



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Profil Informan

1. Key Informan



Mahbib Khairon

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Key informan twitter @nu_online adalah Mahbib Khoiron selaku Jurnalis dan admin @nu_online. Mahbib lahir di Bojonegoro 17 April 1988. Latar belakang pendidikan Mahbib adalah di pondok pesantren At-Tanwir Talun Bojonegoro lulus pada tahun 2007, dia pernah menjadi pemimpin redaksi jurnal demokrasi dan kebudayaan pesantren Ciganjur tahun 2010-2012. Mahbib bergabung dalam redaksi @nu_online sejak tahun 2012. Alasan tertarik bergabung dalam NU Online karena Mahbib mempunyai hobbi menulis sehingga ingin mengaplikasikan bakat menulisnya.



Fathoni Ahmad

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Key informan kedua dari @nu_online adalah Fathoni Ahmad selaku admin dan redaktur @nu_online. Fathoni lahir di Brebes, 25 Juli 1989. Fathoni menempuh pendidikan sarjana di Agama Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Nahdlatul Ulama (STAINU) Jakarta dan saat ini sedang menempuh pasca sarjana di Kajian Islam Nusantara

Pascasarjana STAINU Jakarta. Fathoni bergabung di NU Online sejak september 2013, tertarik untuk bergabung di @nu_online karena ingin berbagi ilmu ke-NU-an untuk berdakwah tentang Aswaja di dunia maya. Awalnya Fathoni mengelola media sosial di NU Online dan akhirnya saat ini menjadi redaktur.



Machhendra Setyo Atmaja
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Sedangkan *key* informan tim @muhammadiyah adalah Machhendra Setyo Atmaja. Machhendra lahir di Yogyakarta, 02 Maret 1984. Saat ini Machhendra menjadi pemimpin redaksi dan admin media sosial @muhammadiyah. Machhendra merupakan pengagas dan pendiri media sosial Muhammadiyah karena dia menilai media sosial sebagai media dakwah di era saat ini sangat penting untuk memberikan informasi tentang keagamaan dalam masyarakat. Machhendra juga mempunyai hobi fotografi dan karya-karyanya sudah banyak dimuat.

Sejak tahun 2001 hingga sekarang Machhendra aktif dalam kegiatan kemuhammadiyaan, Dia pernah menjabat sebagai kepala kader dan pengembangan sumber daya manusia dan asosiasi pemuda muhammadiyah, staff humas badan eksekutif mahasiswa universitas Muhammadiyah Yogyakarta, sekretaris daerah dewan asosiasi pemuda Muhammadiyah Yogyakarta, ketua dewan nasional asosiasi pemuda Muhammadiyah, saat ini menjadi pemimpin redaksi *website* resmi Muhammadiyah.

Alasan peneliti memilih mereka menjadi informan karena mereka yang pencetus terbentuknya media sosial sebagai media dakwah untuk masing-masing organisasi dan mereka juga yang menangani *twitter* dari masing-masing organisasi masyarakat Islam tersebut. Sehingga peneliti bisa mendapatkan informasi tentang E-Dakwah kontemporer dalam akun *twitter* @nu_online dan @muhammadiyah.

Sedangkan *key* informan tim @muhammadiyah adalah Dzar Al Banna selaku sekretaris redaksi dan admin media sosial Muhammadiyah. Albanna saat ini berusia 25 tahun, Albanna merupakan lulusan Fakultas sastra Universitas Udayana Bali dan saat ini melanjutkan pasca sarjana jurusan sastra indonesia di Universitas Gajah Mada Jogjakarta. Albanna juga merupakan anggota toyota vios club Indonesia dan pernah menjadi ketua PP Ikatan Pemuda Muhammadiyah tahun 2012-2014. Dzar Al Banna saat ini menjadi sekretaris redaksi dan admin media sosial Muhammadiyah sejak 2010.



Dzar Al Banna

Sumber: Dokumentasi Peneliti

2. Informan tambahan

Informan tambahan merupakan orang yang memberikan informasi kepada peneliti, apabila data tersebut tidak diperoleh dari *key* informan. Informan tambahan ini adalah *followers* dari *twitter* @nu_online dan @muhammadiyah. Alasan memilih mereka menjadi informan tambahan karena mereka bergabung di akun *twitter* @nu_online dan @muhammadiyah, aktif berinteraksi dengan akun *twitter* tersebut dan rekomendasi dari admin *twitter* masing-masing karena dinilai informan tersebut juga sering melakukan diskusi dan tanya jawab kepada admin *twitter*. Informan tambahan *followers* akun *twitter* @nu_online adalah:



Muhammad Alfian Fajar

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Muhammad Alfian Fajar adalah salah satu *followers* @nu_online. Alfian adalah lulusan universitas Brawijaya jurusan teknik perencanaan dan wilayah kota. Alfian berusia 24 tahun dan saat ini sedang bekerja di badan pemerintahan daerah Jombang dalam bidang tata kota. Alfian berasal dari Jombang yang sering disebut dengan “kota santri” yang memiliki banyak pondok pesantren. Jombang merupakan kota yang mempunyai basis NU terbanyak karena di kota ini para pendiri dan tokoh NU berasal dari Jombang seperti KH Hasyim Asy’ari, KH Abdurraman Wachid, KH Bisri Syamsuri, KH Sholahudin Wachid.

Sejak kecil Alfian tinggal di lingkungan nadhliyin dan orang tuanya adalah pengurus Nahdatul Ulama di Jombang sehingga Alfian sering mengikuti acara-acara Nahdatul

Ulama dan mulai saat itulah timbul ketertarikan untuk mengetahui NU lebih dalam, sehingga dia selalu antusias informasi-informasi tentang NU dan salah satunya dengan mengikuti *twitter @nu_online*.



Muhammad Makmum Rasyid

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Followers @nu_online yang kedua adalah Muhammad Makmum Rasyid, lahir di Medan, 24 Oktober 1992. Rasyid saat ini sedang menempuh pendidikan di STKQ Al-Hikam Depok, selain itu Rasyid juga merupakan penulis dan peneliti di Al-Qur'an Center Al-Hikam. Al Hikam adalah lembaga Sekolah Tinggi Kulliyatul Qur'an yang menghasilkan lulusan dalam menguasai kandungan Al-Quran dan ilmu-ilmu keislaman sehingga mampu mengaplikasikannya dalam kehidupan bermasyarakat.

Banyak tulisan Rasyid yang sudah dimuat di media massa, seperti "Bahas Nasib Bangsa, Hasyim Muzadi Kumpulkan 50 Tokoh, Koalisi: Tak Disukai Tapi Perlu, Cendekiawan Islam Nasionalis atau Kebangsaan, dan masih banyak lagi tulisan karya Rasyid yang di muat. Rasyid awalnya bukan seorang nahdliyin, sebelum masuk ke NU Rasyid aktif terlibat di berbagai organisasi baik yang berhaluan radikal seperti Wahabi dan Moderat seperti Muhammadiyah, dan lainnya. Sampai pada akhirnya saat ini menjadi nahdliyin.

Sedangkan *followers @muhammadiyah* adalah Puput Paripuring Tyas. Puput adalah aktivis sastra, pendidik, serta pemberhati anak-anak jalanan. Berkarir sebagai penari pena sejak SMA. Selain menulis novel. Ia juga menjadi kontributor untuk majalah traveling. Puput mendirikan komunitas Gresik Moeda di kota kelahirannya sebagai wadah apresiasi sastra. Alumni kampus fiksi angkatan VII DIVA Press Jogakarta.



Puput Paripuring Tyas

Sumber: Dokumentasi Peneliti

Followers @muhammadiyah yang kedua adalah Rizki Endi Septiyani. Rizki lahir di Kudus, 21 September 1988. Sejak kecil Rizki berada dalam lingkungan Muhammadiyah, walaupun tidak pernah menempuh sekolah yang berlabel Muhammadiyah, tetapi latar belakang keluarga yang Muhammadiyah membuatnya mengetahui banyak tentang Muhammadiyah. Rizki merupakan lulusan universitas Airlangga Surabaya dan saat ini sedang menempuh program pascasarjana Sastra Indonesia di Universitas Gajah Mada Yogyakarta.



Rizki Endi Septiyani

Sumber: Dokumentasi Peneliti

LAMPIRAN 2

Interview Guide* tentang Dakwah yang dilakukan Akun *Twitter @nu_online

1. Bisa Bapak ceritakan kronologis munculnya akun *twitter @nu_online* sebagai media dakwah?
2. Apa yang menjadi pertimbangan melakukan dakwah melalui *twitter*?
3. Karena ini zaman globalisasi, sehingga dakwah harus dilakukan di media sosial?
4. Saya pernah membaca dalam *twitter @nu_online* tanggal 9 Oktober 2014, *tweet* tentang tragedi pengeboman WTC 11 September 2001, peran Internet membuat banyak orang masuk Islam. Apa ini salah satu alasan yang mendasari NU menggunakan media sosial sebagai media dakwah?
5. Apa sebenarnya visi *@nu_online*?
6. Apakah dakwah dalam *twitter* sudah merefleksikan visi dan tujuan NU?
7. Bagaimana seputar pemilihan admin di *twitter @nu_online*, apa ada kriteria khusus untuk admin yang menyampaikan pesan dakwah atau *tweet-tweet* di *twitter*?
8. Admin yang berkredibilitas itu penting?
9. Bagaimana dengan pemilihan tema pesan yang akan di tulis di *twitter @nu_online*? Kebijakan redaksi atau admin?
10. Bagaimana penyaringan pesan di *@nu_online*?
11. Bagaimana Bapak menggambarkan sasaran membaca *twitter @nu_online*?
12. *Followers* dalam akun *twitter* kebanyakan organisasi masyarakat NU atau tidak?
13. Sasaran dakwahnya ada pembagian tertentu?
14. Apa pengaruh dakwah yang di lakukan di *twitter* untuk *followers*?
15. Tingkat kesulitan yang seperti apa yang dihadapi saat melakukan dakwah melalui akun *twitter*?
16. Strategi-strategi apa yang digunakan dalam melakukan dakwah dalam akun *twitter*?
17. Bagaimana perbedaan *@nu_online* dengan akun-akun dakwah yang sejenis?
18. Bagaimana Bapak memandang akun *twitter* selain *@nu_online* yang menggunakan *twitter* sebagai media dakwah?
19. Pernahkah ada intervensi pemimpin NU untuk mengatur redaksi?
20. Menurut Bapak NU adalah moderat?
21. Bagaimana Bapak memandang *twitter* lain seperti FPI yang lebih radikal dibanding *twitter @nu_online* yang lebih moderat?
22. Pernahkan dituntut untuk semakin membaca situasi sekitar, sehingga mengorbankan idealisme?
23. Bagaimana kebijakan *@nu_online* untuk menampilkan informasi yang barangkali merupakan isu sensitif untuk *followers*?
24. Apa keinginan *@nu_online* yang belum tercapai?

LAMPIRAN 3

***Interview Guide* tentang Dakwah yang dilakukan Akun *Twitter* @muhammadiyah**

1. Apa yang menjadi pertimbangan melakukan dakwah melalui *twitter*?
2. Bagaimana proses dakwah yang dilakukan melalui *twitter*?
3. Komunikator di *twitter* yang seperti apa yang menyampaikan pesan dan apakah ada kriteria-kriteria admin untuk menulis *tweet*?
4. *Followers* dalam akun *twitter* kebanyakan organisasi masyarakat muhammadiyah atau tidak?
5. Pesan apa yang banyak di tulis di akun *twitter*?
6. Bagaimana metode dakwah yang dilakukan di *twitter*?
7. Apa pengaruh dakwah yang dilakukan di *twitter*?
8. Komponen kognitif, afektif, dan behaviour yang seperti apa yang dilakukan di *twitter*?
9. Faktor-faktor Apa yang harus dipertimbangkan dalam melakukan dakwah melalui *twitter*?
10. Tingkat kesulitan yang seperti apa yang dihadapi saat melakukan dakwah melalui akun *twitter*?
11. Strategi-strategi apa yang digunakan dalam melakukan dakwah dalam akun *twitter*?
12. Pernahkan dituntut untuk semakin membaca situasi sekitar, sehingga mengorbankan idealisme?
13. Bagaimana perbedaan @muhammadiyah dengan akun-akun dakwah yang sejenis?
14. Bagaimana Bapak memandang akun *twitter* selain @muhammadiyah yang menggunakan *twitter* sebagai media dakwah?
15. Pernahkah ada intervensi pemimpin MD untuk mengatur redaksi?
16. Bagaimana kebijakan @muhammadiyah untuk menampilkan informasi yang barangkali merupakan isu sensitif untuk *followers*?
17. Apa keinginan @muhammadiyah yang belum tercapai?

LAMPIRAN 4

Interview Guide tentang Followers Twitter @nu_online

1. Dari mana anda mengetahui tentang akun @nu_online?
2. Berapa lama anda memfollow akun @nu_online?
3. Apa alasan Anda menjadi *followers* akun tersebut?
4. Apakah Anda orang NU atau bukan?
5. Biasanya Anda berpartisipasi dalam *tweet* yang ditulis @nu_online yang seperti apa?
6. Setelah mengikuti *tweet-tweet* @nu_online, apa ada perubahan yang terjadi dalam diri Anda? Seperti perubahan sikap dan perilaku?
7. Masukan dan saran yang seperti apa yang ingin Anda berikan pada akun *twitter* @nu_online?



LAMPIRAN 5

Interview Guide tentang Followers Twitter @muhammadiyah

1. Dari mana anda mengetahui tentang akun @muhammadiyah?
2. Berapa lama anda memfollow akun @muhammadiyah?
3. Apa alasan Anda menjadi *followers* akun tersebut?
4. Apakah Anda orang Muhammadiyah atau bukan?
5. Biasanya Anda berpartisipasi dalam *tweet* yang ditulis @muhammadiyah yang seperti apa?
6. Setelah mengikuti *tweet-tweet* @muhammadiyah, apa ada perubahan yang terjadi dalam diri Anda? Seperti perubahan sikap dan perilaku?
7. Masukan dan saran yang seperti apa yang ingin Anda berikan pada akun *twitter* @muhammadiyah?



LAMPIRAN 6

Transkrip Hasil Wawancara

A. *Transkrip Hasil Wawancara Informan Akun twitter @nu_online*

(Mahbib Khoiron, Redaktur dan Admin Twitter @nu_online, Wawancara dilakukan di Gedung PBNU Jalan Keramat Raya 164 Jakarta Pusat Lantai 5, Selasa 17 Februari 2015 Pukul 13.00.

- Elfara : Assalamualaikum mas, Elfara mas.
Mahbib : Waalaikumsalam, Saya Mahbib, yang dari Surabaya itu ya.
- Elfara : Iya, yang UNAIR itu, mau penelitian buat tesis. Dapat rekomendasi dari Pak Anam untuk bertemu dengan mas.
Mahbib : Kemarin sudah dikabarin sama Mas Anam, kalo mbak hari ini mau ke sini, ada yang bisa dibantu?
- Elfara : Iya mas, Awal munculnya *twitter @nu_online* seperti apa?
Mahbib : Sebenarnya gini Saya jelaskan posisi Saya terlebih dahulu ya.
- Elfara : Iya, posisinya sebagai apa?
Mahbib : Di *twitter @nu_online* tidak dikelola sendiri, tapi merupakan hasil kerja tim. Kemudian tim baru aktif sekitar tahun kemarin 2014. Secara gencar dan rutin tapi munculnya *twitter* itu sendiri tahun 2010 kalo nggak salah bulan november. *Gak intens* dalam pengertian dia kepanjangan tangan dari *website*, berita di *website* muncul di *twitter @nu_online* jadi mempunyai fungsi plus ada *quote*, foto-foto ulama, jadi fungsi yang tidak semata merupakan hanya sarana publisng di *website*.
- Elfara : Kalo @jamaah NU punya NU Online?
Mahbib : Bukan, tapi itu ya satu jaringan sama kita.
- Elfara : Soalnya yang aku lihat itu jarang sekali di *twitter* ada foto dan tulisan, yang paling banyak *kan* ada di @jamaah NU, NU Online *ngeretweet gitu ya?*
Mahbib : Jadi nu online punya beberapa *patner twitter* ya, jadi selain @jamaah NU, ada pojok Gus Dur, file gusdur, radio NU, media- Media NU dan akun-akun *twitter* yang dimiliki lembaga dan badan otonom NU, pagar nusa, muslimat, fatayat, dan lain-lain sebagainya. Mereka punya akun sendiri tapi masih jejaring sama kita, kalau ada kegiatan mereka *sharing*, kita kan rame-rame mengkampanyekan juga. Tadi motivasi *ya*, jadi praktis Saya mengoperasikan *twitter* itu merupakan kelanjutan dari pengurus yang sebelumnya.
- Elfara : Awal pendirinya siapa?
Mahbib : Itu yang bikin mas Ovan mananya, tapi saya rasa jumlah *followers* untuk kategori ormas islam moderat di Indonesia paling tinggi @nu_online.

- Elfara : Kemarin sempat jauh *followersnya* dengan @muhammadiyah ya
- Mahbib : Iya sangat jauh, hampir 30 ribu yang tahun 2012. Sekarang malah selisihnya hampir 10 ribu, karena mungkin ini tingkat keaktifannya beda dan ragam *tweetnya* yang disodorkan ke publik beda.
- Elfara : Biasanya pesan-pesan yang diberikan ke publik *gimana?*
- Mahbib : Konten dakwah Islam @nu_online berisikan 1. Kutipan kata mutiara dari tokoh atau kyai-kyai NU baik dari dulu maupun sekarang, sumbernya ceramah, ngaji di pesantren, pidato di pengajian umum, buku atau kitab-kitab karya mereka, dll 2. Qur'an dan hadits 3. Kitab kuning, biasanya meliputi: aporisme kitab #alhikam, kutipan #qaidahfiqih (ini penting karena menjadi logika dan cara berpikir orang pesantren dalam menyikapi berbagai hal) 4. Quote ulama klasik dari kitab kuning 5. Postingan yang dipublikasikan dari semua rujukan dipilih berdasarkan kesesuaian dengan prinsip NU yang mengusung semangat rahmatan lil alamin 6. Maqalah (kalimat bijak atau motivasi atau peringatan yang biasa dihafal di pesantren) 7. Informasi atau foto kegiatan, peristiwa bersejarah 8. Foto muktamar NU.
- Elfara : Pernah ada pesan pro kontra dari *tweet* yang di tulis?
- Mahbib : Pesan pro kontra dari *followers* pernah ada, saat itu @nu_online menulis *tweet* tentang ucapan natal. Kita sangat menghargai agama-agama lain dan kita punya landasan untuk mengucapkannya karena NU itu toleransi jadi orang beragama lain juga kita ucapkan selamat, itu yang memang jarang untuk di praktekan. Itu banyak yang mengapresiasi tetapi juga banyak yang menghujat.
- Elfara : Jadi apa visi @nu_online?
- Mahbib : Visi @nu_online selaras dengan visi NU. *Twitter* itu kan salah satu sarana dari berbagai sarana yang menopang eksistensi dari *website* itu sendiri. *Website* itu merupakan fungsi dari kayak semacam juru bicaranya NU di dunia maya, kalo juru bicara NU di dunia nyata kan sudah ada, *tapi* yang sekarang yang dunia maya ini adalah representasi dari NU Online. NU Online ini *website* sebenarnya *tapi website* ini punya, jadi NU Online kalo didefinisikan adalah situs resmi NU yang beralamat di www.nu.id yang menekankan publikasi informasi yang mengusung nilai-nilai moderat, mensiarkan nilai-nilai toleransi, moderasi, perdamaian, itu yang menjadi daya tarikh orang diluar NU untuk mem-*follow* dan membagikan ke komunitas mereka, itu yang menjadi daya tarik tersendiri bagi orang-orang. Itu yang selalu di sampaikan oleh pimred kita.
- Elfara : Aku pernah liat *ya mas* yang tragedi pengeboman WTC di *tweet* @nu_online tanggal 9 Oktober 2014 dan disitu ada hubungannya dengan penggunaan media, karena di situ banyak orang yang non muslim yang masuk Islam karena mencari berita dan informasi tentang Islam di Internet dan akhirnya mereka tertarik untuk masuk Islam.
- Mahbib : Pemanfaatan media sosial saat tragedi itu memang sangat efektif, tapi jauh sebelum kami *tweet* itu, pada ulang tahun ke 4 kita ada *tagline* "Teknologi sebagai tradisi". Itu sebagai penegasan kita tidak menolak pembaharuan khususnya dibidang teknologi karena selalu distigmakan NU itu sebagai kelompok konservatif, kelompok sarungan, komunitas santri yang eksklusif yang tidak kenal teknologi. Adanya NU Online mematahkan bahwa stigma itu tidak benar, maka kita luruskan dengan kita membuktikan dengan memperbaiki

diri kita sendiri dan kita buktikan kita mampu dalam berbagai bidang khususnya dalam bidang teknologi. Itu salah satu alasan dari munculnya NU Online. Ada *twitter, fun page, Instagram*.

- Elfara : Kemudian cara pemilihan admin ya, itu katanya ada 3 orang. Pilihannya dari redaksi apa bagaimana? Apa ada kriteria khusus? Bisa ini, bisa itu, menguasai ini, menguasai itu?
- Mahbib : Memang manajemen disini tidak sebirokratis di perusahaan-perusahaan dan perkantoran dilembaga kenegaraan ya. Jadi sifatnya memang *volunteer*, jadi admin disini jadi *volunteer*, jadi mereka secara alami kayak yaudah kami jadi adminnya, kebetulan Saya salah satu koordinator dari beberapa teman yang ikut mengisi. Karena mayoritas teman disini mayoritas bisa baca Al-Qur'an semua dan dari pesantren, tapi kita bagi tugas, kayak ini banyak yang berkutat di kitab kuning, kita serahkan *quote* untuk ulama klasik ke dia, tapi karena dia konsentrasi di bidang kebudayaan, keNUan yang seputar pesantren, karena dia bisa desain grafis kita serahkan mendesain, kalo ada hal-hal yang tentang budaya dia yang publish *ditweetnya*. Secara kerja ada pembagian, otomatis harus berkredibilitas.
- Elfara : *Followers @nu_online* kebanyakan dari NU itu sendiri atau ormas lain juga ada? Ada datanya *nggak*?
- Mahbib : Saya kira beragam, sangat beragam, tapi kalo data secara rinci, berapa warga NU yang *mem-follow* dan yang lain-lain itu saya kira *kalo* secara angka tidak ada statistiknya, tapi kita bisa membuktikan bahwa beberapa orang yang diluar NU juga *mem-follow twitter @nu_online*, akunnnya Muhammadiyah juga *mem-follow*, kemudian beberapa orang kristen *follow nu online*, kita pernah *ngetweet* tentang informasi kunjungan warga NU ke komunitas kristen, mereka sangat apresiatif sekali, kita bersyukur bahwa ada keharmonisan ada komunitas kristiani dengan NU. Mereka *men-share* ke teman-temannya *@nu_online*, jadi mereka merasa terayomi, terlindungi di negara mereka sendiri, dan merasa punya sahabat dikalangan Islam. Waktu itu memang tengah gencarnya ada isu *swipping*, isu macam-macam ada ketegangan Islam dan kristen.
- Elfara : *Followers* bisa banyak caranya gimana?
- Mahbib : *Tweetnya* harus selektif jadi kualitas, kalo postingan *website* rutin 1 jam sekali, dan pasti muncul di *twitter*, itu *nyambung*, mesin otomatis kita jalankan, *kalo* tayang di *website* beberapa saat lagi muncul juga di *twitter* dan FB, itu secara simultan pasti *istiqomah*, kita perbaruhi dari *quotenya*.
- Elfara : Menggunakan *twitter audit* dapat dilihat bahwa dalam akun *twitter @nu_online* terdapat *fake followers*. Bagaimana Mas menanggapi hal ini?
- Mahbib : *Followers real* semua, *nggak* pernah ada rekayasa. Kalaupun ada *fake* itu bukan dari pihak kami. Penambahan *followers twitter @nu_online* masih dalam tahap yang wajar, seperti dalam contoh *followers* di tahun 2013 yang dalam 2 minggu bertambah seribu *followers*. Tetapi *kalo* seumpama ada *fake* dalam *twitter @nu_online* itu bukan dari pihak tim redaksi nu online itu di luar dari pihak kami, kami tidak menggunakan hal-hal yang *fake*.

- Elfara : Kesulitan yang dihadapi?
- Mahbib : Kelemahan kita tidak bisa merespon semua *followers* yang menanggapi *twitter @nu_online*. Kelemahan *kalo* banyak pertanyaan *followers* tidak dijawab itu yang pertama, yang kedua kita selektif pertanyaan yang mana yang dijawab dan mana yang tidak dijawab, misal yang mencaci maki kita tidak meladeni itu karena pasti akan berujung sentimen ideologi itu kita hindari, ada juga pertanyaan yang menimbulkan pertanyaan yang berkelanjutan misalnya pertanyaan tentang syariah tentang hukum apa *gitu kalo* kita jawab lewat *twitter* kan pasti tidak akan mencukupi dan pasti merembet ke pertanyaan-pertanyaan yang lain, tentu kita tidak bisa melayani di *twitter*, bahkan tidak pernah sama sekali. *Mangkanya* kita rekomendasikan silakan pertanyaan anda ke redaksi, jangan di *twitter*, ada tim redaksi Batsul Masail yang membalas dan akan ditayangkan di *website*. Kita kan punya rublik namanya Batsul Masail, semacam konsultasi syariah, *kalo* ada pertanyaan hukum Islam kira rekomendasikan di email. Memang dibuat seperti itu tidak menjawab di *twitter*, jelas kita menyadari nu online adalah juru bicara NU, tidak menjawab pertanyaan merupakan kehati-hatian. *Nah kalopun* kita tanggapi kayak dulu ada pertanyaan apakah syiah itu sesat menurut NU, ini *kan* satu pertanyaan yang sensitif ini *kalo* kita tidak jawab ada pertanyaan dari publik, *kok* NU *nggak* jawab pertanyaan ini, apakah NU memang menyetujui bahwa syiah tidak sesat, *kalo* kita jawab sesat di *kira* NU pro kelompok-kelompok yang memang sangat kencang sekali ingin menghapus syiah dari Indonesia maka strateginya kita jawab dengan bahasa yang lebih santun. Menurut NU syiah itu berbeda pandangan dengan ahli sunnah wal jammah, jadi berbeda pandangan *kan*, kita menghindari kata sesat itu, itukan fakta bahwa ahli sunnah wal jammah berbeda pandangan dengan syiah secara teologi tapi semua kan dalam satu bingkai negara kesatuan republik Indonesia selama dia di Indonesia.
- Elfara : *Kalo* tidak *tau* ada redaksi Batsul Masail *kan followers* berpikir NU *nggak* pernah jawab pertanyaan *followers* nya?
- Mahbib : Memang kita akui ada kekurangan sosialisasi tentang rublik baru itu, jadi Batsul Masail telah berjalann sekitar 1 tahun. Sosialisasi belum kencang. Publikasi nya dalam bentuk *link*, ada berita tentang pengenalan Batsul Masail.
- Elfara : Awal segmen sasaran dakwah?
- Mahbib : Awal sarasannya adalah pengguna *twitter*, pengguna *twitter* kebanyakan kaum muda, dari kominfo 70 jutaan usia mayoritas 17 sampai 24 tahun. Usia yang sangat produktif, *kalo* kita tidak mengisi ruang ini, kita akan ketinggalan, anak-anak muda yang masa produktif *kalo* tidak dikenalkan tentang ke NU an melalui *twittter, facebook, website* saya kira kedepan mereka tidak ada mengenal NU lagi. Kita fungsikan yang ada di dunia maya itu.
- Elfara : *Kalo* penggunaan bahasa *ya*, itu menurut *mas* apa sudah cocok untuk anak muda? Karena saya lihat sangat formal.
- Mahbib : *Yah* sangat formal karena kami menjadi juru bicara, bahasa gaul dan bahasa anak muda tidak digunakan karena orang kan masih mencitrakan NU *kan* ormasnya kyai, Nahdatul Ulama kebangkitan para ulama jadi *kalo* kita terlalu liar menerabas kebiasaan itu, masyarakat akan panik, *loh ini kok* NU jadi kayak *gitu* tapi memang ada segmennya sendiri, ada di akun *twitter* nya radio NU, itu fungsinya kita berjejaring antara radio NU dengan akun yang lain, *kalo* kita simak radio NU ada dialog interaktif.

- Elfara : Keinginan @nu_online yang belum tercapai?
- Mahbib : Jadi akun yang paling besar, *yah* intinya apa yang kita posting bermanfaat bagi orang baik. *Cuma* yang belum tercapai kita belum bisa menanggapi seluruh permintaan dan tanggapan, komentar dari *followers*. Memang sebagai akunnya media basis kita kan jurnalisme tidak ada tanggapan kayak Kompas, yang nanggapi ke Kompas puluhan ribu karena *followers*-nya jutaan tapi kenapa tidak menanggapi, karena itukan bahas opini, begitu ditanggapi kita bikin akun baru seharusnya kita bikin baru, Kompas juga *gitu kalo* ada pertanyaan kirim ke alamat ini.
- Elfara : *Nggak pengen* nampilin kayak dakwah *video*?
- Mahbib : Kita belum punya banyak koleksi radio yang di *share*, kita lagi merintis kompetisi film pendek, cara sholat, wudhu. Kita coba koleksi *video* pendek itu, kita *youtube kan*, kita *share* di *website*, *twitter*. Koleksi *video* sangat terbatas saat ini, kita pake *audiovisual* masih direncanakan.
- Mahbib : Ada beberapa kasus, ada seorang perempuan karena perduli sama adeknya, dia *mention* ke adeknya “dek tolong jangan *follow* akun garis kelas, *follow* @nu_online. Itu menandakan NU dipercaya sebagai akun yang lurus, yang rahmatan lil alamin, itu kasus.
- Elfara : Saya kira cukup untuk hari ini, terimakasih atas waktunya.
- Mahbib : Iya mbak, Alhamdulillah senang bisa membantu. *Kalo* ada yang kurang silakan bisa datang lagi.

**Transkrip Hasil Wawancara Informan Akun *twitter* @nu_online
(Fathoni Ahmad, Admin dan Redaktur, Wawancara dilakukan di Gedung PBNU Jalan
Keramat Raya 164 Jakarta Pusat Lantai 5, Selasa 17 Februari 2015 Pukul 14.30.**

Elfara : Assalamualaikum.

Fathoni : Waalaikumsalam, silakan mbak.

Elfara : Saya Elfara, yang dari UNAIR.

Fathoni : Iya mbak Elfara, sampai Jakarta kapan mbak?

Elfara : Sampai tadi pagi mas, jam 7 an.

Fathoni : Iya mau penelitian tentang apa mbak rumusannya? Saya juga lagi ambil S2 juga sekarang.

Elfara : Tentang e-dakwah kontemporer, jurusan apa mas?

Fathoni : Kajian Islam Nusantara di STAINU.

Elfara : *Wah, islami banget ya mas.. hehehe*

Fathoni : Iya mbak, S1 ku dulu tarbiyah soalnya. Mau nanya apa mbak?

Elfara : Bisa mas ceritakan kronologis munculnya akun *twitter* @nu_online sebagai media dakwah?

Fathoni : Munculnya *twitter* NU online didasarkan pada alasan untuk memperluas penyebaran informasi lewat media sosial. Pencipta akun *twitter* yaitu Ardiyan Novanto Arnowo (staf IT), Savic Ali (Pimred NU Online), dan Syaifullah Amin (Redaktur). Adapun akun *twitter* diciptakan sekitar September 2010. Pertimbangannya adalah karena pada era sekarang mayoritas *netizen* lebih banyak mengakses informasi melalui media sosial yaitu *twitter*. Selain itu, *twitter* lebih dinamis dalam interaksi melalui dunia maya antara pemberi dan penerima informasi.

Elfara : Karena ini zaman globalisasi, sehingga dakwah harus dilakukan di media sosial?

Fathoni : Iya, harus mengikuti perkembangan yang ada, biar *nggak* ketinggalan.

Elfara : NU memandang teknologi seperti gimana?

Fathoni : NU menyikapi positif dengan adanya teknologi yang semakin berkembang. NU mempunyai prinsip Al-Muhafadzah ala al-qadhimi al-salih, wa al-akhdzu bi al-jadidi al-ashlah artinya NU melestarikan nilai-nilai lama yang baik dan mengakomodasi nilai-nilai baru lebih baik. Maksudnya teknologi sebagai nilai-nilai baru, tetapi NU tidak akan kehilangan atau meninggalkan tradisi dan budayanya. Terutama teknologi sebagai media dakwah Islam digunakan untuk dakwah yang damai, ramah, dan toleran. Dakwah zaman sekarang tidak cukup dengan cara tradisional, karena pengguna Internet di Indonesia banyak, oleh karena itu teknologi Internet sebagai alternatif paling efektif untuk dakwah Islam.

Elfara : Bagaimana seputar pemilihan admin di *twitter* @nu_online, apa ada kriteria khusus untuk admin yang menyampaikan pesan dakwah atau *tweet-tweet* di *twitter*?

- Fathoni : Tentu pemilihan berdasarkan perintah pemimpin redaksi, tim khusus sebagai pengelola media sosial merangkap redaktur. Saat ini, sebagai Koordinator admin *twitter* adalah Mahbib Khoiron. Kriteria khususnya mengerti persoalan ke-NU-an dan dapat menciptakan program yang dapat menjaring lebih banyak *follower*.
- Elfara : Bagaimana dengan pemilihan tema pesan yang akan di tulis di *twitter @nu_online*? Berdasarkan kebijakan redaksi atau admin?
- Fathoni : Sesuai dengan masalah kekinian yang sedang berkembang. Sepenuhnya otoritas admin dengan pimpinan redaksi sebagai penasehatnya.
- Elfara : Penyaringan pesan di *@nu_online*?
- Fathoni : Tidak menciptakan kontroversi, karena salah satu visi kami memberikan kesejukan informasi.
- Elfara : Pro kontra pernah terjadi?
- Fathoni : Pernah, itu wajar. *Followers* kan tidak semua suka tapi ada juga yang *follow* karena nggak suka.
- Elfara : Kalo mas menggambarkan sasaran pembaca di *twitter* gimana?
- Fathoni : Pembaca di *twitter* nu online selalu ingin tahu solusi problematika dalam kehidupan sehari-hari, mereka juga senang membaca kata-kata mutiara dari kiai dan ulama-ulama NU, dan ingin mengetahui sejarah-sejarah NU melalui foto dan gambar.
- Elfara : Terus *followers* nya kebanyakan kalangan NU sendiri atau seperti apa?
- Fathoni : *Followers* kami mayoritas akun perorangan dan pribadi. Tidak hanya yang NU aja, ada ormas lain, agama lain juga ada.
- Elfara : Seperti yang saya amati lebih banyak melakukan *retweet* ya dari pada *reply*.
- Fathoni : Yang lebih sering merespon dalam bentuk *retweet* dari pada *reply*, ini sebagai opsi respon tercepat, karena kita juga selektif dalam hal *reply* tergantung penting tidaknya *mention followers*.
- Elfara : Kalo kesulitan yang dihadapi untuk dakwah di *twitter*?
- Fathoni : Tidak ada kesulitan, tapi resistensinya yaitu karena admin juga merangkap sebagai redaktur sehingga terkadang dakwah tidak berjalan secara intens.
- Elfara : Strategi dakwah di *twitter* agar menarik dibuat seperti apa?
- Fathoni : Kita buat se-menarik mungkin pesan dakwah, entah dalam bentuk kutipan gambar, kata-kata mutiara, maupun foto-foto bersejarah NU, seperti foto Soekarno, dll.
- Elfara : Perbedaan *@nu_online* dengan akun-akun dakwah sejenis menurut mas sebagai admin seperti apa?
- Fathoni : Dengan akun sejenis, kami berupaya melakukan dakwah Islam rahmatan lil ‘,alamin yang dapat diterapkan dalam kehidupan agama, sosial, budaya, politik, ekonomi, dan lain-lain.

- Elfara : Memandang akun *twitter* yang lain yang juga menggunakan *twitter* sebagai media dakwahnya?
- Fathoni : Mereka sebagai *partner* dakwah di media social juga, jadi semakin banyak yang berdakwah di media sosial semakin baik karena banyak yang mengajak untuk berbuat baik pula.
- Elfara : Sebagai *partner* ya, kalo akun yang radikal seperti FPI gimana?
- Fathoni : Sebetulnya selain FPI, banyak yang lebih radikal dan massif, namun *twitter* nu online hanya fokus dengan dakwah menyejukkan, secara langsung atau tidak, seperti itulah bentuk upaya kami dalam menetralsisir paham-paham radikal di dunia maya khususnya di media sosial.
- Elfara : Apa pernah dituntut untuk semakin membaca situasi sekitar? Sehingga mengorbankan ideologi?
- Fathoni : *Oh.. nggak* pernah, justru dengan idealisme, dakwah kami semakin menemukan eksistensinya.
- Elfara : Kalo isu sensitif?
- Fathoni : Sensitif biasanya muncul dari luar NU. Di sini, NU Online dengan perangkat media sosialnya berusaha memberikan dakwah yang tepat, baik, dan Insya Allah benar.
- Elfara : Keinginan @nu_online apa yang belum tercapai?
- Fathoni : Banyak. Terkait informasi yang semakin liar di internet, tentu dakwah NU harus semakin giat lagi untuk menciptakan kehidupan yang harmonis.
- Elfara : Semoga semua keinginan @nu_online dapat tercapai ya mas.
- Fathoni : Amin, hehehe.

**B. *Transkrip* Hasil Wawancara Informan Akun *twitter* @muhammadiyah
(Machhendra Setyo A, Selaku Redaktur Pelaksana dan Pengagas Media Sosial
@muhammadiyah, Rabu, 28 Januari 2015).**

- Elfara : Perkenalkan saya Elfara, mahasiswa FISIP UNAIR yang sedang mengerjakan tesis tentang e-dakwah, salah satunya meneliti tentang e-dakwah Muhammadiyah.
- Machhendra : Saya Machhendra, senang berkenalan dengan mbak. Jurusan apa mbak?
- Elfara : Media dan Komunikasi.
- Machhendra : Mau nanya tentang apa mbak?
- Elfara : Iya banyak ini yang mau saya tanyakan, tentang awal pembentukan *twitter* sebagai media dakwah dan pemilihan admin di @muhammadiyah itu bagaimana?
- Machhendra : Admin di *twitter*? atau admin apa maksudnya mbak?
- Elfara : *Twitter*, Saya penelitiannya tentang *twitter*.
- Machhendra : Awal terbentuknya *twitter* 2009. Pertama, yang membuat awal *twitter* namanya Arif Nurkholis, ketika *booming twitter* awal, saya menduga hanya bagian dari Muhammadiyah agar terus dinamis di media sosial. Waktu awal-awal belum terlalu aktif, karena masih belum *familiar*, bahkan *retweet* aja belum bisa waktu itu, sebelum *twitter*, ada *facebook* terlebih dahulu. Arif bersama Saya dan satu orang lagi yang mengawali penyempurnaan redaksi *website* Muhammadiyah, setelah Arip keluar dari redaksi, saya mengambil alih *twitter* dengan jumlah *followers* saat itu 239. Karena Saya butuh kawan redaksi di *website* muhammadiyah, kita mengangkat Dzar Al Banna. Lama kelamaan Dzar masuk jadi admin *twitter*. setelah semakin banyak tugas dan fungsi *twitter* Saya merasa membutuhkan admin. Waktu itu Saya *explore twitter*, Saya menemukan mbak Mona yang aktif berinteraksi dengan akun muh. Maka waktu Saya menawarkan untuk membantu dalam menyusun jadwal sholat Ied, dan akhirnya sampai sekarang mbak Mona bergabung. Jadi sekarang ada 3 admin *twitter* mbak, ditambah satu admin kehormatan dari majelis pustaka informasi PP Muhaamadiyah, yakni mas Iwan Setiawan karena posisi *website* Muhammadiyah ada di bawah koordinasi majelis tersebut.
- Elfara : Apa ada kriteria-kriteria dan dipilih sesuai apa?
- Machhendra : Kalau ditanya apakah ada kriteria khusus dalam mengangkat admin, jawabannya tidak ada, karena admin berasal dari redaktur Muhammadiyah.
- Elfara : Berarti tidak ada kriteria khusus untuk menjadi admin *twitter* ya, biasanya *tweet* yang ditulis di *twitter* tema atau materi yang dibahas atas pertimbangan redaksi atau inisiatif dari tiap admin?
- Machhendra : Kita tidak pernah masuk wilayah yang isu perdebatannya tinggi, dalam menyampaikan pesan dakwah pertimbangan redaksi ada, ada batasan tema, ada batasan dalam menjawab *mention*. Ada beberapa tema, yang tidak semua admin bisa atau boleh *ngetwit*.

- Elfara : Contoh batasannya seperti apa? Dan pembagiannya bagaimana tiap admin? Ada jam-jam tersendiri atau bagaimana dalam menulis *tweet*?
- Machhendra : Misalnya masalah fiqh atau hal yang berbau tanya jawab agama, maka admin tertentu. Kalau hal yang berkaitan dengan *twit* ayat, hadist, informasi, ada admin tertentu juga. Tidak ada batasan jam, tetapi ada kewajiban untuk *menginfo* setiap harinya.
- Elfara : Berarti setiap admin mempunyai spesifikasi tersendiri *ya*, seperti ada yang bagian menjawab tentang fiqh, ada yang menjawab tentang hadist dan Al-Qur'an *ya*.
- Machhendra : Demikian mbak.
- Elfara : Yang menjawab fiqh, hadist itu termasuk 4 admin yang mas Machhendra jelaskan tadi apa beda?
- Machhendra : Iya tadi kan tadi *nanya* pembagian admin *kan*, bisa jadi soal fiqh tadi atas informasi dari majelis tajrih atau majelis lain, tetapi penanggung jawab *ngetwitnya* tetap salah satu admin.
- Elfara : *Tweet* atau pesan yang banyak disampaikan tentang apa di *twitter*?
- Machhendra : Kabar persyarikatan, informasi seputar Muhammadiyah, tanya jawab agama, fiqh ibadah muamalah, ayat dan hadist itu mbak, *oya* sama *qoute* dari tokoh Muhammadiyah.
- Elfara : *Followers website* Muhammadiyah kan sekarang sudah banyak *ya*, caranya buat *followers* tau tentang akun ini gimana?
- Machhendra : *Via website* Muhammadiyah, media *outdoor* setiap *event* Muhammadiyah, dengan merespon beberapa akun yang bukan *followers* tetapi menggunakan kata muhammadiyah, *via* lomba yang diadakan, *via sosmed* lain.
- Elfara : Menggunakan *twitter audit* dapat dilihat bahwa dalam akun *twitter @muhammadiyah* terdapat *fake followers*. Bagaimana Mas Mahe menanggapi hal ini?
- Machhendra : Jadi gini dulu *followers* masih 15 ribu, ada kejadian naik *followers* waktu itu kenaikan sampai 8 ribu. Tapi kita *nggak* paham dan *nggak* ngerti, nah kan ada angka naik *followers* per hari yang normal, angka 8 ribu itu terus berkurang, artinya ada yang *unfollow* terus. Nah waktu itu ada *followers* Muhammadiyah yang *mention* dan marah-marah kenapa *followers* berkurang terus, Saya jelaskan berkurangnya *followers* Muh karena ada penambahan *followers* yang tidak lazim. Jadi *followers* yang sadar *kalo* dia salah *follow*, akhirnya *unfollow*. Soal *fake followers* dari mana pertama Aku *nggak* paham tapi mungkin simpatisan Muh yang *pengen* melihat *muh* banyak *followers*nya mangkannya dia mungkin *make* klonning atau bot, kedua berapa ukuran kelaziman *fake followers* dalam sebuah akun? Jangan-angka tersebut itu bagus, normalnya begitu.
- Elfara : *Followers*-nya ada yang ormas lain dan agama lain? Siapa tau ada *mention* masuk jadi bisa tau *followers*-nya ada yang dari ormas lain dan non muslim?
- Machhendra : Mayoritas *followers* agama Islam *mbak*, Ormas lain ada, *kalo* agama lain ada juga *tapi* *nggak* banyak, *kalo* ormas islam yang institusi setau saya NU

follow, mayoritas *followers* agama Islam, misal ada beberapa peneliti dari luar.

- Elfara : Pesan pro kontra?
- Machhendra : Yang paling pro kontra itu soal penjelasan perbedaan satu ramadhan dan 1 syawal kalau itu pas beda, itu yang tertinggi. Lainnya soal ibadah yang sifatnya khusus, yang mungkin agak berbeda dengan kebanyakan
- Elfara : Metode dakwah di *twitter* @muhammadiyah seperti apa? Metode dakwah itu kan penting karena bisa dijadikan pendekatan bagi penyampai dakwah sehingga bisa diterima oleh *followers*.
- Machhendra : Bisa di contohkan?
- Elfara : *Ya* seperti contoh dakwah di *twitter* itu *kan* sasarannya kebanyakan lebih pada anak muda, jadi mungkin menggunakan dakwah dengan gambar dan tulisan, *kayak quote* dari tokoh Muhammadiyah dikemas dengan tulisan dan gambar jadi tidak hanya berupa tulisan saja atau menggunakan *video* yang berisi pesan-pesan dakwah, tapi yang saya lihat *twitter* @muhammadiyah tidak menggunakan itu, apa ada metode lain yang digunakan?
- Machhendra : Jadi soal metode, kita memang menyasar anak muda dan bahasa yang kita gunakan ketika *reply-reply mention* adalah bahasa anak muda. Yang kedua, kita tidak pernah masuk wilayah yang isu perdebatannya tinggi, kita mencoba memakai bahasa anak muda dalam berkomunikasi. Walaupun memang adminnya muda semua kecuali mas Iwan. Kita juga membuka sesi tanya jawab ke *followers* apabila ada pertanyaan *followers* yang ditanyakan. Berikutnya kita mencoba menggali *quote-quote* orang yang memang populer yang memang ada hubungannya dengan Muhammadiyah. *Nah* yang cukup tinggi responnya sampai saat ini yaitu: 1. Penjelasan mengenai metode hisab yang beberapa kali berbeda dengan pemerintah 2. Ayat dan hadist 3. *Quote* 4. Tanya jawab agama 5. Informasi dan seputar Muhammadiyah.
- Elfara : Tingkat kesulitan apa yang dihadapi saat melakukan dakwah di *twitter*?
- Machhendra : Pertama, konsistensi *twit* perhari. Kedua psikologi dan terbatasnya pengetahuan admin. Ketiga ada beberapa topik yang secara internal menimbulkan perdebatan, begitu juga yang bersifat eksternal dan menimbulkan perdebatan sehingga admin kesulitan mengambil posisi. Itu yang *packing* besar, admin juga tidak digaji jadi murni *volunter*.
- Elfara : *Twitter* @muhammadiyah kan banyak menggunakan *kultweet* ya, kenapa itu?
- Machhendra : Pertama karena istilah itu saya kenal awal ketika menggunakan di *twitter*, jadi menggunakan istilah itu untuk pembahasan masalah yang agak panjang penjelasannya. Yang kedua supaya lebih *gampang* di ingat *mbak*, itu *aja sih*.

- Elfara : Karena keterbatasan *twitter* yang 140 karakter sehingga menggunakan *kultweet* untuk pembahasan materi yang banyak ya. Lalu Pengaruh dakwah yang dilakukan di *twitter* untuk *followers* sangat berpengaruh ya mas?
- Machhendra : Menurutku sangat, karena banyak yang terus mengapresiasi, memberi *favorite* pada setiap *twit* yang dianggap penting, dan ada yang berlanjut *sampai* diskusi personal mengenai masalah agama. Artinya banyak *followers* yang masih membutuhkan informasi itu.
- Elfara : *Kan* dalam komunikasi itu ada 3 komponen ya mas, *kognitif, afektif, behaviour*, pernah *dengar* komponen-komponen itu? Sebelum Saya melanjutkan pertanyaan selanjutnya, *hehehe*.
- Machhendra : *Hehehe* sering.
- Elfara : Itu *kan* termasuk efek ya yang 3 komponen itu, caranya efek komponen *kognitif, afektif, dan behaviour* biar *ngena* di *followers* gimana?
- Machhendra : *Hehehehe.. benarnya* kita mungkin hanya fokus pada *kognitif, kalo* sampai *behaviour* *kayaknya* ya hadiah. Seperti yang sudah saya sebut sebelumnya *mbak*, kita mencoba *menyasar* anak muda dengan bahasa yang sederhana, *simple*, dan terkesan *gaul* untuk lebih mengenai posisi *kognitif* mereka. Walaupun mungkin *ndak* secara khusus *mendesign, kognitifnya* *followers* tau dengan akun kami. *Afektifnya* *followers* ikut membalas *tweet, behaviour* *nya* sampai kirim tulisan sama gambar yang berhubungan sama Muhammadiyah.
- Elfara : Dakwah yang harus dilakukan di era *new media* yang efektif seperti apa?
- Machhendra : Menurutku yang memahami karakter dan kontek kekinian, dakwah konvensional akan demi sedikit ditinggalkan. Semakin tinggi modern era, semakin tinggi mobilitas seseorang, dan semakin kurang dalam aktivitas pengajian. Dakwah sosial *via sosial media* jadi terobosan memasuki dunia-dunia orang dengan mobilitas tinggi.
- Elfara : *Oke* mas, terimakasih atas waktunya karena sudah bersedia untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan Saya.
- Machhendra : *nggeh* mbak, makasi juga *sharing* nya.

**Transkrip Hasil Wawancara Informan Akun *twitter* @muhammadiyah
(Dzar Al Banna Selaku Sekretaris Redaksi dan Bagian Media Sosial @muhammadiyah,
Rabu, 11 Februari 2015).**

Elfara : Assalamualikum mas Al Banna.

Albanna : Waalaikumsalam mbak Elfara.

Elfara : Terimakasih mas sudah bersedia untuk diwawancari, *hehehe*.

Albanna : Iya mbak, mau nanya apa?

Elfara : Seputar *twitter* @muhammadiyah

Albanna : *Kalo* boleh tau, berapa informan yang diperlukan?

Elfara : Dari *followers* 4 orang, dari admin dan tim 4 orang.

Albanna : Aku biasanya nemu mahasiswa itu UNY atau UIN yang meneliti tentang sejarah Muhammadiyah.

Elfara : *Hehehe* iya mas, biar ada mahasiswa UNAIR yang pernah neliti juga. Mas Albanna *kan* S2 juga *ya*.

Albanna : Iya, S2 Sastra di UGM, lagi tesis juga sekarang.

Elfara : Semangat tesisnya juga mas, semoga cepat selesai.

Albanna : Amin, *hehe*..

Elfara : Admin @muhammadiyah ada berapa orang?

Albanna : Jadi 4 sebetulnya karena yang satu itu ada super admin tapi jarang, hanya memantau saja. 3 orang di Jogja dan 1 di Malang. Tapi yang aktif 2 Jogja 1 Malang. *Tweet-tweet* @muhammadiyah yang kami kerjakan selama ini di proses informasi terkait kegiatan Muhammadiyah tingkat pusat, *kalo* ada yang dari bawah kita bantu.

Elfara : Apa yang menjadi pertimbangan melakukan dakwah melalui *twitter*?

Albanna : Dakwah tidak hanya bisa dilakukan dengan lisan saja, tetapi juga bisa dilakukan dengan tulisan. Bahkan, dakwah pun kini bisa dilakukan dengan memanfaatkan *media social*, misalnya, *twitter*. Pertimbangannya, pengguna Internet (*netizen*) yang memiliki akun *twitter* di Indonesia (bahkan dunia) sangat banyak, dakwah *via twitter* tidak menjangkau umat Islam saja, namun umat lain juga.

Elfara : Lalu proses dakwah yang dilakukan melalui *twitter*?

Albanna : Prosesnya, mencari bahan tentang ayat-ayat Al-Quran yang berkaitan dengan kehidupan manusia, kehidupan sehari-hari, dsb, ayat-ayat Al Quran tersebut kemudian diseleksi agar sesuai jumlah maksimal penggunaan karakter *twitter* 140. Kami membatasi kadang-kadang hingga 120-130 karakter. Begitupun juga dengan hadist-hadist yang kami pilih, tentunya hadist-hadist yang bukan hadist dhoif, sesuai tuntunan Muhammadiyah.

Elfara : Ada kriteria khusus untuk jadi admin *twitter*?

Albanna : Tidak ada kriteria khusus dalam menentukan admin, admin dipilih dari redaktur Muhammadiyah. Redaksi Muhammadiyah yang mempunyai wewenang untuk menunjuk admin.

- Elfara : Pesan apa yang banyak di tulis di akun *twitter*?
- Albanna : Ucapan salam, hadist-hadist, Ayat-ayat Al Quran, *info* kegiatan pengajian maupun kegiatan hiburan atau *ceremony* di Muhammadiyah. Pesannya sering kami kemas dengan *kultwit*, karena terbatas 140 karakter itu, kalo nulis banyak, sebenarnya bisa *via web*, lalu linknya aja disebarin, tapi metode *kultwit* kan lebih populer, metode itu juga harus *telaten* dan *istiqomah*. *Pake kultwit* juga biar orang lebih mudah baca *aja nyari point-point* penting, kayak PPT pasti *bikin point-point aja*. *Kultwit juga biasanya* terkait dengan penentuan 1 ramadhan dan 1 syawal yang berbeda.
- Elfara : Tema pesan yang ditulis di *twitter* atas pertimbangan berbagai redaksi atau dari admin?
- Albanna : Kadang kami mulai dengan diskusi sesama admin *medsos*, kira-kira apa yang perlu ditampilkan, *misal* kegiatan ramadhan, Idul Fitri, zakat, bencana, muktamar atau tanwir Muhammadiyah. Namun, kadang lebih sering, inisiatif tanpa perlu diskusi sesama admin. Yang penting sesuai dengan aturan awal.
- Elfara : Bagaimana metode dakwah yang dilakukan di *twitter*?
- Albanna : Ya sering memberikan informasi tentang kegiatan Muhammadiyah dalam rangka ibadah, memberikan *tweet* ayat-ayat Al Quran dan Hadist. Sehari 3- 5 kali.
- Elfara : Apa pengaruh dakwah yang dilakukan di *twitter* untuk *followers*?
- Albanna : Pengaruhnya tentunya *followers* dapat *Move-ON* setelah mendapatkan informasi-informasi yang kami sampaikan, terkait ayat-ayat Al Quran dan hadist tadi.
- Elfara : Faktor-faktor Apa yang harus dipertimbangkan dalam melakukan dakwah melalui *twitter*?
- Albanna : Kalau Faktor cuaca saya kira tidak mungkin. Saya kira faktor waktu yang tidak bisa melakukan interaksi di *twitter* setiap hari, Karena admin tidak hanya melakukan pekerjaan sebagai admin *twitter* yang 24 jam di depan komputer atau *gadget*, kesibukan juga memengaruhi, perlu ada yang *standby* mengerjakan pekerjaan ini.
- Elfara : Tingkat kesulitan yang seperti apa yang dihadapi saat melakukan dakwah melalui akun *twitter*?
- Albanna : Sulit ketika banyak *mention* yang harus dibalas, padahal pertanyaan dan jawabannya sama, sulit lagi ketika, sudah *kena ambang* batas *ngetweet* sehari hanya 1500 *tweet* misalnya. Sehingga harus menunggu dalam waktu 24 jam untuk bisa *ngetweet* lagi.
- Elfara : Strategi-strategi apa yang digunakan dalam melakukan dakwah dalam akun *twitter*?
- Albanna : Strateginya adalah melakukan hal-hal dakwah yang paling digemari oleh para *followers*. Sehingga meningkatkan jumlah *followers* dan *retweet*. Akhirnya dakwah semakin berisi dan bermakna bagi orang lain.
- Elfara : Oke, *thankyou ya* mas atas waktunya.
- Albanna : Iya sama-sama mbak.

C. *Transkrip* Hasil Wawancara dengan *Followers* Akun *Twitter* @nu_online

1. Alfian Tofan selaku *Followers* Akun *twitter* @nu_online

(Wawancara ini dilakukan pada tanggal 2 Januari 2015).

Elfara : Assalamualaikum mas, Saya ingin bertanya seputar tesisku ya.

Alfian : Iya Mbak.. *Monggo*.Mau *nanya* apa mbak?

Elfara : langsung *aja ya* mas pertayaannya, *hehe..* Dari mana Mas tau tentang akun @nu_online?

Alfian : *Taunya* ada *twitter* ini *ya gara-gara searching* di pencarian *twitter*, terus ku *follow deh* mbak.

Elfara : Berapa lama Mas Alfian *memfollow* @nu_online?

Alfian : Saya *follow* @nu_online sudah 3 tahunan Mbak.

Elfara : Apa alasan menjadi *followers* akun tersebut?

Alfian : Alasan gabung karena latar belakang NU, jadi ingin belajar lebih banyak lagi tentang NU, ingin mengetahui informasi terbaru NU, banyak ilmu yang Saya dapat selama bergabung di *twitter* ini.

Elfara : Biasanya berpartisipasi dalam *tweet* yang ditulis @nu_online yang seperti apa?

Alfian : *Kalo* ada kegiatan di sekitar rumah, ikut partisipasi dengan *ngirim* foto-foto, terus *kalo* ada *bahasan* yang saya pahami ikut *komen* juga. *Kayak* kemarin ada pembahasan tentang jurusan saya tata kota, yang ikutan *nimbrung deh*.

Elfara : Setelah mengikuti *tweet-tweet* @nu_online, apa yang terjadi?

Alfian : Konten dakwah yang disampaikan dalam *twitter* @nu_online membuat lebih banyak tau tentang Islam, *lalu* juga banyak *tau* seputar pesantren *kan* saya *nggak* pernah pondok, tapi jadi *tau* dunia *pondokan* itu dari apa yang di tulis di *twitter* NU, tau juga tentang kata-kata mutiara kyai *soalnya* sering *banget* nulis kata-kata mutiara hampir tiap hari *malahan* mbak. *Tweet* lengkap membahas aqidah, syariah, akhlaq, kaidah fiqh. Bisa dijadikan pedoman *deh* agar bertindak lebih baik dalam kehidupan sehari-hari.

Elfara : Masukan dan saran yang seperti apa yang ingin di berikan pada akun *twitter* @nu_online?

Alfian : Masukannya lebih banyak *aja ngasih* informasi Islami lagi dan cara penyampaiannya juga lebih *easy going* kan targetnya *twitter* anak muda jadi harus menyampaikan pesan yang membidik anak muda agar bisa terus berbuat baik.

2. Makmun Rasyid selaku *Followers* Akun *twitter* @nu_online (Wawancara ini dilakukan via WhatsApp dan Email pada tanggal 07 Februari 2015).

Elfara : Assalamualaikum..

Rasyid : Waalaikumsalam..

Elfara : Saya Elfara, Saya lihat Anda mem*follow* @nu_online?

Rasyid : Ya betul, ada apa? Bisa aye bantu?

Elfara : *Followers* atau salah satu tim redaksi @nu_online?

Rasyid : *Followers*, tapi teman-teman Saya banyak yang di @nu_online?

Elfara : Iya saya sedang melakukan penelitian, apa Anda bersedia menjadi informan Saya?

Rasyid : Boleh saja.

Elfara : Alhamdulillah terima kasih. Saya ingin menayakan alasan kenapa mem*follow* akun @nu_online.

Rasyid : Kalau bisa *via email* saja *yah*, nanti *aku* jawab di *situ*. Kalau *via WA* capek nulisnya.

Elfara : *Oke siap*, apa nama emailnya?

Rasyid : ini *emailku*: el.hafiz@gmail.com

Elfara : Oke akan Saya email pertanyaannya.

Rasyid : Oke

Elfara : Sudah Saya *email*, mohon di isi, terima kasih sudah bersedia membantu.

Rasyid : Sip
(Kemudian berlanjut tanya jawab melalui email)

Elfara : Dari mana Anda mengetahui tentang akun @nu_online?

Rasyid : Tau *twitter* @nu_online dari teman-teman seperjuangan di dalam organisasi Nahdlatul Ulama.

Elfara : Berapa lama Anda mem*follow* akun @nu_online dan apa alasan menjadi *followers* akun tersebut?

Rasyid : *Memfollow* akun *twitter* ini semenjak aktif di dunia *twitter*, waktunya kurang lebih setahun. Menjadi *followers* akun NU Online karena akun ini merupakan salah satu akun yang moderat, dalam pengertian penyebaran berita-berita khususnya dibidang agama, ketimbang akun-akun *media social* lainnya, seperti akun PKS Piyungan, Kiblat Net dan lain-lain.

Elfara : Biasanya Anda berpartisipasi dalam *tweet* yang ditulis @nu_online yang seperti apa?

Rasyid : Dalam bentuk opini dan lainnya.

Elfara : Setelah mengikuti *tweet-tweet @nu_online*, apa yang terjadi dalam diri Anda?

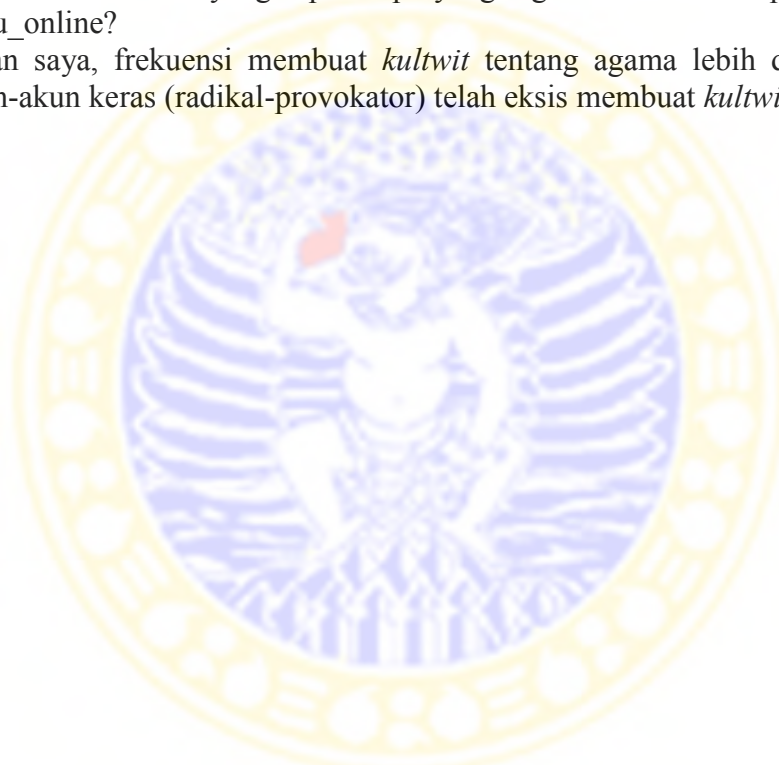
Rasyid : Perjalanan Saya menjadi seorang NU sangat panjang, sebelum masuk ke NU Saya aktif terlibat di berbagai organisasi baik yang berhaluan radikal seperti Wahabi dan Moderat seperti Muhammadiyah, dan lainnya. Sampai pada akhirnya Saya mem-*follow* NU Online karena tertarik dengan yang ditulis, sesudah mengikuti akun ini terjadi perubahan cara pandang, banyak sekali pelajaran yang Saya dapatkan di sana dan akhirnya menjadi Nahdliyin.

Elfara : Menurut apakah dakwah dalam *twitter @nu_online* sudah merefleksikan visi dan tujuan NU? Dakwah tentang bidang agama, pendidikan, ekonomi, sosial, kesejahteraan rakyat?

Rasyid : Untuk bidang agama NU Online sudah masuk papan atas, jika kita melihat frekuensi *tweet-tweet-nya*, yang masih lemah bidang ekonomi.

Elfara : Masukan dan saran yang seperti apa yang ingin Anda berikan pada akun *twitter @nu_online*?

Rasyid : Saran saya, frekuensi membuat *kultwit* tentang agama lebih ditambah, karena akun-akun keras (radikal-provokator) telah eksis membuat *kultwit*.



D. *Transkrip Hasil Wawancara dengan Followers Akun Twitter @muhammadiyah.*

1. **Puput Paripuring Tyas, Selaku Followers Akun Twitter @muhammadiyah (Wawancara ini dilakukan di Surabaya pada tanggal 08 Februari 2015).**

Elfara : Saya Elfara, salam kenal mbak.

Puput : Saya Puput, salam kenal juga.

Elfara : Saya sedang penelitian dan dapat rekomendasi dari tim redaksi @muhammadiyah, katanya Mbak aktif mengikuti *tweet* @muhammadiyah dan suka sering dengan redaktornya.

Puput : *Kalo* boleh tau siapa nama redaktornya?

Elfara : Mas Dzar Albanna. Mbak bersedia untuk membantu penelitian Saya?

Puput : Silakan, Mbak. Saya bersedia membantu apapun, semampu saya.

Elfara : Terima kasih. Saya ingin menayakan dari mana Mbak tau tentang akun @muhammadiyah?

Puput : Dari Machhendra Atmaja @setyakie

Elfara : *Follow* akun @muhammadiyah sudah berapa lama? Dan alasan mem-*follow* akun tersebut?

Puput : Lebih kurang 2 tahun, Saya memutuskan mengikuti Muhammadiyah dan ingin belajar serius mengenai ajaran-ajarannya, *update* info persyarikatannya selebihnya ingin mencari saudara. Menurut Saya akun tersebut sangat membantu.

Elfara : *Feedback* seperti apa yang diberikan dalam *twitter* @muhammadiyah?

Puput : Kalau *feedback* yang Saya berikan untuk akun tersebut sejauh ini hanya berupa info-info saja, jadi *feedback* banyak yang berupa personal.

Elfara : Biasanya partisipasi dalam *tweet* yang ditulis @muhammadiyah yang seperti apa?

Puput : Memberikan informasi tentang kegiatan Muhammadiyah atau tentang Muhammadiyah yang sedang Saya ikuti. Semisal ketika Saya beribadah atau berlebaran di daerah Islam minoritas, Saya *tweet* dimana lokasi Saya dapat melaksanakan shalat Ied. Kemudian, ada beberapa hal dalam bidang sastra yang Saya infokan pada admin. *Wait* Mbak Saya ada telepon bentar (kemudian Puput mengangkat telepon).

Elfara : Oke Mbak..

Puput : *Iam Back*..

Elfara : Oke mbak saya lanjutkan pertanyaannya lagi ya mbak. Setelah mengikuti *tweet-tweet* @muhammadiyah, apa yang terjadi?

Puput : Saya memakai akun tersebut sebagai panduan ibadah juga, di sana kan ada banyak hal yang di *share*. Mulai dari fatwah tarjih, cara beribadah, kalender ibadah, *do and don't*, dll". Selain itu setelah mengikuti *tweet*-nya Saya lebih paham hal-hal yang bersifat bid'ah, Saya bisa mulai membedakan. Selain itu, Saya mulai mantap berhijab lebar dan belajar mengendalikan lisan. Sebab di akun tersebut sering berulang kali mengingatkan tentang menjaga lisan, belajar diam.

Elfara : Berarti dakwah dalam akun @muhammadiyah efektif ya mbak? Karena bisa merubah cara pandang *followers*-nya

Puput : Sangat efektif mbak, *hehe..* Benar Saya bisa mengubah cara pandang dengan bantuan akun tersebut.

Elfara : Oke mbak, mungkin pertayaannya cukup, terima kasih atas waktunya ya mbak.

Puput : Senang bisa membantu.



2. Rizki Endi Septiyani

(Selaku *Followers* @muhammadiyah, Wawancara ini dilakukan via BBM pada tanggal 09 Februari 2015)

Elfara : Hello Mbak, terima kasih sudah di konfirm. Saya yang di *twitter* tadi.

Rizki : Iya sama-sama.

Elfara : Mbak ada waktu luang sekarang?

Rizki : Iya silakan.

Elfara : Oke mbak, aku mau nanya dari mana tau tentang akun @muhammadiyah?

Rizki : Saya sengaja mencari akun MD karena keluarga besar saya kebetulan Muhammadiyah.

Elfara : Berarti *search* akun tersebut karena ingin tau lebih banyak tentang Muhammadiyah ya mbak. Berapa lama mbak *memfollow* akun tersebut?

Rizki : Iya betul, sekitar 2 tahunan lebih.

Elfara : Biasanya berpartisipasi dan memberikan *feedback* dalam *tweet* yang ditulis di @muhammadiyah yang seperti apa?

Rizki : Meng-RT info ramadhan, kegiatan organisasi muh, cc *link* berita ke akun muh, menyebarkan info, dll.

Elfara : Setelah *mem-follow* akun tersebut, apa yang dirasakan? Dari pesan-pesan yang disampaikan dalam *twitter* tersebut?

Rizki : Setelah mengikuti konten dakwah dalam *twitter* @muhammadiyah Saya makin yakin apa yang Saya yakini selama ini, seperti keyanikanan untuk memilih Muhammadiyah dan jadi sedikit banyak belajar agama jadi makin hati-hati bertindak atau beribadah

Elfara : Berarti dakwah yang disampaikan di *twitter* @muhammadiyah efektif ya mbak?

Rizki : Di Saya iya mbak. Karena saya *nggak* belajar formal kemuhammadiyah.

Elfara : Oke mbak, terima kasih atas waktunya.

Rizki : Iya sama-sama, semoga bisa membantu.

LAMPIRAN 7

Dokumentasi Penelitian



Peneliti Melakukan Wawancara dengan Tim Redaksi



Peneliti Melakukan Wawancara dengan Tim Redaksi



NU Online

Mahasiswi Unair Ini Kaji Twitter NU Online Untuk Tesisnya

Sabrina, 17/02/2015 21:01



Jakarta, *NU Online*

Mahasiswi Pascasarjana FISIP Universitas Airlangga (Unair) Surabaya Jurusan Media Komunikasi, Elfara Shadrina mengkaji pola dakwah dan komunikasi twitter NU Online (nu_online) untuk tesisnya yang berjudul 'E-Dakwah Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah: Penggunaan Twitter sebagai Media Dakwah Kontemporer'.

"Saya memilih twitter NU Online ini sebagai variabel penelitian karena NU merupakan organisasi Islam moderat terbesar di Indonesia," ujar Elfara saat melakukan wawancara para Admin twitter @nu_online, Mahbib Khoiron dan Abdullah Alawi, Selasa (17/2) di ruang Redaksi NU Online Jakarta.

Alumnus Universitas Brawijaya Malang ini juga menerangkan, bahwa pengikut (follower) @nu_online adalah yang terbanyak dari organisasi Islam lain. "Itu salah satu inti dari latar belakang penelitian saya," terang perempuan asal Mojoagung Jombang ini yang mengaku telah meneliti pola dakwah twitter @nu_online selama 7 bulan terakhir.

Dia juga menuturkan, warga NU yang sebagian besar berada di pedesaan sering dinilai sebagai masyarakat konservatif itu tidaklah tepat. Karena menurutnya, mereka juga mengakses media dakwah kontemporer seperti twitter dan facebook.

"Berdasarkan hal ini, masyarakat konservatif yang sering disematkan kepada warga NU tidaklah tepat," kata perempuan yang juga aktif di Perbutani Surabaya ini.

Dia mengaku, sebelumnya juga telah menganalisis pola komunikasi dakwah twitter Muhammadiyah. Kemudian dari analisisnya nanti, dirinya hendak mengkomparasikan dakwah kontemporer lewat twitter dari dua organisasi terbesar di Indonesia itu.

Selain menyoroti pesan dakwah, Elfara juga juga meneliti twitter @nu_online dari aspek pengorganisasian twitter, kualifikasi admin, visi-misi dakwah, interaksi dengan para follower, interaksi dengan twitter organisasi lain, strategi admin dalam menanggapi isu-isu sensitif berbau SARA, dan pengaruh dakwah twitter @nu_online bagi para follower dan masyarakat di dunia maya. **(Fathoni)**

Peneliti Diberitakan di Web NU Online



Peneliti Melakukan Wawancara dengan *Followers*



Peneliti Melakukan Wawancara dengan *Followers*

LAMPIRAN 8

Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS AIRLANGGA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus B Dharmawangsa Dalam Surabaya, 60286 Telp. (031) 5034015, 5011744, 5047754, Fax (031) 5012442
Website : <http://www.fisip.unair.ac.id> E-mail : fisip@unair.ac.id

No. : ~~3378~~⁸/UN3.1.7/PPd/2014
Hal : Ijin Penelitian

4 Desember 2014

Yth. Kepala Kantor PBNU
Jl. Kramat Raya no.104
Jakarta

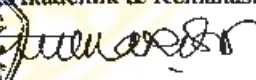
Guna Penulisan Tesis Mahasiswa Program Magister Media dan Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga, maka harus melakukan penelitian.

Sehubungan dengan hal tersebut, dengan ini kami mohon kepada Saudara agar berkenan memberikan ijin kepada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian dan mendapatkan data di Instansi Saudara :

Adapun data mahasiswa kami tersebut adalah, sbb :

Nama : Elfara Shadrina
NIM : 071314853012
Judul Penelitian : E-Dakwah Nahdatul Ulama: Studi Penggunaan Twitter Sebagai Media Dakwah Kontemporer.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya, kami mengucapkan terima kasih.

Ket. Dekan
Kantor Akademik & Kemahasiswaan

Andi Dmardiono, S.Sos., M.Si
081297203241999031001



UNIVERSITAS AIRLANGGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus B Dharmawangsa Dalam Surabaya, 60286 Telp. (031) 5034015, 5011744, 5047754, Fax (031) 5012442
Website : <http://www.fisip.unair.ac.id> E-mail : fisip@unair.ac.id

No. : 3378B/UN3.1.7/PPd/2014
Hal : Ijin Penelitian

4 Desember 2014

Yth. Pimpinan Pusat Muhammadiyah
Jl. Menteng Raya No.62
Jakarta Pusat

Guna Penulisan Tesis Mahasiswa Program Magister Media dan Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga, maka harus melakukan penelitian.

Sehubungan dengan hal tersebut, dengan ini kami mohon kepada Saudara agar berkenan memberikan ijin kepada mahasiswa kami untuk melaksanakan penelitian dan mendapatkan data di Instansi Saudara :

Adapun data mahasiswa kami tersebut adalah, sbb :

N a m a : Elfara Shadrina
NIM : 071314853012
Judul Penelitian : E-Dakwah Muhammadiyah : Studi Penggunaan Twitter Sebagai Media Dakwah Kontemporer

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya, kami sampaikan terima kasih.

a.n Dekan
Ka. Bag. Akademik & Kemahasiswaan

Andy Umardiono, S.Sos., M.Si
NIP. 197203241999031001

LAMPIRAN 8

Tabel Kesimpulan Konten E-dakwah *Twitter* Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah

No.	Organisasi Masyarakat Islam	Jenis Konten	Keterangan
1.	Nahdatul Ulama	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="568 432 711 465">- Aqidah <li data-bbox="568 797 711 831">- Syariah <li data-bbox="568 1384 711 1417">- Akhlaq <li data-bbox="568 1753 759 1787">- Muamallah 	<p data-bbox="866 432 1401 723">Bahaya aliran sesat atau aliran keras dalam Islam, seperti bahaya gerakan radikalisme ISIS, yang dipandang sebagai paham yang muncul ketika masyarakat sedang mengalami disorientasi hidup, dan mengalami frustrasi secara sosial, politik, dan ekonomi.</p> <p data-bbox="866 797 1401 1122">(1) Hikmah ziarah kubur dan mendoakan leluhur (para Wali Allah) untuk mengingatkan bahwa semua orang pada saatnya nanti pasti akan mati seperti orang yang dikubur dan mengingatkan bahwa di akherat nanti semua orang akan menerima balasan sesuai dengan amal perbuatan ketika hidup.</p> <p data-bbox="866 1128 1401 1346">(2) Pentingnya memuliakan Nabi Muhammad dengan memperbanyak membaca Sholawat Nabi sebagai amalan manusia yang juga disyariatkan oleh Allah beserta para malaikat dan para nabi-Nya.</p> <p data-bbox="866 1384 1401 1675">Hakikat toleransi antar umat beragama sebagai sikap ramah dan penuh kasih, membiarkan atau membolehkan pendirian, kepercayaan, dan perbuatan yang dimiliki seseorang atas yang lainnya tanpa harus mengorbankan kepercayaan atau prinsip yang dianutnya.</p> <p data-bbox="866 1753 1401 2027">Terdiri dari muamallah pendidikan yang membahas tentang pesantren NU. Muallah sosial tentang kegiatan menggalakkan santunan kepada anak yatim dan penyaluran bantuan untuk korban bencana alam. Muamallah politik membahas tentang gaya kepemimpinan yang sesuai dengan hukum Islam.</p>

2.	Muhammadiyah	<ul style="list-style-type: none"> - Aqidah - Syariah - Akhlaq - Muamallah 	<p>Pentingnya bersyukur, bersabar, dan bertakwa pada Allah SWT. Sebagai ujian keimanan manusia untuk meraih kebahagiaan hidup dunia dan akhirat, serta simbol komitmen ilahiah bagi setiap muslim di dalam mengikuti segala perintahNya, menjauhi segala laranganNya serta menerima dengan ikhlas hukum dan ketentuan Allah.</p> <p>Keutamaan sholat dalam Islam sebagai rukun perbuatan yang paling penting di antara rukun Islam yang lain; bentuk tanda syukur kepada Allah, untuk menghilangkan dosa-dosa; dan ungkapan kepatuhan dan kerendahan diri manusia di hadapan Allah.</p> <p>(1) Saling menghargai sesama muslim sebagai identitas seorang muslim sebagai sejati.</p> <p>(2) Sikap-sikap yang harus dihindari oleh seorang muslim karena dipandang sebagai penyakit hati yang sangat dibenci Allah, merugikan kehidupan baik di dunia maupun di akhirat, serta dapat merusak akhlaq manusia karena menimbulkan perasaan benci, pertengkaran, perpecahan, dan akhirnya bermusuhan-musuhan di antara sesama Islam. Sikap-sikap tersebut seperti: sombong dan buruk sangka.</p> <p>Muamallah pendidikan berisi tentang pembaharuan pendidikan yang dilakukan Muhammadiyah dengan mengintegrasikan ilmu agama Islam dengan ilmu pengetahuan dan teknologi. Muamallah sosial membahas tentang bantuan Muhammadiyah pada penanganan bencana. Muamallah politik membahas tentang harapan Muhammadiyah kepada pejabat yang bersih dan amanah.</p>
----	--------------	--	---

Tabel Kesimpulan Interaktivitas E-dakwah *Twitter* Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah

No.	Organisasi Masyarakat Islam	Jenis	Keterangan
1.	Nahdatul Ulama	<ul style="list-style-type: none"> - Konten yang disampaikan - Pola komunikasi - Keberagaman <i>Followers</i> - <i>Fake followers</i> 	<p>Mendapat tanggapan positif dari <i>followers</i> karena mampu menciptakan pemahaman <i>followers</i> mengenai aspek Islam (aqidah, syariah, akhlaq, muamallah).</p> <p>Pola komunikasi dalam <i>twitter</i> bersifat satu arah (<i>one way interactivity</i>) dalam bentuk <i>tweet</i> dan <i>retweet</i>, <i>admin</i> hanya <i>men-tweet</i> dan <i>me-retweet followers</i> sehingga pertanyaan <i>followers</i> hampir tidak pernah direspon <i>admin</i>. Hal ini merupakan wujud kehati-hatian dan menghindari perdebatan yang berkelanjutan.</p> <p><i>Followers</i> yang beragam tidak hanya dari kalangan NU dan <i>followers</i> yang beragama Islam tetapi juga dari organisasi masyarakat yang lain dan agama-agama yang lain seperti Buddha, Hindu, Kristen, dan Khonghucu. Hal ini membuktikan bahwa <i>twitter @nu_online</i> banyak diterima oleh semua kalangan masyarakat.</p> <p><i>Fake followers</i> dalam akun <i>twitter @nu_online</i> bukan dari pihak <i>admin</i> atau redaksi tim <i>nu_online</i> tetapi dari pihak luar <i>nu_online</i>.</p>
2.	Muhammadiyah	<ul style="list-style-type: none"> - Konten yang disampaikan - Pola komunikasi 	<p>Mendapat tanggapan positif dari <i>followers</i> karena mampu menciptakan pemahaman <i>followers</i> mengenai aspek Islam (aqidah, syariah, akhlaq, muamallah).</p> <p>Pola komunikasi bersifat “dua arah” (<i>two ways interactivity</i>) dalam bentuk <i>tweet</i> dan <i>reply</i>, di mana <i>admin</i> selalu menjawab/merespon terhadap pertanyaan/tanggapan <i>followers</i>. Dalam pola interaktivitas ini ada timbal balik atau pertukaran pesan (<i>message</i>)</p>

		<p><i>exchange</i>) antara pengirim dan penerima; dan memungkinkan terciptanya ruang diskusi inter-personal, kelompok, maupun publik yang sangat dinamis antara admin dan <i>followers</i>, termasuk terkait dengan konten-konten <i>tweet</i> yang memicu konflik (pro-kontra).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Keberagaman <i>Followers</i> - <i>Fake followers</i> 	<p><i>Followers</i> dalam <i>twitter</i> @muhammadiyah mayoritas beragama Islam</p> <p><i>Fake followers</i> dalam <i>twitter</i> @muhammadiyah berasal dari <i>followers</i> dan simpatisan @muhammadiyah yang ingin melihat <i>twitter</i> @muhammadiyah mempunyai banyak <i>followers</i>.</p>
--	--	--	---





BERITA ACARA SIDANG TESIS

Nama : Elfara Shadrina
NIM : 071314853012
Program Pendidikan : Studi Media dan Komunikasi
Hari, tanggal : Kamis, 18 Juni 2015

**Topik/Judul: E-Dakwah Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah: Penggunaan
Twitter sebagai Media Dakwah Kontemporer**

NO	PENGUJI	KETERANGAN	RESPON	TTD PENGUJI
1.	Prof. Dr. Mustain Mashud, Drs., M.Si.	<ul style="list-style-type: none">- Memperbaiki ringkasan.- Menambahkan judul bab 2 menjadi tinjauan pustaka dan teori.- Merevisi metode penelitian.- Memperbaiki teknik analisis data.- Menghilangkan keabsahan data.- Memperbaiki kesimpulan.	- Poin tersebut sudah diperbaiki.	
2.	Dr. Djoko W. Tjahjo, SE, M.Si	<ul style="list-style-type: none">- Memperbaiki abstrak.- Memperbaiki daftar pustaka.- Memperbaiki <i>typo error</i>.- Memberikan sumber pada kutipan Al-Qur'an dan hadis.- Capture gambar harus berwarna agar mudah dibaca.- Menambahkan elemen kontemporer tentang fenomena isu radikalisme dan pemblokiran puluhan situs <i>online</i> oleh kementerian Kominfo di latar belakang masalah.- Menambahkan alasan pemilihan waktu penelitian.- Memberikan sumber kutipan.	Poin-poin tersebut sudah dilaksanakan sesuai saran dosen penguji.	



		<ul style="list-style-type: none">- Menambahkan metode penelitian.- Menghapus pengulangan kalimat di bab 4.- Kesimpulan disusun dalam tabel dan dijadikan lampiran.- Membuat saran lebih spesifik.		
3.	Prof. Rachmah Ida, Dra., M.Comms, PhD	<ul style="list-style-type: none">- Kesimpulan lebih disesuaikan dengan rumusan masalah.	- Poin tersebut sudah diperbaiki.	
4.	Dr. Henri Subiakto, SH, MA	<ul style="list-style-type: none">- Memperbaiki kesalahan penulisan.- Memperbaiki daftar pustaka.	- Poin tersebut sudah diperbaiki.	

E-DAKWAH NAHDATUL ULAMA DAN MUHAMMADIYAH: PENGGUNAAN TWITTER SEBAGAI MEDIA DAKWAH KONTEMPORER

Elfara Shadrina S.I.Kom, M.Med.Kom
Pembimbing I: Dr. Henri Subiakto, SH, MA
Pembimbing II: Prof. Rachmah Ida, Dra., M.Comms, PhD
email: elfarashadrina@gmail.com

Alumni Jurusan Media dan Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Airlangga Surabaya

Abstract

The development of information technology has been used to improve Islamic missionary endeavor into e-da'wah. E-da'wah is an active-creative response that arises from the awareness of positive impact of information technology. E-da'wah became important thing to do because the traditional missionary endeavor is limited by space and time where e-da'wah can be implemented across over it. This study aimed to describe e-da'wah contemporary content on twitter account belongs to Nahdatul Ulama and Muhammadiyah, and so the interactivity between the admin and its followers.

This research uses qualitative methods. The data collected through documentation of twitter content conversation and in-depth interview with informants. Data analysis uses textual analysis and qualitative narrative technique.

The results of this study is (1) e-da'wah on twitter account belongs to Nahdlatul Ulama and Muhammadiyah contains about several aspects of aqidah, sharia, morality, and muamalah (educational, organizational, political) in Islam (2) interactivity of e-da'wah content delivered in twitter account Nahdlatul Ulama and Muhammadiyah received a positive response from its followers because being able to create a wider understanding perspective of the various aspects on Islam (Aqeedah, sharia, morality, and muamalah). While NU twitter account tends to be "unidirectional" (one-way interactivity) on the tweets and retweets, Muhammadiyah twitter account tends to be "two-way." The followers in twitter account nu_online more heterogeneous because not only of the Nahdlatul Ulama and Islamic religion followers, but from other community organizations and other religions. While followers in Muhammadiyah twitter account more homogeneous because the majority is Islam.

Keyword: Twitter, E-da'wah, Nahdatul Ulama, Muhammadiyah.

Pendahuluan

Penelitian ini membahas tentang penggunaan *twitter* sebagai media dakwah. Perkembangan teknologi informasi mulai dimanfaatkan sebagai sarana dakwah sehingga muncul istilah e-dakwah. E-dakwah merupakan respon aktif-kreatif yang muncul dari kesadaran akan sisi

positif teknologi informasi. Umat Islam sebagai bagian dari komunitas dunia, tentu tidak boleh menutup mata terhadap perkembangan yang ada (Mulyanto, 2006:3). E-dakwah menjadi perlu dilakukan karena penyebaran dakwah secara konvensional dibatasi oleh ruang

dan waktu, sedangkan e-dakwah dapat dilaksanakan melintasi atas ruang dan waktu (Mulyanto, 2006:6).

Fenomena penggunaan e-dakwah ini membuat dua organisasi masyarakat Nahdatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah (MD) yang tergolong dua organisasi masyarakat islam terbesar di Indonesia, bahkan sebagian pengamat mengklaim keduanya merupakan organisasi kaum muslim terbesar di seluruh dunia yang eksistensinya tidak pernah terputus sejak dilahirkan yang dulunya berdakwah secara konvensional sekarang mulai menggunakan media sosial *twitter* (Sukidi, 2001). *Twitter* adalah layanan jejaring sosial dan *mikroblog* yang memungkinkan penggunaannya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter, yang dikenal dengan sebutan kicauan atau *tweet*¹ (<http://id.m.wikipedia.org/wiki/Twitter>).

Twitter didirikan pada bulan Maret 2006 dan diluncurkan bulan Juli. Sejak di luncurkan, *twitter* telah menjadi salah satu dari sepuluh situs yang paling sering dikunjungi, dan dijuluki pesan singkat dari Internet. *Twitter* memiliki kelebihan dibanding media sosial yang lain yaitu mudah untuk mencari berita terbaru karena dibantu oleh *trending topics*² dan memiliki sistem *hashtag*³ untuk membuat sebuah percakapan sendiri ke beberapa orang sekaligus (Andreas, 2010: 36).

Indonesia tercatat sebagai sumber pengguna *twitter* terbanyak ketiga di dunia setelah Amerika Serikat, dan Jepang (<http://www.encycity.com>). Menurut data dari PT. Bakrie Telecom, Indonesia memiliki 19,5 juta pengguna dari total 500 juta diseluruh dunia (Kominfo.go.id). Tingginya pengguna *twitter* menyebabkan layanan ini telah dimanfaatkan untuk berbagai keperluan dalam berbagai aspek,

¹ *Tweet* adalah pesan yang dikirim di *twitter*.

² *Trending topics* adalah topik yang sedang dibicarakan banyak orang di *twitter*.

³ *Hashtag* “#” berfungsi sebagai penanda agar orang yang melihat bisa mencari topik sejenis yang ditulis oleh orang lain dengan mudah.

misalnya pertemanan, pemasaran, bisnis, pendidikan, dunia selebritis, politik, dan dakwah.

Dakwah adalah upaya untuk mengajak seseorang atau sekelompok orang (masyarakat) agar memeluk dan mengamalkan ajaran Islam atau untuk mewujudkan ajaran Islam kedalam kehidupan yang nyata (Mulyanto, 2006:3). Dakwah tidak hanya dilakukan individu saja, tetapi juga oleh organisasi masyarakat. Organisasi masyarakat yang menggunakan *twitter* sebagai media dakwah antara lain adalah NU dan MD. NU menggunakan *twitter* sebagai media dakwah dengan nama akun @nu-online yang dibuat tanggal 12 November 2010, akun tersebut mempunyai 74.800 *followers* dan 255 *following*⁴. NU Online masuk pada ranking 101.474 dari jutaan *website* yang ada di dunia. Bagi Netter Indonesia, NU Online berada di posisi 1.345 dari seluruh situs yang ada. Untuk organisasi sosial, NU Online termasuk situs yang paling sering diakses (ahmadhakimjayli.blogspot.com).

Sedangkan MD menggunakan *twitter* @muhammadiyah dibuat pada tanggal 11 September 2009. Akun tersebut mempunyai 64.100 *followers* dan 64 *following*⁵. Muhammadiyah sebagai salah satu Ormas yang bercorak pembaharu dengan melakukan adaptasi terhadap perkembangan media informasi. Internet menjadi salah satu media informasi yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia saat ini, MD melakukan penyesuaian dengan membuat situs yang memiliki konten informatif. Keberadaan situs MD online mewadahi berbagai informasi tentang MD, kegiatan yang dilakukan, dan menjelaskan kabar persyarikatan (<http://kebumen.muhammadiyah.or.id>).

NU dan MD menggunakan *twitter* sebagai media dakwah agar dapat menyampaikan pesan-pesan Islam yang

⁴ *Twitter* @nu-online Pertanggal 31 Maret 2015.

⁵ *Twitter* Pertanggal 31 Maret 2015.

dapat dijangkau masyarakat luas dan organisasi ini dapat tetap eksis serta digandrungi oleh masyarakat. Hal ini sebagai wujud adaptasi pada kondisi sosial masyarakat yang sudah berada pada sebuah zaman yang disebut dengan meminjam istilah Nurcholis Majid “Zaman Teknik” sehingga dakwah pun harus dikemas dengan memanfaatkan media dan teknologi informasi, tanpa mengurangi substansi dari dakwah itu sendiri (Madjid, 2000:451-452).

Penggunaan *twitter* oleh Ormas Islam merupakan upaya terobosan untuk memperluas wilayah dakwah sekaligus menciptakan komunikasi dengan khalayak di tengah beragam dimensi masyarakat tradisional maupun masyarakat kontemporer. Masyarakat kontemporer adalah masyarakat yang hidup pada era kekinian dan bersinggungan dengan teknologi yang serba maju dan elektronik, masyarakat kontemporer tingkat intelektualnya lebih tinggi, masyarakat kontemporer tingkat interaksi terhadap sesama manusia lebih didasarkan pada interaksi lingkungan dan interaksi agama (<http://id.amswers.yahoo.com>).

Era kontemporer merupakan suatu realita yang telah berjalan, dengan kemanfaatan dan ke-*madharat*-an yang menyertainya. Era ini adalah masa kemajuan dunia dalam berbagai aspek kehidupan yang memukau, tetapi juga mengkhawatirkan. Masa kemajuan yang dimaksud, adalah abad ke-21 yang disebut juga abad *millineum*⁶ ketiga di mana umat manusia di segala penjuru dunia dihadapkan pada dinamika kehidupan modern yang serba kompleks, yang tentu saja dakwah dihadapkan pada dinamika tersebut (Mulianty, 2010). Pada era ini sangat rentan dengan adanya dakwah yang menjurus ke arah radikalisme. Ada 22 situs

internet radikal yang diadukan oleh Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT) Kominfo memblokir tiga situs kemudian BNPT meminta KemKominfo untuk memblokir 19 situs lagi berdasarkan surat No. 149/K.BNPT/3/2015 tentang situs atau *website* radikal ke dalam sistem *filtering* Kemkominfo (<http://m.liputan6.com>).

Prediksi bahwa era ini adalah abad agama (*the age of Religion*) adalah tepat, karena terdapat kecenderungan kuat masyarakat modern akan kembali ke agama disebabkan keputusan terhadap semua ideologi besar yang ternyata tidak mampu membawa umat manusia kepada kebahagiaan. Hanya agamalah satu-satunya harapan terakhir untuk menyelamatkan umat manusia dari kehancuran global, dan untuk kembali pada agama maka tiada lain yang bisa dilakukan kecuali dengan dakwah.

Penggunaan *twitter* sebagai media dakwah NU dan MD menarik untuk dikaji, sejauh ini belum ada acuan penelitian tentang dakwah Islam melalui *twitter*, namun aktivitas e-dakwah merupakan fenomena yang dapat ditelusuri yaitu bagaimana konten dakwah kontemporer dalam akun *twitter* @nu_online dan @muhammadiyah. Keharusan untuk mendesain ulang konten-konten dakwah merupakan tuntutan modernisasi spriritualitas Islam yang tidak dapat di tawar-tawar lagi, sebab problema muncul di zaman modern jauh lebih kompleks dan memerlukan respon yang lebih beragam dan akomodatif (Azyumardi, 2009:11). Menghadapi sasaran dakwah yang semakin kritis dan tantangan dunia global maka diperlukan konten-konten e-dakwah yang sistematis sehingga dapat dipahami dan diterima oleh *followers*. Selain itu juga dianalisis kedalaman interaktivitas dari konten yang disampaikan admin kepada *followers*. Interaktivitas dalam *new media* yaitu *twitter* merupakan nilai tambah karena media konvensional hanya menawarkan komunikasi yang pasif. Interaktivitas merupakan hal yang penting

⁶ *Millinium* adalah suatu istilah yang mengacu kepada rentang waktu untuk jangka setiap seribu tahun. Karena pada saat ini kita telah melewati tahun 2000, praktis bahwa rentang 6waktu dalam era-era tersebut sudah memasuki *millinium* ketiga.

karena memperlihatkan komunikasi antara penyampai dakwah dan *followers*. E-dakwah merupakan terobosan dakwah untuk meraih umat yang lebih besar dan sesuai dengan kondisi masyarakat yang mengalami perubahan zaman dengan mengedepankan teknologi.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metodologi penelitian kualitatif menekankan pada empiris, induktif, dan mengaplikasikan pendekatan *interpretatif* pada interaksi dalam konteks yang spesifik. Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah analisis tekstual. Analisis tekstual muncul sebagai salah satu metode yang digunakan untuk mengupas, memaknai, sekaligus mendekonstruksi ideologi, nilai atau kepentingan yang ada di balik dari suatu teks media (Rachmah, 2011:38). Teks-teks hasil produk media menjadi bahan kajian dalam metode penelitian ini, namun juga konteks atau kondisi diseperti produksi teks-teks yang mempunyai signifikansi yang tidak mudah begitu saja diabaikan. Sehingga analisis tekstual tidak saja mengungkapkan makna eksternal atau yang tercetak dan tertulis, tetapi teknik ini bisa mengungkap situasi diseperti teks yang diproduksi tadi. Dengan kata lain, analisis tekstual mempertimbangkan diskursus yang juga terjadi dalam proses produksi dan reproduksi teks media. Dalam penelitian ini, akan digali tentang konten dakwah Islam kontemporer *twitter* @nu_online dan @muhammadiyah.

Selain itu juga menggunakan pendekatan studi kasus. Menurut Yin, Sevilla dkk (1993) studi kasus sebagai penelitian yang bersifat deskriptif. Penelitian ini berfokus pada status deskriptif karena berfokus pada interaktivitas yang terjadi dalam *twitter*

@nu_online dan @muhammadiyah.dari segi kedalaman interaktivitas dari konten yang disampaikan admin kepada *followers*.

Pembahasan

1. Konten dakwah kontemporer dalam *twitter* Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah

Konten dakwah dalam *twitter* NU dan MD membahas tentang aqidah, syariah, akhlaq, dan muamallah. Aqidah adalah ajaran tentang keimanan terhadap Ke-Esaan Allah SWT. Syariah berhubungan dengan mentaati semua peraturan hukum Allah guna mengatur pergaulan hidup antar sesama manusia (Munir, 2006: 24-28). Akhlak adalah pedoman norma-norma kesopanan dalam pergaulan hidup sehari-hari, seseorang yang sudah memahami akhlak maka dalam bertingkah laku akan timbul dari hasil perpaduan antara hati nurani, pikiran, perasaan, bawaan dan kebiasaan dan yang menyatu, membentuk suatu kesatuan tindakan akhlak yang dihayati dalam kenyataan hidup keseharian. Sedangkan muamallah adalah aturan-aturan dasar tentang hubungan antar manusia dan merupakan tuntunan hidup bagi manusia sebagai makhluk psikofisik yang berada di tengah manusia lainnya (Tim Departemen Agama, 2004: 11.2).

a. Aqidah

Dakwah aqidah yang banyak dibahas dan yang menjadi *trending topic*⁷ dalam *twitter* @nu_online didominasi oleh penjelasan tentang *tweet* bahaya aliran sesat atau aliran keras dalam Islam. Aliran sesat adalah paham atau pemikiran yang dianut dan diamalkan oleh sebuah kelompok yang bertentangan dengan aqidah dan syariat Islam serta dinyatakan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) menyimpang berdasarkan dalil Syar'i (Rakermas MUI, 6/11/07, Jakarta). Di

⁷ Topik yang paling banyak dibicarakan di *twitter*.

Indonesia aliran terus berkembang. Tidak hanya aliran yang beranggotakan banyak orang, aliran sesat yang beranggotakan beberapa orangpun bertumbuh subur. Aliran-aliran sesat berkembang sejak kran reformasi dibuka. Maka penyesatan demi penyesatan menghinggapi umat Islam. Sebagian ajarannya menjadikan para pemeluknya menyimpang dari ajaran Islam. Seperti bahaya gerakan radikalisme ISIS, yang dipandang sebagai paham yang muncul ketika masyarakat sedang mengalami disorientasi hidup, dan mengalami frustrasi secara sosial, politik, dan ekonomi.

Konten dakwah yang berisi tentang aqidah dalam *twitter* @muhammadiyah di dominasi oleh *twitt* tentang pentingnya bersyukur, bersabar, dan bertakwa pada Allah SWT. Tidak ada yang bisa membantah besarnya nikmat yang di karuniakan Allah SWT kepada manusia. Hidup didunia pada hakekatnya adalah ujian untuk meraih kesuksesan hidup dunia dan akhirat. Semakin tinggi derajat yang diraih maka ujian yang dihadapi semakin sulit dan berat. Derajat keimanan akan semakin tinggi seiring keberhasilan seseorang dalam menghadapi ujian dan cobaan yang Allah berikan padanya. Selain bersyukur manusia juga harus bertakwa kepada Allah, bertakwa kepada Allah yaitu mengikuti segala perintah-Nya, menjauhi segala larangan-Nya serta menerima dengan ikhlas hukum dan ketentuan Allah. Ciri-ciri orang yang bertakwa adalah akan mencari rezeki dengan jalan yang baik, tidak akan mengambil atau memakan harta orang lain, malah akan berbuat kebaikan untuk sesamanya.

b. Syariah

Dakwah syariah *twitter* @nu_online terdapat *tweet* yang menjelaskan hikmah ziarah kubur dan mendoakan leluhur. Ziarah kubur adalah orang yang datang ke kubur dengan tujuan mendoakan orang yang telah meninggal dunia agar mendapat ampunan dan mendapat nikmat di alam

barzah. Tujuan pokok ziarah kubur adalah untuk mengingatkan bahwa semua orang pada saatnya nanti pasti akan mati seperti orang yang dikubur dan mengingatkan bahwa di akherat nanti semua orang akan menerima balasan sesuai dengan amal perbuatan ketika hidup. Ziarah kubur dan mendoakan leluhur menjaga tradisi NU. Tradisi merupakan perilaku atau perbuatan tertentu dilakukan dalam kehidupan sehari-hari, kemudian dilaksanakan secara berulang-ulang, teratur dan kontinyu, lebih sering tidak disadari oleh pelakunya. Bukan tidak mungkin, pola perilaku tersebut pada awalnya terasa asing tanpa perencanaan atau bahkan pertimbangan rasional. Meskipun demikian, sejalan dengan proses sosial yang berlangsung di dalam masyarakat, pola perilaku tersebut kemudian dilakukan orang lain, lebih sering juga dengan tidak disadari sehingga pada akhirnya pola perilaku dan kegiatan tersebut dilakukan oleh semua warga dan menjadi milik sosial masyarakat tersebut.

Sedangkan dakwah syariah dalam *twitter* @muhammadiyah berisi tentang keutamaan sholat disertakan pula dalil dari Al-Quran. Sholat merupakan salah satu rukun Islam setelah syahadat. Sholat adalah rukun perbuatan yang paling penting diantara rukun Islam yang lain sebab ia mempunyai pengaruh yang baik bagi kondisi akhlaq manusia. Sholat disyari'atkan sebagai bentuk tanda syukur kepada Allah, untuk menghilangkan dosa-dosa, ungkapan kepatuhan dan merendahkan diri di hadapan Allah, menggunakan anggota badan untuk berbakti kepada-Nya yang dengannya bisa seseorang terbersih dari dosanya dan tersucikan dari kesalahan-kesalahannya dan terajarkan akan ketaatan dan ketundukan.

c. Akhlak

Unsur akhlak dalam *twitter* @nu_online didominasi oleh bahasan toleransi antar umat beragama. Toleransi diartikan sebagai sikap membiarkan,

mbolehkan, baik berupa pendirian, kepercayaan, dan perbuatan yang dimiliki seseorang atas yang lainnya. Toleransi tidak berarti harus mengorbankan kepercayaan atau prinsip yang dianutnya, dalam toleransi tercermin sikap yang kuat untuk memegang keyakinan dan pendapatnya sendiri. Pertumbuhan muslim di dunia sangat luar biasa karena nilai-nilai perdamaian dan kasih sayang Islam sangat mudah diterima orang-orang mempelajarinya. Ajaran Islam yang penuh kasih sayang juga telah dibuktikan para Wali Songo yang merintis penyebaran Islam di Nusantara. Tanpa dukungan militer, dana maupun kekuatan yang besar lainnya, Islam mampu menjadi agama mayoritas. *Twitter @nu_online* juga menampilkan toleransi antar umat beragama yang digambarkan oleh Kyai-kyai NU seperti Kiai Siraj dan Gus Sholah.

Sedangkan *twitter* akhlak di *twitter @muhammadiyah* adalah mengutamakan saling menghargai sesama muslim. Salah satu sikap penting yang harus ditanamkan dalam diri setiap muslim adalah sikap menghormati dan menghargai orang lain. Dalam Islam, sikap menghargai orang lain merupakan identitas seorang muslim sejati. Seorang yang mengakui dirinya muslim wajib mampu menghargai orang lain karena sebaik-baiknya manusia adalah yang mempunyai banyak manfaat bagi orang lain dan yang selalu menjaga tangan dan lisannya untuk tidak menyakiti orang lain.

d. Muamallah

Konten dakwah muamallah yang mengatur hubungan antar manusia. Muamallah dalam *twitter @nu_online* dan *@muhammadiyah* ada tiga yakni: bidang pendidikan (apabila teks berisi ilmu pengetahuan tentang kegiatan yang dilakukan oleh lembaga pendidikan dibawah naungan organisasi NU atau MD), sosial (apabila berisi tentang kegiatan-kegiatan sosial), dan politik

(apabila berisi yang menyangkut soal politik).

Ketiga bidang kegiatan muamallah tersebut dimaksudkan selain untuk membangun “citra positif” (*positive self-image*) bagi kedua organisasi/lembaga di mata publik luas, juga dimaksudkan untuk membangun kehidupan sosial-kemasyarakatan dan politik yang dilandasi oleh nilai-nilai Islami.

2. Interaktivitas E-dakwah Kontemporer dalam *Twitter*

Interaktivitas dalam media digital menurut Pavlik (2004: 16) dapat didefinisikan sebagai dialog yang dibangun lewat *email*, kelompok diskusi *online*, grafik *online* yang dalam proses komunikasinya melibatkan interaksi antar manusia (*user to user*) dengan program komputer, sementara waktu yang digunakan untuk merespon terjadi dalam hitungan detik dan cepat. Disisi lain *user* memiliki kesempatan untuk mengontrol isi pesan yang mereka lihat dan melakukan transaksi untuk mendapatkan informasi sesuai kebutuhan pribadi, memperbesar gambar, mengklik *hyperlink*, dan sebagainya.

a. Interaktivitas E-dakwah Kontemporer dalam *Twitter* Nahdatul Ulama

Interaktivitas e-dakwah kontemporer Nahdatul Ulama dari konten yang disampaikan admin mendapatkan tanggapan yang positif dari *followers* karena mampu menciptakan pemahaman *followers* mengenai berbagai aspek tentang Islam dalam perspektif yang luas dan terbuka. Interaktivitas dalam *twitter @nu_online* bersifat satu arah, karena pertanyaan yang ditanyakan oleh *followers* dalam akun *twitter* hampir tidak pernah di respon. *Twitter @nu_online* kurang memiliki interaksi berupa *reply* (menjawab pertanyaan *followers*). ini dilakukan oleh *@nu_online* sebagai wujud kehati-hatian.

Followers dalam akun *twitter* @nu_online sangat heterogen. *Followers* tidak hanya dari kalangan NU dan umat Islam tetapi juga terdapat *followers* dari agama lain. *followers* dalam akun *twitter* @nu_online tidak hanya dari kalangan NU dan orang muslim saja, tetapi selain masyarakat NU dan non muslim juga bergabung dalam akun *twitter* ini. Hal ini terbukti dengan *mention* yang masuk di *twitter* @nu_online dari orang yang beragama kristen, hindu, buddha, dan khonghucu. *Followers* yang beragama lain merasa terayomi di Indonesia karena ada sifat toleransi antar umat beragama yang dilakukan NU dengan melakukan kunjungan ke tempat-tempat umat yang beragama lain. Jadi jelaslah bahwa sasaran dakwah adalah seluruh umat manusia. Dalam hal ini tidak ada perbedaan antar orang kecil dan orang besar, orang penting dan orang yang dianggap kurang penting, orang muslim atau non muslim, orang perkotaan atau perdesaan semuanya memiliki hak yang sama untuk menerima dakwah.

Akun *twitter* @nu_online bisa dikatakan berhasil dalam melakukan dakwah karena *followers* dalam akun ini tidak hanya warga nadliyin (orang yang mengamalkan tradisi Nahdatul Ulama) saja tetapi juga *followers* di luar penganut NU, ini membuktikan bahwa *twitter* @nu_online berhasil menarik perhatian penganut lain untuk bergabung dan menyimak apa yang di tulis dalam *twitter* tersebut. Ketika pesan dakwah ditulis di *twitter*, sebenarnya sedang memberikan rangsangan (*stimulus*) tertentu kepada *followers* untuk mengajak dalam kebaikan. Saat *followers* menerimanya, dia sebenarnya melakukan pengamatan kepada pesan yang diterimanya. Proses ini, otak dan sistem syaraf sentral bekerja untuk membuat keputusan-keputusan yang akan diambil. Admin *twitter* memberikan rangsangan kepada para *followers* di akun *twitter*, hasilnya bisa dilihat dari seberapa banyak *followers* yang mereka miliki dan dilihat dari respon atau reaksi dari

rangsangan yang berupa *tweet-tweet* yang mereka tulis dengan tanggapan-tanggapan yang diberikan *followers* masing-masing.

b. Interaktivitas E-dakwah Kontemporer dalam *Twitter* Muhammadiyah.

Interaktivitas e-dakwah kontemporer Muhammadiyah dari konten yang disampaikan admin juga mendapatkan tanggapan yang positif dari *followers*. Segi interaktivitas *twitter* @muhammadiyah antara admin dan *followers* lebih banyak melakukan interaksi dua arah, hal ini bisa dilihat dari setiap *tweet* yang masuk di *twitter* @muhammadiyah mendapatkan respon dari admin berupa jawaban dan tanggapan. Hampir setiap pertanyaan yang diberikan *followers* dalam *twitter* @muhammadiyah dibalas oleh admin *twitter*. Menurut Dijk (2004: 147) interaktivitas berhubungan dengan dimensi perilaku sebagai sebuah kemampuan pengirim maupun penerima pesan untuk bertukar peran dalam suatu waktu. Pernyataan Dijk di atas dibuktikan dalam *twitter* @muhammadiyah bahwa ada timbal balik antara pengirim dan penerima pesan dakwah yang disampaikan yaitu bertukaran pesan berupa pertanyaan dari *followers* yang dibalas oleh @muhammadiyah. Interaktif adalah kondisi komunikasi secara kontiyu dan simultan partisipan saling memberi dan menerima (Pavlik, 2004:16).

Twitter @muhammadiyah juga membuka diskusi secara personal tentang kemuhammadiyah kepada *followers* yang ingin bertanya lebih banyak tentang dakwah MD, *followers* @muhammadiyah yang ingin memberikan kritik dan saran untuk kegiatan dakwah MD di *twitter* menjadi lebih baik lagi. Interaktivitas admin @muhammadiyah dan *followers* yang terjadi menjadi dinamis karena jawaban komunikasi atas pesan yang disampaikan. Admin dan *followers* terus-menerus saling bertukar peran. Interaktivitas tersebut merupakan komunikasi yang terjadi dua arah (Rogers,

1998). Komunikasi dua arah antara admin dan *followers* nampak dalam *twitter* @muhammadiyah. *Followers* dalam *twitter* @muhammadiyah kurang beragam karena mayoritas beragama Islam.

Penutup

a. Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil dan pembahasan di atas disimpulkan bahwa konten e-dakwah kontemporer Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah memuat tentang aspek-aspek aqidah, syariah, akhlaq, dan muamalah dalam Islam. Konten aqidah, syariah, akhlaq, dan muamalah dalam akun *twitter* Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah berbeda.

Konten aqidah dalam akun *twitter* Nahdatul Ulama memuat tentang bahaya aliran sesat atau aliran keras dalam Islam, seperti bahaya gerakan radikalisme ISIS. Konten aqidah dalam akun *twitter* Muhammadiyah memuat tentang pentingnya bersyukur, bersabar, dan bertakwa pada Allah SWT.

Konten syariah dalam akun *twitter* Nahdatul Ulama memuat tentang: (1) hikmah ziarah kubur dan mendoakan leluhur (para Wali Allah) untuk mengingatkan bahwa semua orang pada saatnya nanti pasti akan mati seperti orang yang dikubur dan mengingatkan bahwa di akherat nanti semua orang akan menerima balasan sesuai dengan amal perbuatan ketika hidup; dan (2) pentingnya memuliakan Nabi Muhammad dengan memperbanyak membaca Sholawat Nabi sebagai amalan manusia yang juga disyariatkan oleh Allah beserta para malaikat dan para nabi-Nya. Konten syariah dalam akun *twitter* Muhammadiyah memuat tentang keutamaan shalat dalam Islam sebagai rukun perbuatan yang paling penting di antara rukun Islam yang lain; bentuk tanda syukur kepada Allah, untuk menghilangkan dosa-dosa; dan ungkapan

kepatuhan dan kerendahan diri manusia di hadapan Allah.

Konten akhlaq dalam akun *twitter* Nahdatul Ulama memuat tentang hakikat toleransi antar umat beragama sebagai sikap ramah dan penuh kasih, membiarkan atau membolehkan pendirian, kepercayaan, dan perbuatan yang dimiliki seseorang atas yang lainnya tanpa harus mengorbankan kepercayaan atau prinsip yang dianutnya. Konten akhlaq dalam akun *twitter* Muhammadiyah memuat tentang: (1) saling menghargai sesama muslim sebagai identitas seorang muslim sejati; (2) sikap-sikap yang harus dihindari oleh seorang muslim karena dipandang sebagai penyakit hati yang sangat dibenci Allah, merugikan kehidupan baik di dunia maupun di akhirat, serta dapat merusak akhlaq manusia karena menimbulkan perasaan benci, pertengkaran, perpecahan, dan akhirnya bermusuhan-musuhan di antara sesama Islam. Sikap-sikap tersebut seperti: sombong dan buruk sangka.

Konten muamalah dalam akun *twitter* Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah sama-sama memuat tentang berbagai aktivitas kemasyarakatan kedua organisasi dalam bidang pendidikan, sosial, dan politik.

Sedangkan interaktivitas e-dakwah dari konten yang disampaikan dalam akun *twitter* Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah mendapat tanggapan yang positif dari *followers* karena mampu menciptakan pemahaman *followers* mengenai berbagai aspek tentang Islam. *Twitter* @nu_online cenderung bersifat "searah" (*one way interactivity*) dalam bentuk *tweet* dan *retweet*, dimana admin hanya *men-tweet* dan *me-retweet followers*. Dalam pola interaktivitas searah ini, pertanyaan *followers* dalam akun *twitter* hampir tidak pernah direspon (*reply*) oleh admin. Pola interaktivitas ini dipilih sebagai wujud kehati-hatian dan menghindari kemungkinan terjadinya perdebatan dan pertanyaan yang berkelanjutan, seperti pada kasus *tweet* tentang ucapan selamat natal untuk umat

kristiani yang menimbulkan sikap pro-kontra. *Twitter @nu_online* mempunyai *followers* yang beragam tidak hanya dari kalangan NU dan *followers* yang beragama Islam tetapi juga dari organisasi masyarakat yang lain dan agama-agama yang lain seperti Buddha, Hindu, Kristen, dan Khonghucu. Hal ini membuktikan bahwa *twitter @nu_online* banyak diterima oleh semua kalangan masyarakat. *Fake followers* dalam akun *twitter @nu_online* bukan dari pihak admin atau redaksi tim *nu_online* tetapi dari pihak luar *nu_online*.

Interaktivitas e-dakwah dalam akun *twitter Muhammadiyah* lebih bersifat “dua arah” (*two ways interactivity*) dalam bentuk *tweet* dan *reply*, di mana admin selalu menjawab/merespon terhadap pertanyaan/tanggapan *followers*. Dalam pola interaktivitas ini ada timbal balik atau pertukaran pesan (*message exchange*) antara pengirim dan penerima; dan memungkinkan terciptanya ruang diskusi inter-personal, kelompok, maupun publik yang sangat dinamis antara admin dan *followers*, termasuk terkait dengan konten-konten *tweet* yang memicu konflik (pro-kontra). *Followers* dalam *twitter @muhammadiyah* mayoritas beragama Islam. *Fake followers* dalam *twitter @muhammadiyah* berasal dari *followers* dan simpatisan *@muhammadiyah* yang ingin melihat *twitter @muhammadiyah* mempunyai banyak *followers*.

b. Saran

Penelitian ini masih dilakukan di dua organisasi Islam Indonesia, sehingga diperlukan suatu penelitian serupa yang membahas tentang e-dakwah untuk organisasi Islam yang lain atau bahkan e-dakwah yang dilakukan oleh ulama-ulama di Indonesia.

Penelitian serupa juga diperlukan untuk mendapatkan data tentang pertanyaan yang belum terjawab dalam penelitian ini, yaitu mengenai penerimaan khalayak tentang e-dakwah kontemporer di sosial

media dan masih banyak lagi tema-tema penelitian di kemudian hari.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Amin, Abdullah. 2004. *Falsafah Kalam di Era Postmodernisme*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Andreas, Diki. 2010. *Why Did The Chicken Browse The Social Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Azyumardi, Azra. (2002). “Liberalisasi Pemikiran NU”. *Kata Pengantar dalam Mujamil Qomar. (2002). NU “Liberal” dari Tradisionalisme Ahlussunah ke Universalisme Islam*. Bandung: Mizan.
- Depag RI. 2007. *Al-Qur’an dan Terjemahnya*. Semarang : PT. Karya Toha Putra.
- Dijk, Van J. (1999). *The network society: Social aspects of new media*. L. Spoorenberg (Trans.). Thousand Oaks: Sage.
- Madjid, Nurcholis. 2000. *Islam Doktrin dan Peradaban; Sebuah Telaah Kritis Tentang Masalah Keimanan, Kemanusiaan, dan Kemoderenan*, cet-IV. Jakarta: Yayasan Wakaf PARAMADINA.
- Munir, M. dan Wahyu Illahi. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
- Pavlik, John V. & Shawn McIntosh. 2004. *Converging Media: An Introduction to Mass Communication*. London: Oxford.

Rachmah, Ida. 2011. *Metode Penelitian Kajian Media dan Budaya*. Airlangga University Press: Surabaya.

Rogers, Everett. 1986. *Communication Technology: The New Media in Society*. New York: The Free Press.

Tim Departemen Agama dan Tim Fisip UT. 2004. *Pendidikan Agama Islam*. Jakarta: Universitas Terbuka.

Yin, Robert. 2002. *Studi Kasus (Desain dan Metode)*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.

Kominfo: Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang. [Kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker](http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker). Diakses 08 Agustus 2014 Pukul 18.30 WIB.

JURNAL:

Mulianty, Amin. *Pemikiran Dakwah di Era Kontemporer*. AL-FIKR, Volume 14 Nomor 2 Tahun 2010.

Mulyanto, Agus. *E-Dakwah sebagai Alternatif Media Dakwah*. Jurnal Kaunia, Vol. II, No.1, April. 2006.

Sukidi. *Tinjauan Islam atas Pluralisme Agama*. Jakarta: Artikel Kompas, 17 Juni 2001.

INTERNET:

<http://id.answers.yahoo.com/question/index?qid=20081006032811AASa2mx>. Diakses 24 Oktober 2014 Pukul 07.45 WIB.

<http://id.wikipedia.org/wiki/Madrasah>. Diakses 17 Desember 2014 Pukul 12.25 WIB.

<http://m.liputan6.com/tekno/read/2199730/kominfo-blokir-22-situs-yang-dianggap-radikal>, diakses tanggal 22 Juni 2015 Pukul 22.00 WIB