J-KIs JURNAL KOMUNIKASI ISLAM

p-ISSN 2723-4703 I e-ISSN 2797-1619
https://doi.org/10.53429/j-kis.v5i2.1183

Submission: 24/11/2024, Review: 2/12/2024
Accepted: 7/12/2024, Publish: 26/12/2024

Dakwah Influencer: Analisis Konten Dakwah Neng Umi Laila di Media Sosial

[1]Reny Masyitoh, [2]Moch Nurcholis Majid

[1]IAI Al Khoziny Buduran Sidoarjo, [2]IAI Uluwiyah Mojokerto
[1]renymasyitoh@gmail.com, [2]nurcholis@lecturer.uluwiyah.ac.id

Abstract

This article discusses how millennial da'wah activities utilize technology, the language and rhetoric of da'wah, but can also be a resource for the young generation of Muslims who are educated in preaching in the digital era. Meanwhile, to explain the da'wah on social media that is used in da'wah when Neng Umi Laila gives it, as well as the difficulties and possibilities that Neng Umi Laila faces in advancing da'wah in the era of digital technology, with the method. The research method used in this research is qualitative with a library approach, the data sources are Ning Umi Laila's social media and scientific articles to support this research. And it results in a conclusion that Ning Umi Laila is a young influencer preaching who is very popular with the public. Apart from that, Ning Umi Laila also actively uses social media as a medium to support da'wah in the digital era. By utilizing this digital media, Ning Umi Laila can be categorized as a da'wah influencer who has her own charisma, both in terms of a beautiful face, a polite but elegant dressing style, politeness in delivering her da'wah and being humorous in each of her da'wah and active in producing da'wah and prayer content in the media. social media are Instagram, TikTok and YouTube.

Keywords*: Da'wah Influencer: Social Media; Digital Da'wah*

Abstrak

Artikel ini membahas bagaimana aktivitas dakwah millennial memanfaatkan teknologi tersebut bahasa dan retorika dakwah, namun juga dapat menjadi sumber bagi generasi muda muslim yang terdidik berdakwah di era digital. Sementara itu, untuk menjelaskan dakwah di media sosial yang digunakan dalam dakwah ketika Neng Umi Laila memberikannya, serta kesulitan dan kemungkinan yang dihadapi Neng Umi Laila dalam memajukan dakwah di era teknologi digital, dengan metode-metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni kualitatif dengan pendekatan kepustakaan, sumber data yakni media sosial ning Umi Laila serta artikel ilmiah sebagai penunjang penelitian ini. Dan menghasilkan sebuah kesimpulan bahwa Ning Umi Laila sebagai dakwah

influencer muda yang sangat digemari oleh masyarakat. Selain itu Ning Umi Laila Juga aktif menggunakan media sosialnya sebagai media untuk menunjang dakwah di era digital. Dengan memanfaatkan media digital ini Ning Umi Laila dapat dikategorikan sebagai influencer dakwah yang memiliki kharismatik tersendiri baik dari wajah yang cantik, gaya berpakaian yang sopan tapi elegan, sopan santun dalam penyampaian dakwahnya serta humoris dalam setiap dakwahnya dan aktif sebagai memproduksi konten dakwah dan solawat di media sosialnya Instagram, TikTok dan YouTube.

Kata Kunci: Dakwah Influencer: Media Sosial; Dakwah Digital

PENDAHULUAN

Di era revolusi industri 4.0 saat ini, digitalisasi media sosial sangat menjadi komoditas penting bagi masyarakat luas, terutama pada generasi muda pada khususnya, telah mengadopsi gaya hidup baru di era digital yang terkait erat dengan elektronik. Masyarakat semakin banyak menggunakan internet—terutama media sosial—dengan adanya teknologi. Generasi muda saat ini terlibat dalam berbagai interaksi media sosial di dunia maya, mulai dari bisnis hingga politik, eksistensi, konten viral, dan sosialisasi hingga narsisme. Namun, generasi muda Muslim saat ini seringkali kurang mendapat informasi dan cenderung mengabaikan etika, moral, dan etika ketika menggunakan media sosial untuk berbagi informasi (termasuk memperlihatkan tubuh dan melakukan perilaku yang terlihat). Konsekuensi nya, harus ada batasan dalam interaksi yang dilakukan generasi muda Muslim saat ini agar dapat mempertanggungjawabkan informasi yang diberikan. Jika tidak, percakapan di media sosial dapat dilihat sebagai sarana untuk menyebarkan informasi palsu atau menyesatkan, selain informasi yang menggugah pikiran [1]

Kehadiran media sosial di tengah masyarakat membawa manfaat yang luar biasa. Media sosial memegang peranan penting hampir di setiap lapisan masyarakat karena sangat efektif dalam mengurangi jarak antar manusia dan mempersingkat waktu komunikasi. Kirim pesan ke teman, bagikan berita dan pembaruan, dan temukan apa yang sedang tren saat ini. Oleh karena itu, tidak heran jika media sosial kini menjadi kebutuhan penting bagi hampir semua orang. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa sesuatu yang mempunyai dampak positif yang tinggi juga mempunyai dampak negatif yang besar. terganggu nya aktivitas belajar generasi

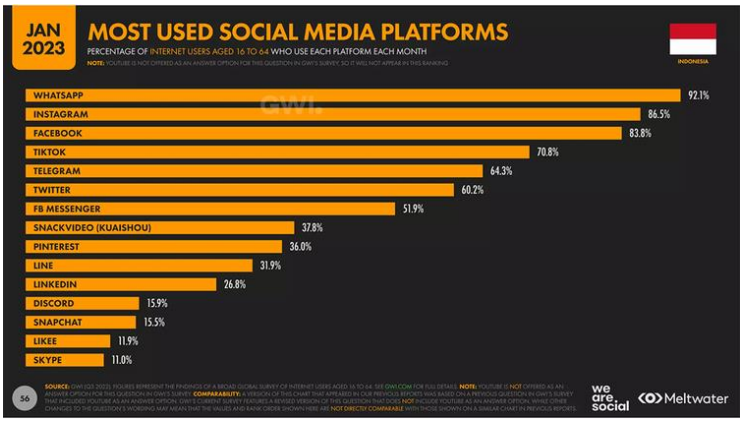
[1] Andri Kurniawan and Nurul Fadilah, "Digital Influence: A Review of Husain Basyaiban's Da'wah Through the TikTok Platform," *Mediakita* 8, no. 1 (2024): 39–52, https://doi.org/10.30762/mediakita.v8i1.1531.

muda, risiko penipuan dan kejahatan, dll [2]. Hal ini tentunya dapat mempengaruhi identitas diri kelompok seperti generasi muda, khususnya generasi muda Islam.

Dakwah di era millennial harus menggunakan media-media baru sebagai sarana syiar dakwah sehingga dapat menjangkau kalangan millennial yang aktif di media sosial. Keterkaitan nya dengan dakwah dan media sosial sangat memiliki peranan yang penting dan strategis dalam proses penyampaian pesan dakwah, dikarenakan media mampu memberikan akses informasi yang cepat dan tidak mengenal batas ruang dan waktu. Dakwah digital merupakan cara atau model penyampaian ajaran islam melalui media sosial. model dakwah ini dapat diakses kapan saja dan dimana saja [3].

Hal itu sesuai dengan karakteristik masyarakat era industri revolusi 4.0 yang aktif menggunakan media digital dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga angka pengguna media sosial juga terbilang sangat besar sekali. Menurut laporan We Are Social, jumlah orang yang menggunakan internet di Indonesia mencapai 212 juta pada Januari 2023, atau sekitar 77% dari total penduduk telah menggunakan internet [4]. Sedangkan data pengguna platform media sosial yang digunakan media sosial yakni Pengguna WhatsApp 92,1% menduduki urutan pertama, dilanjutkan Instagram 86,5%, Facebook 83,8%, sedangkan di posisi keempat media Tiktok dengan jumlah pengguna 70,8% dan telegram 64,3% dan posisi ke enam yakni Twitter 60,2% berdasarkan hasil dari populasi masyarakat indonesia [5].

[2] Ishma Sajida et al., "Pengaruh Media Sosial (Tiktok) Influencer Dakwah Terhadap Keagamaan Generasi Muda Muslim the Effect of Social Media (Tiktok) Dakwah Influencers," *Jurnal Kebijakan Pembangunan* 18, no. 1 (2023): 13–22.
[3] Reza Mardiana, "Daya Tarik Media Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial," *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah* 10, no. 2 (2020): 148–58, https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.
[4] Deden Fahruji and Atef Fahrudin, "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Kampanye Politik Menjelang Pemilu 2024: Studi Kasus Tentang Akun Media Sosial Partai Politik Dan Politisi," *Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)* | 6, no. 2 (2023): 118–32, https://ejournal.unma.ac.id/index.php/jika/.
[5] Andreas Daniel Panggabean, "Ini Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024," 29 May 2024, 2024, https://www.rri.co.id/iptek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024.



Gambar 1 Daftar Website yang di kunjungi oleh Pengguna internet di Indonesia tahun 2023 berdasarkan penilaian Similar web

Berdasarkan data diatas pengguna media sosial cukup tinggi, hal itu harusnya dapat dimanfaatkan oleh para pelaku dakwah sebagai bentuk syiar dakwah kepada *netizen* (mad'u di media sosial). Sehingga konten-konten yang disampaikan oleh pendakwah menjadi warna tersendiri di era gempuran informasi yang beredar di media sosial. Yuzryshah menyatakan bahwa dakwah melalui konten reals lebih di sukai banyak kalangan di era millennial saat ini [6]. pendakwah yang ber kemahiran mengendalikan media ini atau golongan influencer boleh merapatkan hubungan antara da'i dan mad'u melalui pertukaran informasi antara pengikut melalui ruang komentar yang disediakan pada setiap posting. Seterusnya interaksi ini akan menambat hati sasaran dakwah terutamanya golongan muda untuk lebih dekat kepada Islam[7][8].

Perubahan inilah yang memungkinkan penyebaran informasi dakwah untuk mengekspresikan mobilitas di kalangan millennial [9]. Para pendakwah di era digital menyasar kaum millennial. Karena generasi millennial dianggap sebagai pengguna aktif media sosial, maka para pendakwah dapat menyebarkan dakwah Islam untuk

[6] Muhammad Yuzryshah Othman et al., "Gaya Dakwah Bil-Lisan Pendakwah Bebas Di Instagram Melalui Video Pendek [Speaking Style of Freelance Preachers on Instagram Through Short Videos]," *Jurnal Islam Dan Masyarakat Kontemporari* 23, no. 2 (2022): 273–87, https://doi.org/10.37231/jimk.2022.23.2.675.

[7] Eva F. Nisa, "Creative and Lucrative Dawa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia," *Asiascape: Digital Asia* 5, no. 1–2 (2018): 68–89, https://doi.org/10.1163/22142312-12340085.

[8] Munawaroh and Nanik Sri Setyani, "The Development Of Learning Model With The Approach Of CTL (Contextual Teaching And Learning) Through The Method Of Apbl (Authentic Problem Based Learning) To The Subject Of Entrepreneurship," *IOSR Journal of Research & Method in Education (IOSR-JRME)* 5, no. 3 (2015): 86–95, https://doi.org/10.9790/7388-05338695.

[9] Syihaabul Hudaa, Nuryani, and Bambang Sumadyo, "Pesan Dakwah Hijrah Influencer Untuk Kalangan Muda Di Media Sosial," *Maarif* 17, no. 2 (2023): 105–21, https://doi.org/10.47651/mrf.v17i2.198.

menjadikan pribadi generasi millennial lebih baik dan beradab. Migrasi millennial bertujuan untuk meminimalkan dampak negatif penggunaan media sosial terhadap mereka. Selain itu, generasi millennial juga bisa belajar agama tanpa perlu keluar rumah melalui dakwah di media sosial.

Beberapa pendakwah juga menggunakan media sosial sebagai media dakwahnya salah satunya yang cukup digemari kalangan millennial saat ini yakni neng Umi Laila. Ning Ummi Lailatul Rahma Hadi sebagai da'i muda yang menjadi sorotan media, dan memiliki banyak pengikut di media sosialnya. Gaya dakwah neng Umi Laila yang kekinian dan mudah diterima oleh generasi muda. Ia menyampaikan dakwahnya dengan bahasa yang sederhana, lugas, dan diselingi dengan humor, sehingga mudah dipahami dan dinikmati oleh berbagai kalangan. Dakwahnya pun tak hanya membahas tentang agama, tetapi juga tentang isu-isu sosial dan kehidupan sehari-hari yang dihadapi oleh generasi muda.

Tujuan tulisan ini adalah untuk memberikan informasi mengenai penelitian dakwah mutakhir di bidang tersebut era digital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana aktivitas dakwah millennial memanfaatkan teknologi tersebut bahasa dan retorika dakwah, namun juga dapat menjadi sumber bagi generasi muda muslim yang terdidik berdakwah di era digital. Sementara itu, untuk menjelaskan dakwah di media sosial yang digunakan dalam dakwah ketika Neng Umi Laila memberikannya, serta kesulitan dan kemungkinan yang dihadapi Neng Umi Laila dalam memajukan dakwah di era teknologi digital

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni kualitatif dengan pendekatan kepustakaan. Sebuah pendekatan untuk mengeksplorasi terhadap objek penelitian melalui berbagai informasi dari literatur seperti buku bacaan, jurnal, surat kabar majalah dan dokumentasi audio visual yang mendukung data sebuah penelitian[10]. Hal ini merupakan bagian dari metode penelitian data studi pustaka.

Saat ini dengan kecanggihan teknologi digital data serta informasi data penelitian bisa diperoleh melalui online. Dalam penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dalam proses pengelolaan data. Pendekatan ini digunakan peneliti untuk mendokumentasikan segala data penelitian dari artikel dan vidéo di media sosial, mengkarakterisasikan, mengevaluasi, dan menafsirkan keadaan saat ini untuk mengungkap informasi tentang kesulitan dan prospek terkait dengan wacana dakwah influencer neng Umi Laila di flatform media sosial.

[10] Moch Nurcholis Majid, "Humanist Da'wah Husain Ja'far Al Hadar on Instagram Media: Millennial Generation Perspective," *Mediakita* 8, no. 1 (2024): 85–98, https://doi.org/10.30762/mediakita.v8i1.1439.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ning Umi Laila dan Sholawat

Ning Umi Laila merupakan tokoh dakwah millennial yang sering menggunakan media digital atau media sosial sebagai sarana berdakwah. Tak hanya melalui media sosial ia juga menyiarkan ajaran islam secara tatap muka kepada khalayak umum serta di perkuat melalui media sosialnya. Neng Umi Laila juga aktif dalam dunia media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Media sosial tersebut tidak hanya digunakan untuk keperluan pribadi juga di gunakan menyebarkan ajaran islam bagi kalangan millennial.

Beberapa kegiatan dakwahnya untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas pula sebagai efisien dan efektif. Akun YouTube Ning Ummi Laila bernama "Ning Umi Laila", an akun yang saat ini dikelola oleh kru Tim Kreatif Resmi Ning Ummi Laila. Akun ini dibuat pada 26 Oktober 2018 dan memiliki lebih dari 478.000 pengikut hingga juni 2024, meskipun dalam waktu 6 tahun bergabung dengan video Ning Umi Laila telah ditonton 35 juta kali dan akun YouTube ini telah ditonton diverifikasi sebagai akun artis resmi [11].

Akun media sosial Ning Ummi Laila lainnya adalah akun Instagram yang juga digunakan untuk menyebarkan dakwah dan shalawatnya. Akun Instagram-nya Namanya adalah @lailaarrahmah88 yang telah diikuti lebih dari 1,6 juta pengikut dan telah diverifikasi. Selain dua media sosial tersebut diatas dia juga mempunyai akun Tiktok yang juga biasa membagikan dakwah dan isi shalawat. Akun Tiktok miliknya telah diikuti lebih dari 171k pengikut. Dengan bukti media sosial milik Ning Ummi Laila sudah memverifikasi bahwa dirinya sebagai da'i muda atau millennial mampu mengelola dan memanfaatkan media sosial baik dan mendukung kegiatan dakwahnya.

Dakwah Ning Umi Laila di masa remaja ini menjadi viral dan banyak diminati oleh masyarakat. terutama para millennial. karena ia adalah seorang pendakwah muda dengan gaya dakwah yang unik. Saat Ning Umi Laila Menyiarkan dakwah islam, ia biasanya menggunakan Nashid sebagai penghubung untuk menyampaikan isi ceramahnya. Daawa bersama Nashid menjadi salah satu kelebihan atau ciri Ning Umi Laila yang sudah berkecimpung di dunia tarik suara sejak kecil. Ceramahnya pun semakin menarik, apalagi jika diiringi humor. Melalui metode dakwah ini, mitra dakwah menjadi tertarik terhadap isyarat dakwah[12].

---

[11] Najmy Hanifah, Wahyu Agung Prasongko, and Zukhrufi Izza Ramadhan, "Da ' I Competence in the Digital Era," *Komunike* XVI, no. 1 (2024): 105–22.
[12] M. Syukur Ifansyah et al., "Analis Dakwah Menggunakan Nasyid Ning Umi Laila Perspektif Syaikh Jumâ€™ah Amin," *Masjiduna : Junal Ilmiah Stidki Ar-Rahmah* 5, no. 2 (2023): 11, https://doi.org/10.52833/masjiduna.v5i2.115.

Diayah muda Umi Laila sukses membangun *personal branding* di media sosial lewat akun YouTube Instagram dan Tiktoknya. Personal branding yang dibangun oleh Ning Umi Laila terdapat beberapa unsur yakni pertama, sebagai pendakwah. Dalam hal ini peneliti mengambil tiga dasar yang saling menyatu yaitu studi yang dikemukakan oleh McNally dan Speak. Tiga dasar yang saling menyatu itu adalah kekhasan, relevansi, dan juga konsistensi [13]. Sebagai seorang pendakwah millennial memiliki ciri kekhasan dengan tutur katanya yang lembut dan sopan serta di selingi banyolan atau guyonan yang khas di kalangan santri serta umumnya masyarakat jawa. Berkat didikan ayahnya sebagai seorang kiai, tidak menjadikan fashion Ning Umi Laila yang rendah, melainkan Ning Umi Laila terbilang *fashion* yang kekinian sesuai ajaran syariat islam, serta menjadikan tren *fashion* sendiri bagi kalangan millennial saat ini [14].

Ning Laila merupakan daiyah muda yang dapat dikatakan memiliki nama yang sangat kuat. Hal ini terlihat dari nasab Ning Laila sebagai anak pertama dari Kiai Edy Rahmatullah (Kiai Granat) yang dikenal sebagai pengurus Nahdlatul Ulama di Surabaya sekaligus pimpinan Pondok di Surabaya dan Nyai Sulastri yang dikenal juga sebagai salah satu daiyah terkenal di Surabaya. Selain dari garis keturunannya, Ning Laila juga dikenal sebagai daiyah muda yang memiliki suara bagus dalam melantunkan sholawat juga kiprahnya di sosial media yang berhasil memiliki pengikut Instagram sebanyak 1,6 juta. Hal ini menjadi bukti bahwasanya Ning Laila merupakan daiyah yang konsisten dalam menampilkan dan membawakan dakwahnya dengan menggunakan sholawat serta guyonannya yang tentunya dapat diterima diberbagai kalangan khususnya pada generasi muda

Unsur yang kedua adalah unsur *Mad'u*. Jika berbicara tentang *Mad'hu*, terlihat jelas bahwa Madhu pendakwah muda Ning Laila merupakan mayoritas santri muda, namun masih diterima di berbagai kalangan. Hal ini terlihat dari silsilahnya dan gaya dakwahnya yang modern dengan lelucon ala Santri. Unsur yang ketiga adalah unsur *maddah*. Nin Laila dikenal memiliki khotbah yang sangat aplikatif dalam kehidupan anak muda saat ini. Materi yang disampaikan Nin Laila selalu fokus pada isu-isu remaja masa kini, seperti kepedulian terhadap masa depan, cinta dan selalu berdzikir kepada Allah dan Rasul-Nya[15]. Selanjutnya unsur *Thariqah* yakni metode yang digunakan oleh Ning Umi Lila dengan cara penyampaian tutur kata yang lembut baik serta disampaikan dengan materi lantunan sholawat yang dibawakan dengan

[13] Muhammad Ronaydi, "Personal Branding Dai Muda Di Media Sosial: Pendekatan Konsep Unsur-Unsur Dakwah," *Idarotuna* 5, no. 2 (2023): 96, https://doi.org/10.24014/idarotuna.v5i2.25535.
[14] Ifansyah et al., "Analis Dakwah Menggunakan Nasyid Ning Umi Laila Perspektif Syaikh Jumâ€™ah Amin."
[15] Ronaydi, "Personal Branding Dai Muda Di Media Sosial: Pendekatan Konsep Unsur-Unsur Dakwah."

suara merdu nya sehingga dapat menghipnotis para pendengar terutama kalangan perempuan dan millennial. Sehingga hal itu yang menjadi ciri khas ning Umi Laila dakwah yang lembut serta di sisipi sholawat yang mengajak masyarakat untuk mempelajari ajaran agama islam. Penyampaian dakwah yang lembut oleh Ning Umi Laila itu berkaiatan dengan etika dakwah yakni Qualan *Layyinan* yaknbi perkataan yang lemah lembut, *qaulan kariman* perkataan yang mulia, serta melakukan dakwah dengan hikmah (bijak), *mau'izhah hasanah* yaitu pengajaran yang baik, dan juga metode dakwah dengan nasyid [16].

Salah satu kelebihan Ning Umi Laila selain terkenal dengan dakwahnya juga sangat terkenal dengan suaranya yang merdu sehingga semua kalangan terutama daerah jawa sangat menyukai lagu-lagunya dan sekarang yang paling terkenal adalah lagunya. judul Alamate Anak Sholeh dan masih banyak lagi cover dan lagu ciptaannya, hal. Hal ini juga dilakukannya agar ia tidak terkesan bosan selama perkuliahan, misalnya ketika mad'u mulai merasa risih dan tidak terlihat semangat lagi, ia mulai mengajak mereka untuk berdoa atau menyanyikan lagu-lagu Islami versi Jawa. Seperti saat dia menyanyikan lagu addinu Lana, dan dia berkata "hayo sama-sama jawab shollu Ala…" Seketika itu juga masyarakat yang mendengar ceramah tersebut langsung antusias mendengarkannya kembali [17].

Dakwah influencer Neng Umi Laila

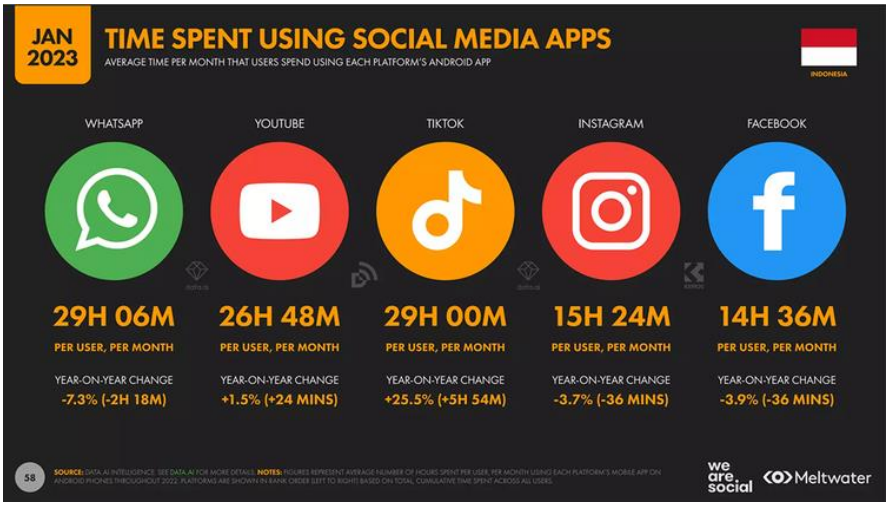
Dakwah *influencer* merupakan tokoh agama yang menyiarkan ajaran agama islam melalui platform media sosial untuk menyebarkan pesan Islam kepada khalayak yang lebih luas. Mereka menggunakan berbagai konten, seperti video, gambar, dan teks, untuk mendidik orang tentang Islam, menjawab pertanyaan agama, dan menawarkan panduan spiritual. Dakwah *influencer* memainkan peran penting dalam menyebarkan kesadaran tentang Islam di era digital. Mereka dapat menjangkau khalayak yang luas yang mungkin tidak akan pernah terpapar ajaran Islam dengan cara lain. Selain itu, mereka dapat memberikan platform bagi orang untuk belajar tentang Islam dari kenyamanan rumah mereka sendiri.

Maka dari itu konsep dakwah *influencer* ini cukup membantu dalam menyebarkan dakwah islam pada kalangan millennial. Sehingga ruang-ruang media sosial di isi oleh pendakwah-pendakwah yang hebat yang menggunakan media sosial sebagai bentuk syiar dakwah islam, sehingga para generasi millennial tidak kebingungan mencari sumber referensi dalam media sosial dikarenakan para pendakwah sudah menggunakan media sebagai bentuk dakwah influencer.

[16] Helmiliya Putri, "Metode Dakwah Ning Umi Laila Dalam Video Youtube (Ning Umi Laila Jula Ludruk Suroboyoan)," *Jurnal Dakwah Tabligh* 17, no. 2 (2023): 1–22, http://digilib.uinkhas.ac.id/id/eprint/24173.
[17] Muslimin Ritonga, "Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)," *Komunikasi Dakwah Zaman Milenial* 3, no. 1 (2019): 60–77.

Di era sekarang, tingkatan yang mempengaruhi sosok seorang da'i bisa saja terkenal dan cepat mendapat banyak pemuja, salah satunya yang paling mujarab, yakni dengan mengunggah video dakwahnya di platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube. Di media ini akan diolah dengan editor agar bisa tampil banyak kali atau yang disebut FYP (untuk halaman anda), dari FYP inilah akhirnya videonya mengalami peningkatan yang signifikan dan menyebabkannya menjadi viral. Salah satu tokoh da'i yang masih mengalami viral adalah Ning Ummi Laila, seorang da'i yang masih relatif muda namun begitu terkenal di semua kalangan. Ning Ummi Lalila adalah contoh seorang da'i yang mempunyai kekuatan pemasaran yang cukup laris dan juga mempunyai keistimewaan[18].

Terpisah dari materi yang disampaikannya, beliau juga merupakan sosok yang menghibur dengan lawakan yang diberikan dalam setiap materi dakwah yang dibawanya atau disampaikannya**.** Dilihat dari hasil we are sosiaty menyatakan bahwa penggunaan media sosial di indonesia sangatlah cukup pesat dalam kehidupan sehari-hari. Bahwa lima platform media sosial mengalami peningkatan yang cukup signifikan berdasarkan data we are sosiaty rata-rata pengguna media sosial masyarakat indonesia cukup tinggi posisi pertama yakni WhatsApp 29 jam 6 menit per pengguna dalam satu jam, TikTok dengan durasi rata-rata 29 jam, kemudian YouTube (26 jam 48 menit), Instagram (15 jam 24 menit), dan Facebook (14 jam 36 menit).



Gambar 2 intensitas pengguna media sosial masyarakat di Indonesia tahun 2023 berdasarkan penilaian Similar web

[18] Putri, "Metode Dakwah Ning Umi Laila Dalam Video Youtube (Ning Umi Laila Jula Ludruk Suroboyoan)."

Kehadiran media sosial menjadi peradaban baru dalam dakwah media, karena media konvensional sudah mengalami pergeseran minat saat ini generasi. Keberadaan dakwah juga memerlukan media sosial sebagai penyeimbang kolaborasi karena penggunaan media sosial merupakan pilihan yang tepat untuk memudahkan akses kegiatan dakwah agar lebih terjangkau bagi seluruh kalangan baik di perkotaan maupun di perkotaan. desa-desa terpencil [19]. Apa yang dilakukan oleh Ning Umi Laila Dalam menerapkan dakwah influencer sangat sesuai dengan tantangan dan kondisi di saat ini, yang mampu menjawab tantangan era digital sehingga ruang-ruang kosong di media sosial mampu di hiasi oleh para influencer dakwah yang mampu menyampaikan pesan yang santu dan humanis di media digital. Hal itu bisa di jadikan camping dakwah di media sosial sehingga menjadi penyeimbang konten-konten dakwah yang garis keras.

Analisis dakwah Ning Umi Laila di era digital

Pesatnya perkembangan digital membuat dakwah harus benar-benar ditegakkan karena hal ini akan terjadi menjadi tantangan dari perkembangan jaman dan ilmu pengetahuan, sehingga harus ditanggapi karena jika tidak maka dakwah yang disampaikan dan dilaksanakan akan menjadi ketinggalan jaman, dan di era digital seperti ini media akan memuat berbagai hal negatif [20].

Dakwah di era digital memiliki peluang dan tantangan yang unik. Dai perlu beradaptasi dengan perkembangan teknologi, meningkatkan kualitas konten, dan membangun interaksi dengan audience agar dakwah dapat disampaikan secara efektif dan bermanfaat. Dengan memanfaatkan peluang yang ada dan mengatasi tantangannya, dakwah di era digital dapat menjadi sarana yang ampuh untuk menyebarkan nilai-nilai Islam dan membimbing umat menuju jalan yang benar.

Hal ini sejalan dengan Muvid[21] bahwa digitalisasi harus dijadikan "media" untuk mencapai tujuan tersebut memperkuat konsep Islam rahmah yang tidak hanya dipahami secara sekilas dalam syariah namun juga pada intinya (esensinya), Islam tidak berbicara tentang spiritual-spiritual, tapi juga sosial-gift, jadi bahwa umat Islam harus menyeimbangkan aspek kehidupan ketuhanan dan kemanusiaan, artinya tidak menjadi umat yang aktif berkomunikasi dengan Tuhan, tetapi juga kepada orang lain dengan perkataan yang baik (*qaulan karima, qaulan ma'rufa*).

Ning Umi Laila Merupakan pendakwah muda yang memiliki ciri khas dalam berdakwah. Menurut peneliti ia juga mengambil kuliah di bidang komunikasi

[19] Hanifah, Prasongko, and Ramadhan, "Da ' I Competence in the Digital Era."
[20] Kurniawan and Fadilah, "Digital Influence: A Review of Husain Basyaiban's Da'wah Through the TikTok Platform."
[21] Muhamaad Basyrul Muvid, "Model Dakwah BerbasisHumanis Di Era Digital: Upaya Transformasi Nilai-Nilai Islam Rahmatan Lil Alamin," *Jurnal Mediakita Urnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 7, no. 1 (2023): 1–10, https://doi.org/10.30762/mediakita.v7i1.952.

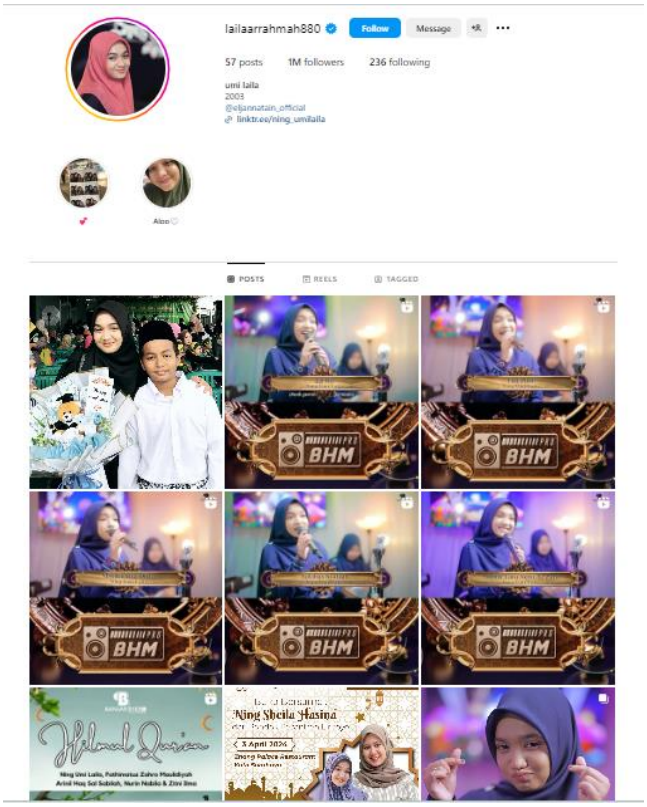
Penyiaran islam sedikit banyak akan mempengaruhi metode dakwah yang ia gunakan dalam konten dakwah di media sosial. Seperti yang di jelaskan dalam surat An -Nahl ayat 125 menjelaskan

اُدْعُ اِلٰى سَبِيْلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِيْ هِيَ اَحْسَنُۗ اِنَّ رَبَّكَ هُوَ اَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيْلِهٖ وَهُوَ اَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِيْنَ

Artinya *Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah424) dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk* (QS An- Nahl ayat 125).

Dari ayat diatas telah dijelaskan metode yang digunakan dalam berdakwah, bagaimana dalam menyampaikan dakwah harus dilakukan dengan pengajaran yang baik, tidak dengan paksaan, kalaupun harus mengalami perdebatan juga harus dengan perdebatan yang baik pula. Hal itulah yang diterapkan oleh Ning Umi Laila dalam menyampaikan dakwahnya.

Dakwah keteladanan atau dawa bil har adalah cara dakwah menyampaikan dakwah keteladanan secara langsung kepada Madhu. Metode dakwah ini mencakup dakwah tentang akhlak, bentuk-bentuk ibadah, cara berperilaku sosial, bahkan segala sesuatu yang berhubungan dengan kehidupan manusia. Bil Dakwah ini bermula dari gaya berpakaian Ning Umi Laila dan diterapkan oleh Ning Umi Laila dalam aktivitas Dakwahnya. Pakaiannya adalah contoh yang harus diikuti oleh Madhubala. Apalagi nabi adalah teladan terbaik bagi umatnya. Dalam kaitannya dengan Islam, dalam Islam telah ditetapkan sistem pendidikan yang berkesinambungan berdasarkan prinsip keteladanan, karena perilaku keteladanan dianggap sebagai sarana dakwah dan pendidikan yang paling efektif. Busana Nin Umi Laila yang bisa dijadikan contoh, tidak hanya ditampilkan dalam khotbah saja, namun juga dapat dilihat dalam akun media sosialnya.



Gambar 3 Tampilan Media sosial Ning Umi Laila di Instagram dengan akun @lailaarrahmah880

Bahkan dalam keseharian nya, mereka tetap berpakaian sopan sesuai dengan ajaran agama. Dalam agama Islam kita, perempuan wajib menutup auratnya. Kita adalah wanita dan kita diajarkan untuk memenuhi kewajiban kita sebagai wanita Muslim untuk melindungi diri kita sendiri, sebagaimana tercantum dalam Surah Al Ahzab, ayat 59.

يٰٓاَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّاَزْوَاجِكَ وَبَنٰتِكَ وَنِسَاۤءِ الْمُؤْمِنِيْنَ يُدْنِيْنَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيْبِهِنَّۗ ذٰلِكَ اَدْنٰٓى اَنْ يُّعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَۗ وَكَانَ اللّٰهُ غَفُوْرًا رَّحِيْمًا

Artinya *Wahai Nabi (Muhammad), katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu dan istri-istri orang mukmin supaya mereka mengulurkan jilbabnya (Menurut satu pendapat, jilbab adalah sejenis baju kurung yang longgar yang dapat menutup kepala, wajah, dan dada.) ke seluruh tubuh mereka. Yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenali sehingga mereka tidak diganggu. Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang*. (QS. Al Ahzab :59)

Metode dakwah Maudzah Hasanah bisa dilakukan dengan menggunakan bahasa yang sesuai yang mudah untuk dipahami oleh para mad'u, kemudian memberikan nasihat kepada Mitra dakwah dengan menggunakan bahasa yang mampu

menyentuh hati, kemudian memberikan kabar gembira tentang balasan apa yang diperoleh atas perbuatan baiknya. Dalam Dakwah Ning Umi Laila, beliau juga menerapkan metode dakwah Mauidzah Hasanah, Dalam metode dakwah ini, Ning Umi Laila menggunakan pendekatan komunikasi dakwah Qawlan Layyina yakni menggunakan kelembutan. Secara tidak langsung dalam lantunan Nasyid tersebut, beliau memberikan pengajaran tentang kewajiban melakukan ibadah sholat dengan cara yang bijaksana dan dengan kelembutan [22]. Hal itu peneliti temukan ketika Ning Umi Laila mengisi kegiatan ceramah di masyarakat secara umum, beliau dengan cara penyampaian yang lembut dan santun ketika berceramah maupun berdialog dengan para jamaaahnya.

Dakwah saat ini serba digital. Perangkat yang kami miliki penuh dengan fitur-fitur Islami yang membantu memudahkan aktivitas kami sehari-hari. Aplikasi untuk membaca Alquran, pengingat sholat, pengingat zakat dan lainnya. Ini membuatnya sangat mudah untuk memperdalam ajaran Islam Anda. Bagi para dai, dakwah digital merupakan cara baru dalam berdakwah sesuai tren saat ini, yakni menggunakan media sosial. Ketua Komite Informasi dan Komunikasi MUI Masduki Baidrowi mengatakan, ia menyaksikan perubahan paradigma dakwah dari dakwah cetak dan lisan menjadi dakwah melalui media digital, termasuk media sosial. Menurutnya, dakwah melalui media sosial merupakan cara yang hemat biaya dan strategis dalam menyebarkan dakwah.

Menurut Ustadz Raufiq Affandi, dirinya terutama menggunakan media digital. Media sosial sebagai media dakwah bisa sangat efektif jika mengikuti tips berikut ini: Pertama, memperdalam keintiman Anda dengan Allah SWT. Betapapun asyiknya atau sesibuk apa pun Anda menggunakan media sosial untuk berdakwah, ingatlah untuk terus membangun dan memperkuat keimanan Anda kepada Allah SWT. Kedua, memahami apa kebutuhan masyarakat. Dengan memahami apa yang dibutuhkan ummat, kita dapat menyampaikan risalah dakwah sesuai dengan keprihatinan mereka dan memastikan risalah tersebut diterima dengan baik. Ketiga, tetapkan tujuan yang jelas. Sebagai seorang khatib harus mempunyai tujuan yang jelas agar mempunyai arah keberhasilan dakwah. Hal keempat adalah menjaga persahabatan. Menjalin silaturahmi dapat mempererat tali persaudaraan antar manusia. Yang kelima perbanyak membaca, dengan membaca dapat menambahkan literatur pemahaman dan meningkatkan aspek toleransi antar beragama, terutama membaca tentang ajaran islam dari kitab-kitab karya ulama islam sehingga sebagai bahan untuk menjawab pertanyaan dan problem masyarakat saat ini. Keenam: Mulailah dari orang terdekat Anda. Sebelum memesan, jangan lupakan orang-orang terdekat Anda, meski dakwah terus menyebar. Dan yang terakhir, bersabarlah.

[22] Putri, "Metode Dakwah Ning Umi Laila Dalam Video Youtube (Ning Umi Laila Jula Ludruk Suroboyoan)."

Banyak cobaan, hambatan, dan godaan ketika berdakwah di media sosial. Oleh karena itu, bersabarlah dan jangan menyerah [23]

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penjelasan dapat ditarik sebuah kesimpulan yakni Dakwah *influencer* merupakan tokoh agama yang menyiarkan ajaran agama islam melalui platform media sosial untuk menyebarkan pesan Islam kepada khalayak yang lebih luas. Mereka menggunakan berbagai konten, seperti video, gambar, dan teks, untuk mendidik orang tentang Islam, menjawab pertanyaan agama, dan menawarkan panduan spiritual. Hal itu di lakukan oleh Ning Umi Laila sebagai dakwah influencer muda yang sangat digemari oleh masyarakat. Selain itu Ning Umi Laila Juga aktif menggunakan media sosialnya sebagai media untuk menunjang dakwah di era digital. Dengan memanfaatkan media digital ini Ning Umi Laila dapat dikategorikan sebagai influencer dakwah yang memiliki kharismatik tersendiri baik dari wajah yang cantik, gaya berpakaian yang sopan tapi elegan, sopan santun dalam penyampaian dakwahnya serta humoris dalam setiap dakwahnya dan aktif sebagai memproduksi konten dakwah dan sholawat di media sosialnya Instagram, Tiktok dan YouTube.

DAFTAR PUSTAKA

Andreas Daniel Panggabean. “Ini Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024.” 29 May 2024, 2024. https://www.rri.co.id/iptek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024.

Fahruji, Deden, and Atef Fahrudin. “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Kampanye Politik Menjelang Pemilu 2024: Studi Kasus Tentang Akun Media Sosial Partai Politik Dan Politisi.” *Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan)* | 6, no. 2 (2023): 118–32. https://ejournal.unma.ac.id/index.php/jika/.

Hanifah, Najmy, Wahyu Agung Prasongko, and Zukhrufi Izza Ramadhan. “Da ’ I Competence in the Digital Era.” *Komunike* XVI, no. 1 (2024): 105–22.

Hudaa, Syihaabul, Nuryani, and Bambang Sumadyo. “Pesan Dakwah Hijrah Influencer Untuk Kalangan Muda Di Media Sosial.” *Maarif* 17, no. 2 (2023): 105–21. https://doi.org/10.47651/mrf.v17i2.198.

Ifansyah, M. Syukur, Ummi Aidah, Norfaidi Anwari, Nur Halimatus, Jumali Jumali, Muh Ali Aziz, and Ainul Yaqin. “Analis Dakwah Menggunakan Nasyid Ning Umi Laila Perspektif Syaikh Jumâ€™ah Amin.” *Masjiduna : Junal Ilmiah Stidki Ar-Rahmah* 5, no. 2 (2023): 11. https://doi.org/10.52833/masjiduna.v5i2.115.

[23] Mardiana, “Daya Tarik Media Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial.”

Kurniawan, Andri, and Nurul Fadilah. "Digital Influence: A Review of Husain Basyaiban's Da'wah Through the TikTok Platform." *Mediakita* 8, no. 1 (2024): 39–52. https://doi.org/10.30762/mediakita.v8i1.1531.

Majid, Moch Nurcholis. "Humanist Da'wah Husain Ja'far Al Hadar on Instagram Media: Millennial Generation Perspective." *Mediakita* 8, no. 1 (2024): 85–98. https://doi.org/10.30762/mediakita.v8i1.1439.

Mardiana, Reza. "Daya Tarik Media Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Millennial." *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah* 10, no. 2 (2020): 148–58. https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2.

Munawaroh, and Nanik Sri Setyani. "The Development Of Learning Model With The Approach Of CTL (Contextual Teaching And Learning) Through The Method Of Apbl (Authentic Problem Based Learning) To The Subject Of Entrepreneurship." *IOSR Journal of Research & Method in Education (IOSR-JRME)* 5, no. 3 (2015): 86–95. https://doi.org/10.9790/7388-05338695.

Muvid, Muhamaad Basyrul. "Model Dakwah BerbasisHumanis Di Era Digital: Upaya Transformasi Nilai-Nilai Islam Rahmatan Lil Alamin." *Jurnal Mediakita Urnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 7, no. 1 (2023): 1–10. https://doi.org/10.30762/mediakita.v7i1.952.

Nisa, Eva F. "Creative and Lucrative Dawa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia." *Asiascape: Digital Asia* 5, no. 1–2 (2018): 68–89. https://doi.org/10.1163/22142312-12340085.

Othman, Muhammad Yuzryshah, Mohamad Zulkifli Abdul Ghani, Wan Hilmi Wan Abdullah, and Abdul Qahhar Ibrahim. "Gaya Dakwah Bil-Lisan Pendakwah Bebas Di Instagram Melalui Video Pendek [Speaking Style of Freelance Preachers on Instagram Through Short Videos]." *Jurnal Islam Dan Masyarakat Kontemporari* 23, no. 2 (2022): 273–87. https://doi.org/10.37231/jimk.2022.23.2.675.

Putri, Helmiliya. "Metode Dakwah Ning Umi Laila Dalam Video Youtube (Ning Umi Laila Jula Ludruk Suroboyoan)." *Jurnal Dakwah Tabligh* 17, no. 2 (2023): 1–22. http://digilib.uinkhas.ac.id/id/eprint/24173.

Ritonga, Muslimin. "Jurnal Komunikasi Islam Dan Kehumasan (JKPI)." *Komunikasi Dakwah Zaman Millennial* 3, no. 1 (2019): 60–77.

Ronaydi, Muhammad. "Personal Branding Dai Muda Di Media Sosial: Pendekatan Konsep Unsur-Unsur Dakwah." *Idarotuna* 5, no. 2 (2023): 96. https://doi.org/10.24014/idarotuna.v5i2.25535.

Sajida, Ishma, Nur Sabila, Mardhea Hayati, Anissa Maghfiroh, Kalimantan Selatan, Influencer Dakwah, Perilaku Konsumtif, Generasi Muda, and Sosial Media.

"Pengaruh Media Sosial (Tiktok) Influencer Dakwah Terhadap Keagamaan Generasi Muda Muslim the Effect of Social Media (Tiktok) Dakwah Influencers." *Jurnal Kebijakan Pembangunan* 18, no. 1 (2023): 13–22.