sarana media cetak. Media Cetak Digunakan oleh Organisasi Nahdlatul Ulama oleh AISNU sebagai Media Dakwah dan sebagai Wadah Informasi. Dari klasifikasi media yang meliputi artikel berita, tabloid, majalah, bahkan buletin. AISNU menyatakan berkeinginan untuk menggunakan buletin tersebut sebagai produk media di bawah organisasi NU saat ini. Untuk meningkatkan keimanan dan pengetahuan AISNU, masyarakat umum harus diberikan taushiyah keagamaan dan informasi secara berkala.

Ditengah arus dan problematika umat, dakwah membutuhkan pemikiran dan pembaharuan yang terdokumentasi dalam tulisan,yaitu:

- 1) Tulisan meminjam dari bahasa kuno. Setiap generasi akan terus membaca dan mempelajari syair-syair yang ada di dalam tulisan. Meskipun sudah tidak lagi menjadi milik generasi sekarang, nama dan ajaran sang pendakwah masih dapat didengar melalui karya-karya sang pendakwah.
- 2) Tulisan juga merujuk pada media yang efektif untuk menyoroti keilmuan yang terjadi pada setiap generasi. Pembacaan mengenai rute yang ditempuh oleh para peziarah Islam dapat ditemukan di beberapa kitab yang berbeda, selain itu, tulisan juga termasuk media yang efektif untuk menyoroti keilmuan yang terjadi di setiap generasi. Pembacaan mengenai rute perjalanan haji dapat ditemukan dalam berbagai karya.

Tulisan adalah sebuah kata yang efektif untuk mengubah perspektif orang, terutama yang berkaitan dengan Islam. Kita sering membaca karya-karya tafsir dalam artikel-artikel berita Islam. Dalam perkembangannya, karya-karya yang dimaksud menggambarkan sentimen keilmuan yang diciptakan melalui perdebatan yang cerdas. Lapis Karya-Karya berfungsi sebagai respon terhadap materi keislaman tertentu. Khasanah Keilmuan menjadi semakin marak, dan banyak orang yang menggunakan bantuan media cetak untuk mendobraknya dengan menyebutkannya beberapa kali dengan tulisan yang berkualitas.

Membaca strategi media Islam sebagai praktisi dakwah dapat membantu untuk lebih memahami apa yang akan dibahas dalam kerja-kerja dakwah . Tujuannya adalah untuk secara konsisten menjalankan dakwah dengan goresan tinta yang ditorehkan dengan keikhlasan yang tulus dalam rangka memajukan pendidikan Islam, media Islam semakin profesional dalam segala bidang sehingga dapat bersaing dengan media-media yang kompeten. Media Islam harus disiarkan dengan cara yang santun, dan umat Islam dihimbau untuk menyebarkan pesan-pesannya kepada

media-media Islam lainnya dengan menggunakan media tersebut. Tumbuhnya karya-karya menandai tumbuhnya semangat keilmuan yang dibangun melalui dialog konstruktivis. Karya-Karya yang lajir merupakan respon terhadap materi keislaman.

b. Pemanfaatan Media Elektronik

Media elektronik seperti radio dapat digunakan sebagai media dakwah Nahdlatul Ulama yang efektif. Di Indonesia, radio digunakan sebagai media yang cukup efektif untuk berdakwah. Penggunaan radio sebagai media dakwah dapat membantu menyebarkan ajaran Islam Nusantara yang menjadi fokus dakwah Nahdlatul Ulama. Selain itu, media elektronik seperti internet juga dapat digunakan sebagai media dakwah Nahdlatul Ulama. Pemuda Nahdlatul Ulama juga memiliki peran penting dalam menyebarkan dakwah melalui media elektronik dan media lainnya. Oleh karena itu, penggunaan media elektronik perlu dilakukan dengan tepat dan efektif untuk menyampaikan dakwah Nahdlatul Ulama kepada masyarakat luas.

Seperti diketahui, Kuantitas media elektronik di Indonesia terus meningkat. Meledaknya media elektronik sebagai dampak dari dibukanya demokrasi di bidang media pada masa pemerintahan Gusdur, jumlah stasiun televisi dan radio di Indonesia mencapai 2.675 stasiun hingga Juni 2013. Melihat situasi saat ini, media mungkin membuat asumsi tertentu. Jika media memiliki fungsi ganda lebih dari sekedar melaporkan apa yang sedang terjadi, mereka mungkin juga dapat menjangkau populasi yang masih belum terpengaruh. Percakapan media saat ini dapat berbentuk feature, artikel, laporan, dan karya jurnalistik lainnya. Hal yang sama juga berlaku untuk media elektronik, di mana terdapat berbagai program radio yang berbasis diskusi, dialog interaktif, dan pelaporan jurnalistik.

Organisasi Nahdlatul Ulama saat ini menggunakan sistem kerja sama dengan media lain dalam bidang pemanfaatan media elektronik secara luas. Organisasi NU Pacitan memiliki hubungan kerja sama dengan media radio elektronik dibandingkan dengan televisi. Radio PUSPA fm merupakan stasiun radio yang bekerjasama dengan organisasi NU pacitan dalam hal ini.

Radio Puspa FM Pacitan pada saat ini merupakan contoh dari sebagian besar penyiaran radio di dunia yang menggunakan pemancar elektronik analog pada spektrum frekuensi, yang secara nyata tidak dapat diandalkan dalam hal ruang dan waktu selama siaran. Namun, karena radio hanya memungkinkan transmisi sinyal secara sekilas, pendengar baru akan mengalami kesulitan untuk mendapatkan informasi yang akurat. Oleh karena itu, di era multi-media seperti sekarang ini, Web Radio Puspa akan mengatasi masalah ini dengan mengembangkan konten untuk

Web Radio Puspa FM yang bersifat streaming, podcasting, dan menyertakan teks, gambar, dan video di samping satu atau beberapa komentar yang terkoneksi dengan media sosial. Oleh karena itu, dengan menggunakan konten website ini, siaran radio tetap dapat didengarkan oleh pihak-pihak yang berkepentingan tanpa mengenal waktu dan tempat, bahkan dapat memperoleh informasi lama yang sudah lama beredar.

Pemanfaatan media online

Dengan kemajuan teknologi dan informasi, perilaku etis juga telah berubah dan kini berada pada posisi baru. Dakwah tidak lagi berlangsung secara tertutup di dalam ruangan, tetapi generasi saat ini sudah memanfaatkan media teknologi yang dikenal dengan media digital. Hal ini dilakukan agar gambaran realitas dapat sejelas, seefektif, dan seefisien mungkin sehingga manusia dapat beriman dan melangkah dengan penuh keyakinan ke jalan yang telah dibuka dan ditentukan oleh Allah SWT. Selain dilakukan secara offline, dakwah juga dapat dilakukan secara online. Seperti yang kita ketahui bersama, dakwah saat ini dapat dilakukan melalui platform digital seperti radio, televisi, telepon, internet, dan media sosial. Hal terpenting yang harus disadari oleh setiap orang saat ini adalah fokus pada penggunaan teknologi untuk menyebarkan informasi dan berkomunikasi, terutama media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube.

Agar tidak monoton dan out of reality, para da'i di dorong untuk lebih imajinatif dan kreatif agar dapat secara konsisten mengubah bentuk dakwahnya. Untuk itu, komunikasi dengan generasi milenial harus dilakukan melalui konten yang menarik dan menggugah. Tidak hanya dalam bentuk tulisan, namun juga bisa dalam bentuk video, infografis, poster, dan vlog yang kemudian dibagikan di media sosial. Hal ini akan membuat pesan yang disampaikan menjadi lebih terbuka dan efektif. Ini adalah kesempatan bagi seorang da'i untuk memaksimalkan potensi teknologi yang ada saat ini dengan menciptakan sesuatu yang lebih bermanfaat.

AINUPACITAN membuat akun instagram resmi yang bernama (@ainupacitan) Hal ini merupakan salah satu cara organisasi memanfaatkan teknologi internet untuk mendistribusikan informasi dan melakukan komunikasi yang efektif dan efisien.

Bersamaan dengan publikasi informasi tentang NU dan berbagai organisasinya, ainupacitan juga menyediakan berbagai informasi dan referensi untuk komunitas nahdliyin. Banyak orang dapat membaca informasi di dalamnya tentang peristiwa baru NU pacitan, materi khutbah, pendapat, tokoh, hasil bathsul masail, dan informasi lainnya. Bagaimanapun, NU pacitan menyebarluaskan informasi ini kepada stafnya untuk menjadi sumber bagi populasi yang

luas dan inklusif.

Penggunaan instagram sebagai alat komunikasi sangat efektif dan efisien. Instagram berfungsi sebagai alat komunikasi karena memungkinkan penyebaran informasi dengan biaya yang relatif rendah, dan juga memungkinkan pengiriman informasi secara interaktif sebagai lawan dari format statis yang lebih umum. Selain itu instagram ini dapat diakses melalui perangkat mobile, smartphone, dan perangkat lainnya selain tidak hanya dapat digunakan dikomputer saja.

Pemanfaatan Media Massa pada Organisasi Muhammadiyah

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, hubungan media massa dengan sebuah organisasi sangat dekat dengan peran humas atau public relation (PR) mengacu pada strategi komunikasi dalam organisasi nirlaba dengan fungsi sebagai juru bicara organisasi untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat luas. (Ruliana,2014:177). Maka dari itu, Ilmu Komunikasi Humas kini menjadi objek studi bagi studi komunikasi antarmanusia dan berfungsi sebagai metode komunikasi.

Media massa dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu media massa elektronik dan media massa cetak, menurut statistik. Surat kabar dan majalah merupakan contoh media massa cetak yang dapat memenuhi persyaratan untuk memenuhi syarat sebagai media massa. Radio, televisi, film, dan media online (internet) juga merupakan media elektronik yang memenuhi standar masyarakat arus utama.

Banyak organisasi Islam saat ini menggunakan media cetak yang efektif, efisien, dan dapat diandalkan, dan dipahami dengan baik dalam kampanye pencemaran nama baik mereka. Salah satu contoh media online yang berfokus pada hubungan masyarakat dan penjangkauan adalah situs web. Dibandingkan dengan media lainnya, situs web memiliki keunggulan yang lebih besar di bidang penyebaran informasi atau diseminasi informasi.

Majelis Pustaka dan Informasi (MPI) merupakan salah satu organisasi yang menyediakan layanan media online melalui situs web dengan nama domain pacitan.muhammadiyah.or.id. Jika diibaratkan sebuah rumah, maka domain utama adalah sebuah rumah yang belum selesai dibangun dengan beberapa kamar atau ruangan sebagai sub domain yang didistribusikan kepada majelis, ortom, amal usaha, PWM, PDM, dan entitas lainnya. Situs web organisasi tidak berada di bangunan utama, melainkan berfungsi sebagai penghubung karena setiap organisasi otonom memiliki situs webnya masing-masing.

Pemilik domain utama dan administrator berkomitmen untuk merawat domain dalam hal memperbarui konten, menambahkan item menu, mengubah menu, atau bahkan mungkin mengubah desain. Termasuk menempatkan iklan di berbagai lokasi dengan halo dan dimensi ruang yang berbeda. Khususnya, dalam situasi ini, berita membutuhkan administrasi yang aktif untuk mempublikasikan Pimpinan Pusat Muhammadiyah sebagai headline dan berpindah ke berita lainnya. Setiap informasi yang dikeluarkan oleh setiap sub-domain akan disiarkan secara otomatis di domain utama. Demikian juga dengan jadwal menu dan staf. Apakah website ini selalu diupdate, atau hanya sekitar 75% saja yang dimiliki oleh administrator domain utama.

Pacitan.muhammadiyah.or.id merupakan satu-satunya situs web yang resmi yang dikelola oleh Majelis Pustaka dan Informasi. Majelis Pustaka dan Informasi dibentuk untuk melaksanakan Program Muktamar Muhammadiyah ke-47 di bidang Pustaka dan Informasi, yaitu memperbaiki sistem informasi yang selama ini menghambat perkembangan pustaka dan informasi yang unggul, terpadu, dan masif. Bagaimanapun, program yang mengawali semuanya berjalan seperti ini:

1. Mengembangkan teknologi informasi secara keseluruhan, termasuk media, sebagai sistem tata kelola atau dasar kebijakan di Persia.
2. Meningkatkan kapasitas internal Persyarikatan melalui penggunaan teknologi informasi dan komunikasi yang efektif, kontemporer, dan saling terhubung.
3. Menjalin hubungan dengan berbagai organisasi di bidang teknologi informasi, pers, dan media sesuai dengan kebutuhan Persyarikatan.
4. Memastikan penggunaan teknologi informasi, media yang profesional, dan media yang memiliki komitmen yang kuat terhadap tujuan Persyarikatan.
5. Meningkatkan fungsi pengumpulan dan akses data, serta meningkatkan kualitas dan kuantitas media, sistem informasi, dan sumber daya informasi organisasi lainnya yang tersedia dalam rangka menjalankan fungsi syiar dan dakwah persyarikatan.

PENUTUP

Setelah melakukan penelitian terhadap strategi penggunaan media massa pada organisasi Islam Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah Pacitan, terdapat beberapa indikasi bahwa kedua organisasi tersebut menggunakan media seperti media cetak, elektronik, dan internet.

Media dan pendengar yang baik mendukung strategi yang baik. Dari sekian banyak platform media yang dapat digunakan sebagai alat dakwah Islam, media massa merupakan media yang paling efektif dan efisien. Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah adalah dua organisasi terbesar di kawasan Pasifik. Keberhasilan organisasi Islam ini dalam mempromosikan dakwah secara langsung berkaitan dengan penerapan strategi dakwah yang baik dan dapat diandalkan. Cara yang paling efektif bagi organisasi seperti Nahdlatul Ulama untuk menggunakan media massa dalam penjangkauan mereka adalah melalui media internet, sementara organisasi seperti Muhammadiyah juga dapat secara efektif menggunakan media online. Serupa tapi tak sama. Kolaborasi antara kedua organisasi dalam hal ini difokuskan pada penggunaan media massa apa adanya, serta bekerja sama dengan media massa lainnya. Sedangkan perbedaannya terletak pada banyaknya penggunaan media dari nahdatul ulama dan muhammadiyah. Nahdatul ulama lebih banyak menggunakan media dari pada Muhammadiyah karena di Pacitan sendiri mayoritas Nahdatul Ulama dan minoritas Muhammadiyah.

DAFTAR PUSTAKA

- Daymon Christine – Haoloway Immy, Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public Relation dan Marketing Communication, Bandung : Mizan Media Utama, 2008.
- Wahyu Wibowo (ed), Kedaulatan Frekuensi. Regulasi Penyiaran, Peran KPI dan Konvergensi Media, (Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara, 2013).
- Budi Setiawan, Bambang Eka Purnama, Pembangunan Radio Streaming Menggunakan Shoutcast Server Dan Edcast Plugin Pada Radio Gema Panca Arga Pacitan, Seruni FTIUNSA 2012 Volume 1 ISSN: 2302-1136
- Syukir, Asmuni, 1983, Dasar Dasar Startegi Dakwah Islam, Surabaya: Al-Ikhlash.
- Sanusi, 1985, Pengantar Studi Ilmu Dakwah, Semarang: Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Profil Muhammadiyah 2005, Yogyakarta: Pimpinan Pusat Muhammadiyah, 2005.
- Daed Sampoerno. 2001. Membina Sumber Daya Manusia Muhammadiyah Yang Berkualitas. dalam Edy Suandi Hamid (ed.). Rekonstruksi Gerakan Muhammadiyah Pada Era Multi Peradaban. Yogyakarta: Pimpinan Pusat Muhammadiyah.
- Basit, Abdul. Dakwah Cerdas di Era milenial. Jurnal Komunikasi Islam. ISBN 2088-6314. Volume 03, Nomor 01, Juni 2013.
- Abdurrahman Wahid, Prisma Pemikiran Gus Dur, Yogyakarta : LKiS, 1999.
- Khoirul Fathoni dan Muhammad Zen, NU Pasca Khittah: Prospek Ukhuwah Dengan Muhammadiyah, (Yogyakarta: Media Widya Mandala, 1992.
- Arikunto Suharsimi, Prosedur Penelitian, Jakarta: Rineka Cipta, 1992.
- Suryabrata Sumadi, Metodologi Penelitian, Jakarta: PT Raja Garindo Persada, 1983.
- Fahrudin, Fuad, Agama dan Pendidikan Demokrasi Pengalaman Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama, Jakarta Pustaka Alvabet 2009
- Khuluk Lathiful, Fajar Kebangunan Ulama: Biografi KH. Hasyim Asy'ari Yogyakarta: Lkis Printing Cemerlang
- <https://jatim.nu.or.id/matraman/mahasiswa-stainu-pacitan-dibekali-ilmu-penulisan-jurnal-jc1Jv>
- <https://jatim.nu.or.id/matraman/stafsus-presiden-ajak-santri-pacitan-tingkatkan-kapasitas-literasi-digital-shlLp>