

RINGKASAN

E-dakwah Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah: Penggunaan *Twitter* sebagai Media Dakwah Kontemporer.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pendekatan yang digunakan adalah analisis tekstual dan studi kasus. Dalam penelitian ini digali tentang konten dakwah Islam kontemporer, keharusan untuk mendesain ulang konten-konten dakwah merupakan tuntutan modernisasi yang tidak dapat di tawar-tawar lagi, sebab problema muncul di zaman modern jauh lebih kompleks dan memerlukan respon yang lebih beragam dan akomodatif. 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* merupakan nilai tambah karena media konvensional hanya menawarkan komunikasi yang pasif. Interaktivitas merupakan hal yang penting karena memperlihatkan komunikasi antara penyampai dakwah dan *followers*.

Objek penelitian adalah akun *twitter* Nahdatul Ulama dan akun *twitter* Muhammadiyah. Akun *twitter* NU diberi nama @nu_online, @nu_online merupakan situs resmi Nahdatul Ulama yang menyampaikan informasi sosial kemasyarakatan dan kebangsaan serta layanan keagamaan dengan mengedepankan sikap moderat Ahlussunnah Wal Jamaah. Nahdatul Ulama mempunyai *tagline* "teknologi sebagai tradisi". Teknologi sebagai tradisi sebagai penegasan bahwa anggapan masyarakat yang menilai NU adalah konservatif, identik dengan perdesaan, pesantren, dan tidak mengikuti perkembangan zaman tidak benar, NU merupakan organisasi yang tidak gagap terhadap teknologi sehingga menggunakan *new media* sebagai sarana dakwah. NU menyikapi positif dengan adanya teknologi yang semakin berkembang. NU mempunyai prinsip Al-Muhafadzah ala al-qadhimi al-salih, wa al-akhdu bi al-jadidi al-ashlah artinya NU melestarikan nilai-nilai lama yang baik dan mengakomodasi nilai-nilai baru lebih baik sehingga tetap tidak kehilangan dan meninggalkan tradisi lama. Sedangkan akun *twitter* Muhammadiyah diberi nama @muhammadiyah. MD sebagai salah satu Ormas yang bercorak pembaharu senantiasa 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 sangat kaya dan informatif. Keberadaan situs MD *online* mewadahi berbagai informasi yang bisa menjelaskan apa itu MD dan apa saja aktivitas MD.

Hasil penelitian menunjukkan konten e-dakwah kontemporer dalam akun *twitter* Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah berisi aspek-aspek aqidah, syariah, akhlaq, dan muamalah. Konten aqidah dalam *twitter* @nu_online memuat tentang bahaya aliran sesat atau aliran keras dalam Islam, konten aqidah dalam akun *twitter* Muhammadiyah memuat tentang pentingnya bersyukur dan bertakwa pada Allah SWT. Konten syariah dalam akun *twitter* @nu_online memuat tentang hikmah ziarah kubur dan mendoakan leluhur (para Wali Allah) dan pentingnya memuliakan Nabi Muhammad dengan memperbanyak membaca Sholawat Nabi,

konten syariah dalam akun *twitter* Muhammadiyah memuat tentang keutamaan shalat dalam Islam. Konten akhlaq dalam akun *twitter* @nu_online memuat tentang hakikat toleransi antar umat beragama, konten akhlaq dalam akun *twitter* @muhammadiyah tentang saling menghargai sesama muslim sebagai identitas seorang muslim sejati. Konten muamalah dalam akun *twitter* @nu_online dan @muhammadiyah sama-sama memuat tentang berbagai aktivitas kemasyarakatan kedua organisasi dalam bidang pendidikan, sosial, dan politik. Ketiga bidang kegiatan muamalah 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.

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 (aqidah, syariah, akhlaq, dan muamalah) dalam perspektif yang lebih luas dan terbuka. *Twitter* Nahdatul Ulama cenderung bersifat “searah” (*one way interactivity*) dalam bentuk *tweet* dan *retweet*, dimana admin hanya *men-tweet* dan *me-retweet followers*, pola interaktivitas searah ini, pertanyaan *followers* dalam akun *twitter* hampir tidak pernah direspon (*reply*) oleh admin, hal ini merupakan bentuk kehati-hatian agar tidak menimbulkan perdebatan yang berkelanjutan dalam *twitter* sehingga dibentuk redaksi tersendiri yang dinamakan Batsul Masail yang khusus membalas pertanyaan-pertanyaan di media sosial. Akun *twitter* Muhammadiyah lebih bersifat “dua arah” (*two ways interactivity*) dalam bentuk *tweet* dan *reply*, di mana admin selalu menjawab atau merespon terhadap pertanyaan dan 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 akun *twitter* @nu_online lebih heterogen karena tidak hanya dari kalangan Nahdatul Ulama dan agama Islam, tetapi banyak yang berasal dari organisasi masyarakat lain dan agama lain seperti Budha, Kristen, Konghucu, Hindu. Sedangkan *followers* dalam *twitter* @muhammadiyah homogen karena *followers* mayoritas beragama Islam. *Fake followers* dalam akun *twitter* @nu_online bukan dari pihak admin atau redaksi tim nu_online tetapi dari pihak luar nu_online. *Fake followers* dalam *twitter* @muhammadiyah berasal dari *followers* dan simpatisan @muhammadiyah yang ingin melihat *twitter* @muhammadiyah mempunyai banyak *followers*.

ABSTRAK

Elfara Shadrina (2015). Jurusan Media Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga Surabaya. E-Dakwah Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah: Penggunaan *Twitter* Sebagai Media Dakwah Kontemporer. Dibimbing Dr. Henri Subiakto, SH, MA dan Prof. Rachmah Ida, Dra., M.Comms., PhD.

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. 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. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan konten e-dakwah kontemporer *twitter* Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah dan interaktivitas e-dakwah kontemporer *twitter* Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah dari konten yang disampaikan admin kepada *followers*

Data penelitian dikumpulkan melalui dokumentasi konten *twitter* dan wawancara mendalam dengan para informan, kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis tekstual dan analisis naratif-kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan: (1) konten e-dakwah kontemporer dalam akun *twitter* Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah memuat tentang aspek-aspek aqidah, syariah, akhlaq, dan muamalah (pendidikan, organisasi, politik) dalam Islam; (2) 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 (aqidah, syariah, akhlaq, dan muamalah) dalam perspektif yang lebih luas dan terbuka. *Twitter* Nahdatul Ulama cenderung bersifat “searah” (*one way interactivity*) dalam bentuk *tweet* dan *retweet*, di mana admin hanya *men-tweet* dan *me-retweet followers* dan dalam akun *twitter* Muhammadiyah lebih bersifat “dua arah” (*two ways interactivity*). *Followers* dalam akun *twitter* @nu_online lebih heterogen karena tidak hanya dari kalangan Nahdatul Ulama dan beragama Islam, *twitter* @muhammadiyah homogen karena *followers* mayoritas beragama Islam.

Kata-kata Kunci: *Twitter*, E-dakwah, Nahdatul Ulama, Muhammadiyah.

ABSTRACT

Elfara Shadrina (2015). Media and Communication, Faculty of Social and Political Sciences, Airlangga University Surabaya. E-Da'wah Nahdatul Ulama and Muhammadiyah: Use of *Twitter* As Da'wah Contemporary Media. Supervised by Dr. Henri Subiakto, SH, MA and Prof. Rachmah Ida, Dra., M.Comms., PhD.

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.