

**STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI KEAGAMAAN PEREMPUAN &
PENGETAHUAN LITERASI DIGITAL
(Studi Literasi Media Sosial Ibu dan Anak Pada Organisasi Nasyiatul ‘Aisyiyah)**

Abstrak

Peran organisasi perempuan dalam literasi media sosial sangat diperlukan mengingat lajunya gelombang informasi. Maraknya disinformasi, misinformasi, hoaks dan informasi di media sosial yang menyimpang menjadikan semuanya ikut berperan untuk membangun lingkungan sosial media yang baik melalui literasi media sosial. Program unggulan Literasi sosial media memiliki peran penting menyebarkan informasi dan regulasi secara luas dengan massa organisasi Nasyiatul ‘Aisyiyah memiliki sebaran 1003 cabang yang tersebar di 417 daerah di Indonesia. Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme dengan metode kualitatif melalui pendekatan studi kasus tunggal dengan penulisan deskriptif. Subyek dari penelitian ini adalah Pimpinan Pusat Organisasi Nasyiatul ‘Aisyiyah sebagai organisasi otonom Muhammadiyah. Penelitian ini dilakukan dengan metode pengambilan data observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap perwakilan departemen dan jajaran pimpinan yang dilakukan pada Desember 2022 - Juni 2023. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa ideologi dan norma organisasi menjadi pedoman utama untuk menentukan strategi. Strategi sasaran yang disasar yakni perempuan muda pengurus yang tersebar, Strategi pesan yang digunakan yakni menggunakan slogan #PerempuanMudaBerkemajuan pada platform digital yang dikemas dalam bentuk yang menarik dengan sumber yang kredibel dengan muatan ideologi organisasi. strategi media menggunakan menggunakan media tradisional dan modern. strategi komunikator dilakukan dengan mencantumkan literasi media sosial pada program unggulan.

Kata Kunci :Strategi Komunikasi Organisasi, Literasi media sosial, Organisasi Nasyiatul ‘Aisyiyah, Organisasi Perempuan

COMMUNICATION STRATEGY OF WOMEN'S RELIGIOUS ORGANIZATIONS & DIGITAL LITERACY KNOWLEDGE

*(Study of Mother and Child Social Media Literacy in Central Board of Nasyyiatul
'Aisyiyah Organization)*

Abstract

The role of women's organizations in social media literacy is really needed considering the speed of information waves. The rise of disinformation, misinformation, hoaxes and distorted information on social media makes all of them play a role in building a good social media environment through social media literacy. Flagship program Social media literacy has an important role in disseminating information and regulations widely with the masses of the Nasyyiatul 'Aisyiyah organization having a spread of 1003 branches spread across 417 regions in Indonesia. This study uses a post-positivism paradigm with a qualitative method through a single case study approach with descriptive writing. The subject of this research is the Central Executive of the Nasyyiatul 'Aisyiyah Organization as an autonomous Muhammadiyah organization. This research was conducted using the method of collecting observation data, interviews, and documentation of department representatives and leadership levels which were conducted in December 2022 - June 2023. This research found that ideology and organizational norms became the main guidelines for determining strategy. The targeted strategy is young female administrators who are scattered. The message strategy used is to use the slogan #WomenYoungProgress on digital platforms which are packaged in an attractive form with credible sources with organizational ideological content. media strategies using traditional and modern media. the communicator strategy is carried out by including social media literacy in the flagship program.

Keywords: Organizational Communication Strategy, Social media Literacy, Central Board of Nasyyiatul 'Aisyiyah Organization, Women's Organization