

**STRATEGI DAKWAH PENGELOLA AKUN TWITTER  
@NUGARISLUCU DAN @MUHAMMADIYINGL DALAM  
MENGUATKAN MODERASI BERAGAMA DI MEDIA SOSIAL**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Jurusan Dakwah dan Komunikasi

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Oleh:

**NUR KHOLIS**

**NIM. 171211146**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
JURUSAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID  
SURAKARTA**

**2023**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Kholis  
NIM : 17.12.11.146  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Ushuludin dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul Strategi Dakwah Pengelola Akun Twitter @Nugarislucu dan @MuhammadiyahGL dalam Menguatkan Moderasi Beragama di Media Sosial adalah hasil karya atau penelitian saya sendiri dan bukan plagiasi dari hasil karya orang lain. Demikian pernyataan ini dibuat, apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surakarta, 3 September 2023

Yang menyatakan



Nur Kholis

NIM. 171211146

**Dr. ZAINUL ABAS S.Ag., M. Ag.**

**DOSEN PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
UIN RADEN MAS SAID SURAKARTA**

**NOTA PEMBIMBING**

Hal : Skripsi Sdr. Nur Kholis

Lampiran : -

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

UIN Raden Mas Said Surakarta

Assalamualikum Wr.Wb

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi, dan melakukan perbaikan seperlunya terhadap skripsi saudara:

Nama : Nur Kholis

NIM : 171211146

Judul : Strategi Dakwah Pengelola Akun Twitter @Nugarislucu dan @MuhammadiyahinGL dalam Memperkuat Moderasi Beragama di Media Sosial

Dengan ini kami menilai skripsi tersebut dapat disetujui untuk diajukan pada Sidang Munaqosah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Surakarta, 3 September 2023

Pembimbing



Dr. Zainul Abas S.Ag., M. Ag.

NIP. 19720505 200112 1 001

HALAMAN PENGESAHAN

**Strategi Dakwah Pengelola Akun Twitter @Nugarislucu dan  
@MuhammadiyahGL dalam Memperkuat Moderasi Beragama di Media Sosial**

Disusun oleh :

**Nur Kholis**

NIM. 17.12.11.146

Telah dipertahankan di depan dewan penguji skripsi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta pada Hari Jumat, Tanggal 15 September 2023. Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos).

Surakarta, 3 Oktober 2023

Penguji Utama,



**Dr. Hj. Kamila Adnani, M.Si**

NIP. 19700723 200112 2 003

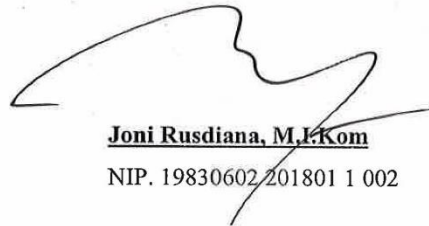
Penguji II/Ketua Sidang,



**Dr. Zainul Abas S.Ag., M. Ag.**

NIP. 19720505 200112 1 001

Penguji Sidang I/Sekretaris Sidang,



**Joni Rusdiana, M.I.Kom**

NIP. 19830602 201801 1 002

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah



**Prof. Dr. Islah, M.Ag.**

NIP. 19740522 200312 1 001

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Halaman persembahan ini sebagai bentuk penghargaan dan ucapan terima kasih kepada banyak pihak yang telah memberikan dukungan dalam berjalannya proses skripsi hingga selesainya penelitian skripsi ini. Rasa terima kasih yang sangat dalam peneliti ucapkan kepada:

1. Kedua orang tua yang sangat berjasa dalam memberikan fasilitas untuk dapat melanjutkan pendidikan di jenjang Perguruan Tinggi ini.
2. Kakak dan seluruh anggota keluarga besar yang telah berusaha memberikan semangat dan dukungan penuh untuk segera menyelesaikan skripsi.
3. Teman-teman KPI 17 yang telah kebersamai dalam proses perkuliahan dari awal masuk kuliah hingga berada di titik sekarang.
4. Almamater UIN Raden Mas Said Surakarta.
5. Para Dosen KPI yang telah sudi membimbing dan membagi ilmunya yang tak terhingga.

## **HALAMAN MOTTO**

“Do what you love and love what you do”

“Chance never comes twice”

## ABSTRAK

**Nur Kholis, NIM 17.12.11.146, Strategi Dakwah Pengelola Akun Twitter @Nugarislucu dan @MuhammadiyahGL Dalam Memperkuat Moderasi Beragama di Media Sosial. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Jurusan Dakwah dan Komunikasi, Fakultas Ushuludin dan Dakwah. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. 2023**

Fenomena terbaru yang menarik dicermati di media sosial saat ini adalah maraknya ujaran kebencian, intoleransi, intimidasi, dan persekusi yang mempertajam polarisasi dalam kehidupan berbangsa. Akun Twitter @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL melihat fenomena tersebut sangat berpotensi menjadi pemecah belah bangsa. Riset ini mencoba menjabarkan upaya kedua akun tersebut dalam menanggulangi ujaran kebencian, intoleransi, intimidasi, persekusi, dan menumpulkan polarisasi di media sosial, utamanya Twitter.

Metode penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif deskriptif menggunakan pendekatan metode strategi dakwah, studi kepustakaan (*library research*), dan wawancara langsung untuk pengumpulan data. Strategi dakwah dalam teorinya meliputi penentuan tujuan, persiapan, proses dan pelaksanaan dakwah.

Kesimpulan penelitian ini diambil dari strategi @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL dalam mengkampanyekan moderasi beragama, memperkuat rasa kebangsaan, dan merayakan keberagaman menggunakan humor dan *satire*, yang terbukti sangat efektif, karena dapat mencairkan ketegangan dan *luwes* bergerak di berbagai isu. Konten yang diangkat kedua akun tersebut, yang bersumber dari *hot news*, *trending topic*, *dhawuh kiai*, nasihat ustadz, dan kehidupan pesantren juga membuatnya fleksibel untuk disajikan secara insidental, agar terkesan sebagai akun biasa, yang bebas dari kepentingan khusus. Selain itu, penguatan moderasi bergama di media sosial meliputi intern organisasi, antarumat Islam, dan lintas agama.

**Kata Kunci: Strategi Dakwah, @NUgarislucu, @MuhammadiyahGL, Moderasi Beragama**

## ABSTRACT

**Nur Kholis, NIM 17.12.11.146, The Dakwah Strategy Twitter Account Manager @Nugarlucu, and @MuhammadiyahGL in Strengthening Religious Moderation on Social Media. Islamic Communication and Broadcasting Studies Program. Faculty of Dakwah and Communication. Ushuludin Faculty, and Dakwah. Raden Mas Said, Surakarta State Islamic University, 2023**

The latest interesting phenomenon observed on social media today is the marks of hatred, intolerance, intimidation, and persecution that sharpen polarization in ethnic life. Twitter accounts @NUgarislucu and @MuhammadiyahGL see the phenomenon as potentially divisive. The research tries to illustrate the efforts of both accounts in defeating hate speech, intolerance, intimidation, persecution, and accumulating polarization on social media, mainly Twitter.

The presentation was conducted with descriptive qualitative research using the methodologies of strategy, library research, and direct interviews for data collection. The theoretical strategy of worship encompasses the determination of purpose, preparation, process, and execution.

The conclusions of this study are drawn from the initiative of @NU and MGL to campaign for religious moderation, strengthen nationality, and celebrate diversity using humor and satire, which has proven to be very effective as it can melt tensions and flexible on various issues. The content raised by the two accounts, which comes from hot news, trending topics, Kiai, Ustadz advice, and the lives of the boarding house, also makes it flexible to be presented incidentally, to be impressed as a regular account, free of special interests. In addition, the strengthening of moderation in social media includes organizational internships, interracial Islam, and cross-religious

**Keywords: Dakwa Strategy, @NUgarislucu, @MuhammadiyahGL, Religious Moderation**



## KATA PENGANTAR


Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Strategi Dakwah Pengelola Akun Twitter @Nugarislucu dan @MuhammadiyahGL Dalam Menguatkan Moderasi Beragama Di Media Sosial”

Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sosial strata satu pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Raden Mas Said Surakarta. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya dukungan, bantuan, masukan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudhofir, S.Ag., M.Pd. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. Islah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah.
3. Joni Rusdiana, M.I. Kom., selaku Koordinator Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, sekaligus Sekertaris Sidang.
4. Dr. Hj. Kamila Adnani, M.Si selaku penguji utama, yang telah memberikan masukan, saran, dan kritik yang membangun sehingga skripsi ini bisa menjadi lebih baik.
5. Dr. Zainul Abas S.Ag., M. Ag. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang sabar selalu membimbing dan memberi arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
6. Seluruh Dosen dan *Staff* Fakultas Ushuluddin dan Dakwah yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.
7. Bapak dan Ibu saya yang tercinta, yang telah memberikan dukungan, doa, dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
8. Seluruh sahabat dan teman-teman KPI yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terima kasih telah memberikan *support* sehingga dapat menyelesaikan skripsi.

Semoga amal baik yang telah diberikan mendapat balasan dan limpahan rahmat dari Allah Swt. Amin.

Surakarta, 3 September 2023

  
Nur Kholis  
NIM. 171211146

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>iv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Identifikasi Masalah .....</b>	<b>15</b>
<b>C. Batasan Masalah .....</b>	<b>15</b>
<b>D. Rumusan Masalah .....</b>	<b>15</b>
<b>E. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>16</b>
<b>F. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>16</b>
<b>BAB II.....</b>	<b>18</b>
<b>LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>18</b>
<b>A. Kajian Teori .....</b>	<b>18</b>
<b>1. Strategi Dakwah.....</b>	<b>18</b>
<b>2. Moderasi Beragama.....</b>	<b>38</b>
<b>3. Media Sosial.....</b>	<b>43</b>
<b>4. Twitter.....</b>	<b>50</b>
<b>B. Tinjauan Pustaka .....</b>	<b>53</b>
<b>C. Kerangka Berpikir .....</b>	<b>57</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>58</b>
<b>A. Pendekatan Penelitian .....</b>	<b>58</b>
<b>B. Subjek dan Objek Penelitian .....</b>	<b>59</b>
<b>C. Waktu Penelitian.....</b>	<b>59</b>
<b>D. Sumber Data.....</b>	<b>60</b>
<b>E. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>61</b>
<b>F. Keabsahan Data .....</b>	<b>63</b>
<b>G. Teknik Analisis Data.....</b>	<b>64</b>
<b>BAB IV.....</b>	<b>66</b>
<b>HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>66</b>
<b>A. Gambaran Umum .....</b>	<b>66</b>

<b>B. Sajian Data</b> .....	77
<b>C. Analisis Data</b> .....	104
<b>BAB V</b> .....	122
<b>PENUTUP</b> .....	122
<b>A. Kesimpulan</b> .....	122
<b>B. Keterbatasan Penelitian</b> .....	123
<b>C. Saran</b> .....	123
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	125
<b>LAMPIRAN</b> .....	129

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 Pengguna Internet Indonesia.....</b>	<b>6</b>
<b>Gambar 1. 2 Profil Akun Twitter @NUgarislucu.....</b>	<b>11</b>
<b>Gambar 1. 3 Profil Akun Twitter @MuhammadiyahinGL .....</b>	<b>13</b>
<b>Gambar 2. 1 Bagan Most Used Social Media Platform in 2022) .....</b>	<b>45</b>
<b>Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir .....</b>	<b>57</b>
<b>Gambar 4. 1 Akun Twitter @NUgarislucu &amp; @MuhammadiyahinGL .....</b>	<b>66</b>
<b>Gambar 4. 2 Akun Twitter @Nugarislucu .....</b>	<b>77</b>
<b>Gambar 4. 3 Akun Twitter @MuhammadiyahinGL .....</b>	<b>85</b>
<b>Gambar 4. 4 Esai Iqbal Aji Daryono di <i>mojok.co</i> .....</b>	<b>87</b>
<b>Gambar 4. 5 Quote @NUgarislucu.....</b>	<b>92</b>
<b>Gambar 4. 6 @MuhammadiyahinGL .....</b>	<b>96</b>
<b>Gambar 4. 7 @MuhammadiyahinGL .....</b>	<b>99</b>
<b>Gambar 4. 8 @NUgarislucu .....</b>	<b>101</b>
<b>Gambar 4. 9 @NUgarislucu .....</b>	<b>112</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3. 1 Waktu Penelitian .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabel 4.1 Temuan Data .....</b>	<b>117</b>

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Baru-baru ini bangsa Indonesia mengalami dinamika yang cukup berat. Di saat badai pandemi meluluhlantakkan kehidupan bangsa ini, baik dalam sektor ekonomi, sosial, pendidikan, maupun budaya. Di saat itu pula aksi radikalisme, diskriminasi, dan intoleransi justru semakin subur tak terbendung. Munculnya berbagai macam aksi tersebut membuat suasana tegang dan semakin runyam. Lebih parahnya, aksi tersebut dilakukan oleh umat Islam, yakni umat mayoritas di negeri ini. Sebagai contoh adalah aksi bom bunuh diri di Gereja Katedral Makassar pada 28 Maret 2021 (Septianto, 2021). Juga penyerangan di Mabes Polri oleh seorang wanita pada 31 Maret 2021 (Syailendra Persada, 2021). Dan yang paling mutakhir adalah aksi perusakan sesajen oleh seorang pria di kawasan erupsi Gunung Semeru, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur pada 10 Januari 2022 (Tirto, 2022)

Jauh sebelum itu berbagai macam konflik di Indonesia mencuat dengan membawa nama agama sebagai sumber atau landasan konflik itu sendiri. Contoh yang paling kentara, sekaligus menggemparkan banyak pihak adalah kasus Ahok menjelang pemilihan Gubernur DKI Jakarta pada tahun 2017. Pada saat itu Ahok diduga telah menistakan agama dalam satu ceramahnya di Kepulauan Seribu. Puncaknya, demo berjilid-jilid dilakukan

oleh sekelompok masyarakat, membanjiri kawasan Monas sehari-hari. Pihak yang melakukan demo itu menuntut agar Ahok dijebloskan dalam penjara. Mereka tidak rela apabila DKI Jakarta dipimpin oleh Gubernur yang notabene non Muslim. Berbagai macam persekusi pada saat itu meletus, dilakukan oleh kelompok yang mengatasnamakan agama. Salah satunya adalah gerakan untuk tidak menyolati para pendukung Ahok, karena dianggap sebagai orang yang munafik. Bagi mereka, pendukung Ahok tidak pantas untuk mendapat penghormatan layaknya seorang Muslim (A. Hidayat, 2017).

Konflik keagamaan yang muncul sebab kontestasi politik tidak berhenti di situ. Pada tahun 2019, kita bisa melihat bagaimana hingar-bingar pemilihan presiden menimbulkan gejolak konflik keagamaan yang cukup dahsyat. Waktu itu, Jokowi yang berhasil memenangkan pilpres didukung oleh kelompok Islam yang cenderung moderat, seperti dari kalangan NU dan Muhammadiyah. Sebaliknya, kubu oposisi, yakni Prabowo secara terang-terangan didukung oleh kalangan muslim fundamental. Maka itu, dampak dari pilpres tersebut melahirkan polarisasi agama yang berkepanjangan. Ujaran kebencian, hinaan, olokan, hingga sumpah serapah tak dapat terhindarkan. Alhasil, fanatisme kedua pendukung dengan mengatasnamakan agama semakin menguat. Akibatnya, polarisasi keagamaan bertebaran di mana-mana, baik di dunia nyata maupun di dunia maya. Ibarat sumbu yang sudah dilumuri bensin, api dengan mudahnya menyala atau terbakar oleh percikan api emosi yang tidak terkendali.

Ironisnya, polarisasi yang diakibatkan oleh kontestasi politik itu tidak serta merta selesai di saat hajatan pemilu tersebut usai, justru terus menerus bergulir hingga saat ini.

Data mutakhir menyebutkan bahwa aksi intoleransi, persekusi, dan diskriminasi justru semakin dari hari ke hari. Setara Institute dalam risetnya yang berjudul “Intoleransi Semasa Pandemi”, menyebutkan bahwa pandemi menjadi lahan subur tumbuhnya diskriminasi dan intoleransi. Lembaga yang memiliki jargon *Institute for Democracy and Peace* itu mencatat, sepanjang tahun 2022, terjadi 175 pelanggaran Kebebasan Beragama/Berkeyakinan (KBB) dengan jumlah total 333 tindakan. Pelanggaran KKB tersebut tersebar di 29 Provinsi di Indonesia. Provinsi Jawa Timur menduduki peringkat pertama dengan total 34 pelanggaran, kemudian disusul oleh Provinsi Jawa Barat (25), DKI Jakarta (24), Banten (11), Jawa Tengah (10), Sumatera Utara (10), Aceh (7), Kalimantan Barat (7), Nusa Tenggara Barat (6), Riau (5) (Sigit & Hasani, 2022)

Menilik kondisi demikian banyak ulama kita yang khawatir dan cemas. Oleh sebab itu, mereka berinisiatif untuk menggaungkan moderasi beragama. Bukan hanya itu, bahkan, pemerintah melalui Kementerian Agama Republik Indonesia belakangan ini juga gencar menyuarakan moderasi beragama ke berbagai elemen masyarakat. Mereka meyakini apabila kondisi demikian berlarut-larut, bukan tidak mungkin lagi bangsa Indonesia bakal mengikuti jejak negara-negara Islam di Timur Tengah, yang diselimuti konflik berkepanjangan sampai detik ini, seperti di Suriah,



Afganistan, dan negara-negara yang lain. Maka dari itu, berbagai macam upaya dilakukan oleh pemerintah untuk mempromosikan moderasi beragama, baik dalam skala nasional maupun internasional.

Upaya demikian tentu menjadi penting, sebab dalam kehidupan bernegara, keamanan dan kebebasan dalam menjalankan praktik keagamaan dengan tenang dan leluasa adalah sebuah keniscayaan dan impian bersama. Islam dan agama-agama yang lain, tentu harus menjadi agama yang menginspirasi, yang dapat menciptakan kerukunan dan kedamaian, bukan malah menjadi biang dari konflik dan perpecahan. Hal itu dapat dilakukan apabila sikap moderasi menjadi sebuah pedoman dalam beragama. Maka demikianlah sejatinya watak dari Islam, yakni agama yang dibangun atas dasar *tawasuth* (jalan tengah), *tawazun* (seimbang), *ta'adul* (tegak lurus), dan *tasamuh* (toleran). Semua itu bisa disatukan dalam kalimat *wasathiyah* (moderat) (Aziz, 2020).

Gagasan dan pemikiran moderasi beragama yang digalakkan oleh Pemerintah melalui Kementerian Agama tentu sebuah terobosan yang patut diapresiasi dan didukung bersama. Pasalnya, sikap ekstrem dalam beragama akhir-akhir ini semakin menguat dan marak ditemui, baik di dunia nyata maupun dunia maya. Tentu saja sikap ekstrem dalam beragama itu melenceng atau tidak sesuai dengan esensi ajaran agama itu sendiri. Perilaku ekstrem tersebut tidak jarang menimbulkan konflik, intoleransi, diskriminasi, persekusi, sikap saling benci, bahkan peperangan. Akibatnya, hal ini menjadi alarm atau peringatan dini akan runtuhnya sebuah

peradaban. Oleh sebab itu, sikap-sikap demikian itulah yang perlu dimoderasi. Pada akhirnya, moderasi beragama, sebuah upaya untuk mengembalikan pemahaman dan praktik beragama ke jalur yang semestinya wajib dilakukan. Moderasi beragama tak ubahnya esensi agama yang menjunjung tinggi peradaban, harkat dan martabat manusia bukan malah sebaliknya, merusak perdamaian dan meruntuhkan peradaban (K. A. RI, 2019b).

Lebih lanjut, moderasi beragama yang digaungkan oleh para ulama dan Pemerintah diharapkan tidak hanya sampai pada segelintir masyarakat saja. Namun, kampanye moderasi beragama diharapkan mampu tersebar hingga akar rumput, menembus semua lapisan masyarakat, utamanya di ruang digital atau media sosial. Sebab, media sosial, saat ini, bukanlah barang baru bagi masyarakat Indonesia. Media sosial menjelma menjadi *platform* yang amat digandrungi, karena beragam akses dan kemudahan yang ditawarkan. *We Are Social*, sebuah platform manajemen media sosial, dalam risetnya mengungkapkan bahwa pengguna internet di Indonesia pada 2022 mencapai 204,7 juta. Artinya, 73,7 % dari total penduduk Indonesia (277,7 juta) telah terhubung internet. Angka ini meningkat 1% jika dibandingkan dengan tahun lalu, 2021, saat itu penetrasi internet di Indonesia berada di angka 202,6 juta. Dengan data tersebut mengantarkan Indonesia menempati urutan ke-3 di Asia dalam hal pengguna internet, Indonesia hanya kalah dari China dan India. Sementara, menurut riset yang sama, sejumlah 191 juta atau 68,9% penduduk Indonesia merupakan

pengguna aktif media sosial. Angka tersebut melonjak 12,6% jika dibandingkan tahun lalu. Dari sekian banyak media sosial yang tersedia, YouTube, WhatsApp, Instagram, Facebook, dan Twitter menempati urutan teratas medsos yang paling banyak dikunjungi



**Gambar 1. 1 Pengguna Internet Indonesia**

**Sumber: *We Are Social***

Selain jumlah pengguna media sosial Indonesia yang begitu besar, ruang digital kita akhir-akhir ini kerap kali menjadi ruang pertikain dan perdebatan antarkelompok maupun individu. Salah satu penyebabnya adalah maraknya berita hoaks di berbagai linimasa media sosial. Dari sekian berita hoaks yang beredar, terdapat beragam konten di dalamnya. Mulai dari hoaks tentang politik, kesehatan, ekonomi, bencana alam, hingga terkait isu agama. Hoaks yang menggunakan topeng agama tentu sangat berakibat fatal, dapat memicu konflik, bahkan melahirkan perseteruan yang berujung peperangan. Peralnya, sisi emosional manusia akan sangat mudah tersentuh

dan tersulut tatkala bersinggungan dengan agama. Menimbang dampak jahatnya, hoaks dapat dianggap lebih keji dari pembunuhan. Untuk itu, mengkampanyekan moderasi beragama di ruang digital menjadi keharusan yang tidak dapat ditawar. (K. Hidayat, 2019).

Hasil survei nasional PPIM UIN Jakarta di tahun 2017 menunjukkan bahwa internet berpengaruh besar terhadap meningkatnya intoleransi, utamanya pada generasi milenial atau generasi Z. Bahkan, siswa dan mahasiswa yang tidak memiliki akses internet lebih memiliki sikap moderat dibandingkan mereka yang memiliki akses internet. Padahal mereka yang memiliki akses internet sangat besar, yaitu sebanyak 84,94%, sisanya 15,06% siswa/mahasiswa tidak memiliki akses internet. Ironisnya, internet atau media sosial lebih tepatnya menjadi platform yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan generasi milenial maupun generasi Z. Mereka lebih mengandalkan dunia maya untuk melakukan apapun, tak terkecuali sebagai sumber belajar agama. Sebanyak 54,37% siswa dan mahasiswa belajar pengetahuan tentang agama dari internet, baik itu media sosial, blog, maupun website (K. A. RI, 2019a).

Sementara itu, survei Centre for Strategic and International Studies memotret perilaku generasi kelompok usia 17-29 tahun. Sebanyak 53,7 persen responden mengaku tidak bisa menerima pemimpin yang berbeda agama. Tentu pandangan mereka cukup mengejutkan sebab pandangan itu cenderung intoleran, radikal, dapat mengancam demokrasi dan keutuhan Republik ini. Senada dengan itu, microsoft belum lama ini mengeluarkan

Digital Civility Index atau Indeks Keadaban Dunia (DCI) yang melihat tingkat keadaban suatu negara di dunia maya. Dari 32 negara yang disurvei, Indonesia menempati urutan ke-29. Artinya, Indonesia masuk 3 besar dari negara yang tingkat keadabannya rendah. Hasil buruk Indonesia dalam survei ini tentu amat menyedihkan mengingat masyarakat Indonesia sejak dulu dikenal sebagai bangsa yang ramah, pemurah, dan beretika. Dengan hasil survei itu, tentu saja mencoreng nama baik dan mengubah pandangan global terhadap bangsa Indonesia. Selepas survei ini dipublikasikan, tidak lama kemudian, warganet membanjiri akun instagram microsoft sebagai bentuk aksi protes, tidak terima dari hasil survei tersebut. Hal itu semakin mengukuhkan hasil survei DCI. Jika keadaan seperti ini terus-menerus dibiarkan, bukan tidak mungkin lagi bangsa Indonesia akan semakin tidak beradab, arogan, dan radikal (Kholis, 2021).

Berkaca dengan kondisi demikian, tentu saja pengembangan literasi keagamaan yang mengandung muatan ajaran Islam moderat, mengedepankan moderasi beragama sangat dibutuhkan untuk membendung laju konservatisme di media sosial. Keadaan ini kemudian menjadi pencetus munculnya beragam pendakwah di media sosial. Banyaknya pendakwah yang bermunculan di media sosial cukup menarik simpati dan diminati warganet. Pendekatan mereka dibidang berhasil merangkul banyak muslim, yang hidup pada zaman serba digital. Generasi pertama pendakwah yang turun gunung di media sosial di antara lain adalah Gus Nadirsyah Hosen, Ustaz Abdul Somad, Khalid Basalamah, Hanan Attaki, dan Adi Hidayat.

Belakangan bermunculan pendakwah yang tidak kalah tenarnya, seperti Gus Baha, Gus Muwafiq, dan Gus Miftah (Tempo, 2018).

Tidak hanya pendakwah saja yang mewarnai arena dakwah di media sosial, namun juga diikuti oleh banyak akun dakwah yang tak kalah inovatifnya. Akun Twitter NU Garis Lucu (@NUgarislucu) merupakan satu dari sekian akun dakwah yang mewarnai jagat media sosial. Tidak salah memang memanfaatkan Twitter sebagai media untuk dakwah, sebab Twitter merupakan media yang banyak peminatnya. Ia menawarkan kemudahan untuk menyampaikan beragam informasi. Tidak hanya itu, Twitter juga menjadi *platform yang friendly*, artinya membuka ruang interaksi kepada sesama pengguna secara langsung. Oleh sebab itu, tidak mengherankan apabila Twitter menjadi media sosial yang digandrungi banyak orang. Buktinya, sejak kali pertama berdiri pada tahun 2006, pengguna Twitter terus bertambah drastis. Data mutakhir (2022) menunjukkan bahwa pengguna Twitter di dunia mencapai 436 juta pengguna. Sementara pengguna Twitter di Indonesia di angka 18,45 juta, setara dengan 4,23 % pengguna Twitter di dunia. Jumlah tersebut naik 31,3% dibandingkan dengan tahun lalu, yakni 14,05 juta (Ayu Rizaty, 2022)

Peluang dan ceruk dakwah di Twitter betul-betul dibaca dengan baik oleh admin atau pengelola akun Twitter @Nugarislucu. Ia memanfaatkan dan menjadikan akun Twitter @NUgarislucu sebagai akun dakwah yang memiliki strategi dan keunikan tersendiri, sehingga berhasil menarik banyak simpatisan. Hal ini dibuktikan dengan jumlah pengikutnya yang

cukup banyak. Hingga penelitian ini ditulis follower @NUgarislucu mencapai lebih dari 922 ribu. Konten yang sederhana dengan dibumbui humor segar kekinian menjadi ciri khas @NUgarislucu.

Akun @NUgarislucu didirikan pada Maret tahun 2015. Unikny akun yang mengatasnamakan NU itu dibuat tanpa sepengetahuan Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU). Ada dua faktor yang melatarbelakangi lahirnya akun ini, *pertama*, faktor internal, yakni sebagai upaya untuk menandingi NU garis lurus. *Kedua*, faktor eksternal, yakni sebagai upaya untuk memberikan dakwah dengan nuansa humor di tengah ketegangan bermedia sosial (Syarifudin, 2020).

Ahmad Hidayatullah dalam artikelnya yang berjudul *Inklusifitas Dakwah Akun @Nugarislucu di Media Sosial* mengungkap temuan bahwa adanya akun ini hanya sebagai gerakan ekspresif dunia maya yang hendak menyalurkan progresifitas toleransi dan perdamaian ala Gus Dur melalui humor. Namun demikian sejatinya jika diamati secara pola kemunculannya, akun @NUgarislucu memiliki tujuan lain untuk meredam gejolak di intern NU menjelang Muktamar ke-33 NU.



**Gambar 1. 2 Profil Akun Twitter @NUgarislucu**

**Sumber: Twitter @NUgarislucu**

Pada mulanya akun ini memuat konten yang berhubungan dengan aktivitas orang-orang NU dengan ciri khasnya, penuh dengan celetukan humor. Seiring berjalannya waktu, bermunculan akun garis lucu yang lain seperti @Muhammadiyah1 @khatolikgarislucu, @khonghucugarislucu, @hindugarislucu, dan lain-lain. Dalam praktiknya, di kehidupan sehari-hari, sering kali NU dan Muhammadiyah berseberangan dalam hal amaliah dan banyak hal yang lain. Tapi melalui media Twitter ini, kedua akun ini sering kali sindir menyindir, namun dengan nuansa cair. Hubungan kedua



akun ini menuai komentar positif dari warganet. Fenomena dakwah di media sosial yang dilakukan oleh keduanya melahirkan persepsi baru, strategi dakwah tidak selalu diusung dengan doktrin yang serius dan *sepaneng*. Namun, dakwah dapat dilakukan dengan rileks, penuh dengan candaan dan membahagiakan. Selain itu, perbedaan pandangan yang seringkali menimbulkan kegaduhan, kini dapat dicairkan melalui humor, jenaka dan menguatkan moderasi beragama. (Hidayatullah & D, 2019).

Sementara itu, akun Twitter Muhammadiyah Garis Lucu (@MuhammadiyahGL) lahir pada bulan Mei tahun 2018, atau lebih tepatnya selisih 3 tahun dari kemunculan akun @NUgarislucu. Pada awal kemunculannya, akun @MuhammadiyahGL menuai beragam respon dari masyarakat, baik dari kalangan warga Muhammadiyah maupaun dari warga non Muhammadiyah. Banyak yang mengapresiasi atas kemunculan akun @MuhammadiyahGL, namun tidak sedikit pula yang meragukan akan kelucuan warga Muhammadiyah. Hal demikian tentu saja maklum sebab di dunia nyata, kerap kali warga Muhammadiyah dikenal dengan pembawaan yang serius, tidak *cengengesan*, dan selera humornya kurang. Tentu saja karakter demikian berbeda dengan warga NU, yang lebih dikenal dengan selera humor yang tinggi. Tidak hanya itu, di awal kemunculan akun @MuhammadiyahGL, beberapa warga Muhammadiyah sendiri menuduh bahwa akun @MuhammadiyahGL adalah penyusup di tubuh keluarga besar persyarikatan sekaligus dituding melecehkan Muhammadiyah (Kumparannews, 2019).

Meski demikian, akun Twitter @MuhammadiyahGL menepis anggapan warganet, yang meragukan sisi humor warga Muhammadiyah dengan cuitan-cuitan yang mengundang gelak tawa. Buktinya sampai penelitian ini ditulis follower akun Twitter @MuhammadiyahGL telah mencapai 121 ribu. Hal itu menunjukkan keberhasilan sekaligus membuktikan bahwa warga Muhammadiyah juga bisa bercanda, *guyon*, seperti umumnya warga NU (Rozak & Pd, 2021)



**Gambar 1. 3 Profil Akun Twitter @MuhammadiyahGL**  
**Sumber: Akun Twitter @MuhammadiyahGL**

Pada awal kemunculannya akun Twitter @MuhammadiyahGL kerap kali berinteraksi dengan seniornya, akun Twitter @NUgarislucu. Tidak jarang keduanya saling menyindir dan berbalas *guyonan* yang cair, mengundang gelak tawa para followersnya. Sindirin dan *guyonan* antar kedua akun tersebut sejatinya memiliki dampak dan arti yang mendalam. Pertama, interaksi yang dibangun dengan pendekatan humor dapat melunturkan kebencian, *hate speech*, diskriminasi, dan persekusi di media sosial. Kedua, menjadi cara baru untuk dialog antariman agar ujaran kebencian antaragama meredam digantikan dengan kerukunan dan moderasi beragama (Muhammad Asad, 2019).

Dari data di atas, bisa ditarik kesimpulan bahwa akun twitter @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL bukan sekadar akun yang *selengekan* yang penuh dengan *guyonan* tetapi akun ini mengemban misi mulia, yakni perdamaian, baik untuk internal NU dan Muhammadiyah sendiri maupun untuk kalangan lebih luas. Akun ini melahirkan moderasi beragama di kancah media sosial. Oleh karena itu, @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL layak untuk digali informasinya mendalam baik bagaimana cara atau strategi mereka dalam menyebarkan perdamaian, mencairkan suasana, dan mengajak *followernya* untuk senantiasa menjunjung tinggi toleransi dan menghargai keberagaman.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Praktik intoleransi, diskriminasi, dan radikalisme semakin menguat.
2. Media sosial menjadi platform tumbuh suburnya kasus intoleransi.
3. Masih kurang maksimalnya penggunaan media sosial sebagai platform literasi keagamaan yang moderat.
4. Kampanye moderasi beragama belum sepenuhnya digaungkan ke berbagai lini masyarakat Indonesia.

## **C. Batasan Masalah**

Untuk memfokuskan permasalahan yang akan diteliti, maka perlu dilakukan pembatasan masalah. Pembatasan masalah mutlak dilakukan untuk menghindari penelitian keluar dari topik permasalahan. Batasan masalah di penelitian ini difokuskan pada prinsip strategi dakwah pengelola akun Twitter @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL dalam menguatkan moderasi beragama di media sosial.

## **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis mendapatkan rumusan masalah yang akan penulis gunakan dalam penelitian ini. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi dakwah pengelola akun Twitter @NUgarislucu dan

@MuhammadiyahGL dalam menguatkan moderasi beragama di media sosial?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah yang sudah tertulis di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi dakwah pengelola akun Twitter @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL dalam menguatkan moderasi beragama di media sosial ditinjau dengan analisis strategi dakwah.

#### **F. Manfaat Penelitian**

##### **a. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menambah referensi kepustakaan serta wawasan keilmuan yang dapat dijadikan rujukan pertimbangan bagi penelitian yang sejenis di masa yang akan datang. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu komunikasi melalui strategi dakwah pengelola akun Twitter @NUgarislucu dan dan @MuhammadiyahGL dalam menguatkan moderasi beragama di media sosial. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan guna penelitian selanjutnya.

##### **b. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran nyata kepada masyarakat berkaitan dengan metode dakwah pengelola akun

Twitter @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL dalam menguatkan moderasi beragama di media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan koreksi maupun evaluasi serta acuan pada pendakwah maupun pemerintah guna menyebarkan ajaran Islam berlandaskan moderasi beragama.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Strategi Dakwah**

###### **a. Pengertian Dakwah**

Ditinjau dari segi bahasa dakwah berasal dari bahasa arab, yang terdiri dari tiga huruf, yakni *dal*, *wau*, dan *ain*. Ia merupakan *isim mashdar*, yang berasal dari *fi'il* (kata kerja) “*da’a yad’u*” yang memiliki arti memanggil, mengajak, menyeru, mengundang, mendatangkan, mendoakan, menangisi dan meratapi. Menurut Ali Aziz dalam bukunya yang berjudul *Ilmu Dakwah* ia mengemukakan bahwa dakwah berarti mengajak atau memanggil seseorang menuju jalan yang benar (Ali Aziz, 2017).

Sedangkan pengertian dakwah menurut syara (istilah) sangat beragam. Ahmad Warson Munawwir menyebutkan bahwa dakwah memiliki arti memanggil (*to call*), mengundang (*to invite*), mengajak (*to summon*), mendorong (*to urge*), dan memohon (*to pray*) (S. M. Amin, 2013a).

Muhammad Nasir menyebut dakwah sebagai usaha menyampaikan ajaran Islam tentangan pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia, yang meliputi *amar ma;ruf nahi munkar*, dengan beraneka macam media kepada individu manusia maupun seluruh manusia. Quraish Shihab mendefinisikan dakwah sebagai seruan atau

ajakan kepada keinsyafan atau usaha untuk merubah situasi yang lebih baik atau sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat. Sementara itu, dakwah menurut Departemen Agama RI adalah setiap usaha yang mengarahkan untuk memperbaiki suasana kehidupan yang lebih baik dan layak untuk memperbaiki suasana kehidupan yang lebih baik sesuai dengan kehendak dan turunan kebenaran (Basit, 2013).

Abu Bakar Zakariya mengatakan dakwah adalah usaha para ulama dan orang-orang yang memiliki pengetahuan agama Islam untuk memberikan pengajaran kepada khalayak umum sesuai dengan kemampuan yang dimiliki tentang hal-hal yang mereka butuhkan dalam urusan dunia dan keagamaan (Ali Aziz, 2017).

Sementara Syekh Ali bin Shalih al-Mursyid berpendapat bahwa dakwah adalah system yang menjelaskan kebenaran, kebajikan, dan petunjuk (agama) sekaligus menguak berbagai kebatilan berserta media dan metodenya melalui sejumlah teknik, metode, dan media yang lain (Ali Aziz, 2017).

Dari beberapa definisi dakwah yang dikemukakan para ahli di atas bisa ditarik kesimpulan bahwa dakwah merupakan suatu kegiatan yang memiliki tujuan positif, yakni proses peningkatan iman dalam diri manusia sesuai syariat Islam. Proses menunjukkan kegiatan yang terus menerus, berkesinambungan, dan bertahap. Peningkatan adalah perubahan kualitas yang positif, dari buruk menjadi baik, atau dari baik menjadi lebih baik (Ali Aziz, 2017).



## **b. Metode Dakwah**

Secara etimologi, metode berasal dari bahasa Yunani, *metodos*, yang memiliki arti cara atau jalan. Sedangkan secara sistematis, metode (dalam bahasa arab: *thariqat* atau *manhaj*) merupakan ilmu pengetahuan yang mempelajari tentang cara-cara atau jalan yang ditempuh untuk mencapai tujuan dengan hasil yang efektif dan efisien. Jadi, metode dakwah dapat diartikan sebagai cara atau jalan untuk mencapai tujuan dakwah yang dilaksanakan secara efektif dan efisien. Metode dakwah lebih dikenal dengan *approach* atau cara yang dilakukan seorang dai kepada komunikator (Ali Aziz, 2017).

Selain itu, metode dakwah dapat diartikan sebagai cara tertentu yang dilakukan oleh *da'i* (komunikator) kepada *mad'u* (komunikan) untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan dakwah harus bertumpu pada suatu pandangan kemanusiaan, menempatkan penghargaan yang mulia atas diri manusia (Abdullah, 2018). Dalam menyampaikan pesan dakwah, metode dakwah sangat penting peranannya agar pesan tersampaikan dengan mudah dan dapat dipahami oleh *mad'u* (Ali Aziz, 2017)

Dalam membahas metode dakwah, pada umumnya para ulama atau pakar merujuk pada Al-Quran surat An-Nahl ayat 125:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (Q.S An-Nahl :125) (D. A. RI, 2016).

Dari ayat di atas bisa diambil kesimpulan bahwa terdapat tiga metode dakwah yang diperintahkan Allah, yaitu *bil hikmah* (kebijaksanaan), *mauizah hasanah* (pengajaran yang baik), dan *mujadalah* (perdebatan dengan cara yang baik). Namun, beberapa tokoh mutakhir tidak hanya berhenti di situ, mereka menambahkan beberapa metode dakwah yang relevan dan dapat digunakan di era sekarang, sebut saja metode dakwah *bil lisan* dan juga *bil qalam*.(Ali Aziz, 2017).

Dalam Kamus Ilmiah Populer, metode adalah cara yang sistematis dan teratur untuk melaksanakan sesuatu atau cara kerja (Paus A. Partanto, 1994; 461). Dari beberapa definisi ini, setidaknya ada tiga karakter yang melekat dalam metode dakwah;

1. Metode dakwah merupakan cara-cara sistematis yang menjelaskan arah strategi dakwah yang telah ditetapkan. Ia bagian dari strategi dakwah.

2. Karena menjadi bagian dari strategi dakwah yang masih berupa konseptual, metode dakwah bersifat lebih konkret dan praktis. Ia harus dapat dilaksanakan dengan mudah.
3. Arah metode dakwah tidak hanya meningkatkan efektivitas dakwah, tetapi juga bisa menghilangkan hambatan-hambatan dakwah. Setiap strategi memiliki keunggulan dan kelemahan. Metodenya berupaya menggerakkan keunggulan tersebut dan memperkecil kelemahannya.

Dalam dakwah Islam, sering terjadi bahwa disebabkan metode dakwah yang salah, Islam dianggap sebagai agama yang tidak simpatik, peng-hambat perkembangan, atau tidak masuk akal. Saat ini, metode dianggap sebagai teknologi, khususnya teknologi lunak (soft technology). Sesuatu yang biasa namun melalui sentuhan metode yang tepat menjadi luar biasa. Dalam pendidikan, ada metode pembelajaran yang memudahkan peserta didik memahami sebuah pelajaran. Dakwah memerlukan metode, agar mudah diterima oleh mitra dakwah. Metode yang dipilih harus benar, agar Islam dapat dimengerti dengan benar dan menghasilkan pencitraan Islam yang benar pula.

Setiap metode memerlukan teknik dalam implementasinya. Teknik adalah cara yang dilakukan seseorang dalam rangka mengimplemen tasikan suatu metode (Wina Sanjaya, 2007: 125). Teknik berisi langkah-langkah yang diterapkan dalam membuat metode lebih berfungsi. Karena ilmu dakwah banyak berhubungan

bahkan sangat memerlukan disiplin ilmu lain, seperti Ilmu Komunikasi, Ilmu Manajemen, Psikologi, dan Sosiologi, maka penjabaran metode dan teknik-tekniknya banyak meminjam dari beberapa ilmu di atas dengan beberapa modifikasi.

Pada garis besarnya, bentuk dakwah ada tiga, yaitu: Dakwah Lisan (da'wah bi al-lisan), Dakwah Tulis (da'wah bi al-qalam) dan Dakwah Tindakan (da'wah bi al-hal) (Ali Aziz, 2017).

### c. **Macam-Macam Metode Dakwah**

Sesuai dalam Al-Quran surat An-Nahl ayat 125 dan pendapat para ahli disebutkan bahwa terdapat tiga macam metode dakwah, yakni:

#### 1. *Metode Bil Hikmah*

Kata *hikmah* merupakan bahasa Arab, yang memiliki arti bijaksana, pandai, adil, lemah lembut, kenabian, sesuatu yang mencegah kejahatan dan kerusakan, keilmuan dan pemaaf. Kerap kali kata *hikmah* diterjemahkan dalam pengertian kebijaksanaan, yakni suatu pendekatan dengan menitikberatkan pada kemampuan objek dakwah, sehingga dalam melaksanakan ajaran-ajaran Islam, objek dakwah tidak merasa keberatan, ada paksaan, dan tertekan (Ali Aziz, 2017)

Dalam pengertian komunikasi, metode *hikmah* menyangkut situasi dan kondisi yang mempengaruhi sikap pihak komunikan. Ini artinya, metode *bil hikmah* merupakan suatu

metode pendekatan komunikasi yang dilakukan atas dasar persuasif (Ali Aziz, 2017).

Dari pengertian di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa metode *bil hikmah* merupakan kemampuan *da'i* dalam menjelaskan doktrin-doktrin Islam serta realitas yang ada dengan argumentasi yang logis dan bahasa yang komunikatif (Ali Aziz, 2017).

## 2. Metode *Mauidzah Hasanah*

Secara bahasa *Mauidzah Hasanah* terdiri dari dua suku kata, yakni *Mauidzah* dan *Hasanah*. Kata *Mauidzah* berasal dari kata *wa'adza, ya'idzu, wadzan, idzatan* yang memiliki arti nasehat, bimbingan, pendidikan, dan peringatan. Sementara itu, kata *hasanah* berarti baik, kebaikan. Maka itu, secara terminologi *Mauidzah Hasanah* adalah nasehat atau peringatan yang membawa kebaikan (Ali Aziz, 2017).

Menurut Iman Abdullah sebagaimana yang dikutip oleh Hasanaddin dalam bukunya yang berjudul *Hikmah Dakwah* menyebutkan, *mauidzah hasanah* adalah perkataan yang tidak sembunyi bagi objek dakwah, bahwa seorang memberikan nasehat dan menghendaki manfaat kepada mereka atau dengan Al-Qur'an (Hasanuddin, 1996).

Sementara menurut Masyhur Amin *mauidzah hasanah* adalah memberi nasehat dan memberi ingat kepada orang lain

dengan bahasa yang baik yang dapat mengubah hati sehingga pendengar dapat menerima apa yang dinasehatkan itu (M. Amin, 1997).

### 3. Metode *Mujadalah*

Ditinjau dari segi etimologi (bahasa) *mujadalah* berasal dari kata “*jadalah*” yang memiliki makna meminta atau melilit. Apa bila kata “*jadalah*” ditambahkan huruf *alif* pada huruf *jim*, yang mengikuti *wazan faa’ala*, “*jaadala*” maka akan memiliki makna berdebat. Sehingga *mujadalah* memiliki arti perdebatan (Munir, 2009). Sedangkan dari sisi terminology (istilah) *mujadalah* memiliki arti upaya bertukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, tanpa menimbulkan permusuhan di antara keduanya. Walhasil, *mujadalah* adalah berdiskusi dengan cara yang baik (Ali Aziz, 2017).

*Mujadalah* merupakan cara terakhir yang digunakan untuk berdakwah bagi orang-orang yang memiliki keilmuan yang memadai, kritis, seperti ahli kitab yang telah memiliki paham keagamaan yang kuat (Ali Aziz, 2017).

#### 4. Dakwah *Bil Lisan*

Dakwah *Bil Lisan* adalah metode dakwah yang dilakukan seorang *da'i* dengan penuturan lisan, baik dilakukan dengan cara ceramah, pidato, khutbah, dan lain sebagainya. Pada saat kebudayaan membaca dan menulis belum ada, dakwah dilakukan dengan metode dakwah *bil lisan*. Berdakwah dengan metode ini, berarti *da'i* mengucapkan dan menyuarakan pesan dakwah dengan lisannya supaya dapat didengar oleh *mad'u* (Ali Aziz, 2017).

Yuyun Afandi menjelaskan bahwa metode dakwah secara verbal (*bil lisan*) adalah metode dakwah dengan menggunakan kata-kata yang lemah lembut, yang mudah dipahami oleh *mad'u* bukan dengan kata-kata yang keras, bahkan menyakiti hati (Affandi, 2015).

#### 5. Dakwah *Bil Qalam*

Dalam buku Ilmu Dakwah yang ditulis oleh Ali Aziz menerangkan bahwa Ddkwah *Bil Qalam* merupakan dua kata dari bahasa Arab, yakni *dakwah* dan *bil qalam*. Secara terminologi Dakwah *Bil Qalam* memiliki arti suatu upaya menyeru manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah melalui seni tulisan. Maka kerap kali metode dakwah ini dikenal dengan konsep dakwah

melalui pena, yakni dengan membuat tulisan di media massa, media online, hingga media sosial (Ali Aziz, 2017).

Sementara, Abdul Wachid dalam bukunya yang berjudul *Wacana Dakwah Kontemporer* menjelaskan bahwa metode dakwah *bil qalam* telah diaplikasikan jauh-jauh hari oleh para ulama terdahulu, bahkan pada zaman Rosulullah. Menurutnya, tradisi baca-tulis sudah berkembang pesat pada saat itu. Oleh sebab itu, metode dakwah *bil qalam* sudah eksis atau sudah digunakan pada zaman Rosul. Hal demikian dibuktikan ketika Rosulullah mendapatkan wahyu, ia lantas meminta tolong para sahabat, yang mempunyai ketrampilan menulis untuk mengabadikan wahyu tersebut melalui tulisan. Walau saja pada saat itu, secara teknis, sulit untuk melakukan tulis-menulis karena keterbatasan saran dan prasarana. Namun, para sahabat berupaya untuk melakukannya dengan segala cara. Tidak hanya menuliskan wahyu yang diterima oleh Nabi, bahkan para sahabat juga banyak yang merekam dan menuliskan hadis Nabi, meski sebagian riwayat mengatakan bahwa terdapat larangan untuk menulis hadis (Wachid, 2005).

Ali bin Abi Thalib pada sebuah kesempatan berujar, “tulisan adalah tamannya para ulama,”. Apa yang dikatan oleh sahabat Nabi tersebut bukanlah suatu hal yang berlebihan, pasalnya melalui sarana tulisan itu, para ulama mengabadikan



pandangan keislamannya lewat banyak kitab yang mereka ciptakan. Walhasil dakwah *bil qalam* yang telah dilakukan banyak ulama salaf dan cendekiawan muslim terdahulu melahirkan banyak kitab, yang hingga saat ini masih dipelajari di berbagai pesantren salaf, yakni kitab-kitab klasik atau kitab kuning. Andai saja para ulama terdahulu tidak mengabadikan pendapat atau wawasan keislamannya melalui tulisan yang berupa kitab kuning tersebut, besar kemungkinan umat Islam dewasa ini kesulitan mencecap dan memahami berbagai macam fan ilmu keislaman. Metode dakwah *bil qalam* ini merupakan salah satu unsur keterampilan yang penting untuk dimiliki para ulama guna menyebarkan pesan dakwah. Hampir dipastikan peradaban dunia bakal runtuh atau punah jika karya tulis berupa kitab-kitab, seperti Al-quran, hadis, kitab-kitab klasik tidak ditulis dan dipublikasikan (Ali Aziz, 2017).

Belakangan, Dakwah *bil qalam* tidak selalu menggunakan tulisan di kitab klasik, media massa atau buku, melainkan lebih dominan menggunakan media digital, sosial media, radio, dan internet. Menurut KH. Aceng Zakaria dakwah *bil qalam* memiliki kekuatan tersendiri dibandingkan dengan metode dakwah yang lain. Menurutnya, dakwah *bil qalam* dapat mengubah pemikiran mad'u lantaran membaca karya da'i. Selain itu, mad'u dapat terpantik untuk menanggapi

permasalahan maupun perdebatan yang dikemukakan oleh da'i. Bahkan, karena lantaran karya yang dibaca, mad'u dapat ide untuk membuat karya baru (Poernomo, 2018).

Metode dakwah *bil qalam* juga bisa dikatakan sebagai metode karya tulis. Tanpa tulisan, peradaban dunia akan lenyap dan punah. Kita bisa memahami Al-Qur'an, Hadis, fikih para Imam Mazhab dari tulisan yang dipublikasikan. Ada hal-hal yang memengaruhi efektivitas tulisan, antara lain: bahasa, jenis huruf, format, media, dan tentu saja penulis serta isinya. Tulisan yang terpublikasi beragam bentuknya, antara lain: tulisan ilmiah, tulisan lepas, tulisan stiker, tulisan spanduk, tulisan sastra, tulisan terjemah, tulisan cerita, dan tulisan berita. Masing-masing bentuk tulisan memiliki kelebihan dan kekurangan yang terkait dengan penggunaannya. Dalam jurnal ilmiah, tulisan yang layak dimuat adalah tulisan ilmiah. Kepada para remaja yang gaul, misalnya kita bisa menyajikan tulisan pesan dakwah yang lepas, kalau perlu mengikuti gaya gaul mereka: bahasa jenaka, font tulisan non formal, topik ringan, dan tidak menghilangkan pesan dakwahnya (Aziz, 2017).

#### **d. Unsur-unsur Dakwah**

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang terdapat dalam setiap kegiatan dakwah, antara lain:

1. Da'i (Subjek Dakwah)

Da'i adalah orang atau kelompok orang yang melaksanakan tugas dakwah. Da'i juga bisa diartikan sebagai orang yang mengajak kepada orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung, baik melalui lisan, perbuatan, maupun tulisan (S. M. Amin, 2013b).

Dalam kegiatan dakwah, peran da'i sangatlah penting karena da'i harus memahami, melaksanakan strategi, metode dan media dakwah yang dipakai sesuai dengan kondisi objek dakwah. Untuk itu, keberhasilan dalam kegiatan dakwah bergantung pada seorang da'i (Maghfiroh, 2016).

## 2. Mad'u (Objek Dakwah)

Mad'u adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang Bergama Islam maupun tidak. Mad'u atau objek dakwah tidak terbatas hanya umat islam saja, meliankan seluruh umat manusia, baik laki-laki perempuan, tua muda, miskin atau kaya, semua berhak menerima ajakan dan seruan ke jalan Allah (Bahr & I, 2008).

### 3. Maddah (Materi Dakwah)

Materi dakwah adalah pesan yang disampaikan oleh da'i yang mengandung kebenaran dan kebaikan bagi manusia yang bersumber dari Al-Quran dan Hadis Nabi (Saerozi, 2003).

Adapun pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u adalah ajaran-ajaran Islam, seperti aqidah, syariah, akhlak, sebagaimana berikut:

#### a. Aqidah

Materi aqidah meliputi iman kepada Allah, kepada malaikat, rasul, hari akhir, dan qadha qodhar.

#### b. Syariah

Materi syariah meliputi ibadah thaharah, sholat, zakat, puasa, zakat, haji.

#### c. Akhlak

Materi akhlak meliputi akhlaq kepada Allah, kepada sesama manusia, kepada alam semesta (Saputra, 2011).

### 4. Wasilah (Media Dakwah)

Media dakwah adalah peralatan atau sarana yang dapat digunakan untuk menunjang kesuksesan dakwah. Tata Sukayat dalam bukunya Ilmu Dakwah Perspektif Mabada Asyarah menjelaskan bahwa media dakwah adalah alat yang bersifat objektif yang bisa menjadi saluran atau lantaran untuk menghubungkan ide dengan umat. Selain itu, ia juga

menjelaskan bahwa media dakwah adalah elemen vital yang merupakan urat nadi dalam kegiatan berdakwah. Sukses dan tidaknya dakwah salah satunya ditentukan oleh media dakwah (Sukayat, 2015).

Media ini dapat dimanfaatkan oleh da'i dalam menyampaikan pesan dakwah, baik dalam bentuk tulisan maupun lisan. Saat ini, media dakwah yang kerap kali dipakai oleh da'i adalah tv, surat kabar, majalah, radio, buku, dan internet (Saputra, 2011).

#### 5. Atsar (Efek Dakwah)

Dalam ilmu komunikasi atsar bisa disebut dengan feedback atau umpan balik. Sedangkan atsar dakwah adalah bagian dari kesan, pengetahuan, atau penghayatan yang ada pada diri mad'u, yang disebabkan oleh pesan dakwah yang didapat dari da'I, sehingga mad'u dapat memilih antara menerima atau menolak pesan dakwah tersebut (Ghoni, 2014).

Efek dakwah adalah akibat dari pelaksanaan kegiatan dakwah. Positif atau negatifnya efek dakwah bergantung mutlak pada unsur-unsur dakwah lainnya. Walhasil, efek dakwah menjadi tolak ukur berhasil atau tidaknya sebuah proses dakwah. Evaluasi terhadap efek dakwah seyogianya terus menerus diperhatikan sebab hal demikian merupakan upaya untuk mencapai tujuan dakwah (Sulthon, 2015).

#### **e. Tujuan Dakwah**

Tujuan merupakan salah satu unsur yang penting dalam berbagai macam aktivitas, sebagaimana dengan proses dakwah, tujuan dakwah adalah satu dari sekian unsur penting proses dakwah yang tidak dapat diabaikan. Yuyun Afandi dalam bukunya yang berjudul *Tafsir Kontemporer Ayat-ayat Dakwah* menyebutkan bahwa agar aktivitas dakwah berjalan dengan lancar, dan membawa hasil yang maksimal, maka seyogianya da'i menentukan target dan tujuan. Pada dasarnya tujuan dakwah sudah disinggung dalam Al-Quran, sebagaimana yang tertulis dalam QS. Ibrahim, yakni membimbing manusia dari kedzaliman kepada cahaya yang terang benderang (Affandi, 2015).

Sedangkan dalam QS. Al-Imran:100 tujuan dakwah adalah supaya mad'u menjadi umat yang terbaik agar bisa menyeru kepada kebaikan dan mencegah kemunkaran. Adapun dalam QS. Al-muddatsir: 1-7, Allah menjelaskan secara rinci ihwal tujuan dakwah, yang berpengaruh pada realita kehidupan, yakni sebagai pemberi peringatan untuk mengagungkan Rabb, agar membersihkan pakaian dan meninggalkan perbuatan dosa dan bersabar dalam menghadapi problematika kehidupan. Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa tujuan dakwah adalah mengubah perilaku manusia menjadi insan yang lebih baik (Affandi, 2015).

Dalam buku Manajemen Dakwah, Rosyad Saleh membagi tujuan dakwah menjadi dua, yakni:

a) Tujuan Utama Dakwah

Tujuan utama dakwah adalah untuk terwujudnya kebahagiaan kehidupan manusia di dunia maupun di akhirat yang diridhai Allah.

b) Tujuan Departemental Dakwah

Tujuan departemental adalah tujuan perantara. Sebagai perantara tujuan ini pada intinya adalah nilai-nilai yang dapat mendatangkan kebahagiaan dan kesejahteraan yang diridai Allah, masing-masing sesuai dengan bidangnya (Rasyad, 1986).

**f. Strategi Dakwah**

Kata “strategi” awalnya sangat lekat di kalangan militer, secara etimologi berasal dari bahasa Yunani, yaitu Strategos. Adapun strategos bisa diartikan sebagai “komandan militer” pada masa demokrasi Athena. Strategi digunakan dalam perspektif militer dari zaman kejayaan Yunani-Romawi sampai masa industrialisasi. Kemudian kata strategi menyebar ke bermacam-macam kegiatan umat manusia termasuk dalam bidang komunikasi dan dakwah (Ali Aziz, 2017).

Peristiwa tersebut sangat penting karena dakwah memiliki tujuan untuk melaksanakan perubahan yang tertata dalam masyarakat yang sudah terjadi lebih dari seribu tahun. Sekarang ilmu strategi

memiliki makna dan peran yang begitu penting untuk setiap individu atau kelompok dalam menggapai tujuannya. Setiap hari dalam kehidupan manusia diperlukan strategi. Ali Aziz berpendapat strategi adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. (Ali Aziz, 2017)

Strategi pada kenyataannya adalah perencanaan (Planning) dan manajemen (management) untuk mencapai sebuah tujuan. Mengesampingkan hal tersebut, strategi juga dapat berarti “kemampuan yang mahir dalam menyelesaikan dan merencanakan sesuatu”. Sedangkan tujuan sebuah strategi adalah untuk mencapai keberhasilan atau meraih sebuah pencapaian yang dituju. Strategi dakwah sebagai metode, siasat, taktik atau manuver yang digunakan dalam gerakan dakwah. (Ali Aziz, 2017)

Strategi merupakan rencana atau perkiraan suatu kegiatan, dalam bentuk pembatasan dan penempatan semua sumber daya yang mampu mendukung kesuksesan suatu pencapaian tujuan yang telah ditentukan Ali Aziz dalam bukunya yang berjudul Ilmu Dakwah (2017) menjelaskan dalam melaksanakan diperlukan sebuah strategi, di antaranya adalah:



## 1. Penentuan Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah tiada lain adalah membuat orang-orang yakin akan kebenaran Agama Allah, sehingga dia menjadikannya sebagai jalan (agama)-nya dan harus mereka bentangkan bagi kehidupan orang lain dengan cara menerangkan, menjelaskan, dan mengajaknya agar tidak tergolong pada orang yang musrik (Ali Aziz, 2017).

Ali Aziz membagi tujuan dakwah menjadi beberapa tujuan, yaitu:

- a. Tujuan hakiki, berujuan membentuk akhlak masyarakat, negara, dan umat manusia melalui pengenalan terhadap Tuhan dan mengikuti petunjuk-Nya.
- b. Tujuan umum, bertujuan menyeru manusia agar mengindahkan seruan Allah dan Rasul-Nya, serta memenuhi panggilan-Nya, di dunia dan di akhirat kelak.
- c. Tujuan khusus, berusaha membentuk satu tatanan masyarakat Islam yang utuh (*fissilmi kaaffah*), atau biasa disebut dengan masyarakat Islam yang madani.
- d. Tujuan urgen, merupakan upaya pembentukan tingkah laku manusia yang berakhlak Islami, yang bisa mempengaruhi jalan pikiran serta bisa tercermin dalam fakta hidup dan lingkungannya (Ali Aziz, 2017).

## 2. Persiapan Pelaksanaan Strategi

Dalam rangka persiapan ini, hendaknya melakukan penelitian terlebih dahulu sebelum melakukan dakwah. Setelah semua data maupun fakta yang diperlukan telah terkumpul, baru melakukan perumusan kegiatan yang akan dilakukan, serta sasaran dan tujuan komunikasi maupun dakwahnya yang ingin diwujudkan (Ali Aziz, 2017).

## 3. Penyusunan Rencana

Penyusunan rencana dimaksudkan dengan penyusunan naskah rencana kegiatan dakwah yang akan dilakukan oleh para da'i ataupun lembaga dakwah, dengan mengacu pada hasil penyelidikan pendahuluan sehubungan dengan tujuan dakwah yang ingin dicapai. Menyusun rencana dalam arti menentukan rencana merupakan proses memilih dan menghubungkan-hubungkan data atau kenyataan dalam rangka membayangkan dan merumuskan tindakan-tindakan yang dianggap perlu, guna mencapai tujuan yang diinginkan (Ali Aziz, 2017)

## 4. Proses Pelaksanaan Strategi

Tahapan pelaksanaan strategi merupakan tahapan terakhir setelah menentukan rencana dan tujuan yang sekiranya telah matang. Pada proses pelaksanaan strategi harus dilakukan dengan baik agar dapat menarik khalayak atau tujuan dakwahnya. (Ali Aziz, 2017).

## 2. Moderasi Beragama

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) moderasi memiliki arti pengurangan kekerasan dan penghindaran ekstrimisme. Istilah moderat (moderate) berasal dari bahasa latin moderare yang artinya mengurangi atau mengontrol. Kamus The American Heritage Dictionary of The English Language mendefinisikan moderat sebagai *not excessive or extreme* yang artinya tidak berlebihan dalam hal tertentu (Faiqah & Pransiska, 2018). Dari makna etimologi ini dapat ditarik kesimpulan bahwa moderasi beragama adalah nilai-nilai agama yang dibangun atas dasar pola pikir yang lurus dan pertengahan.

Dalam Islam, moderasi beragama dapat disebut dengan konsep wasathiyah, yang berarti jalan tengah, sebagaimana disebutkan dalam Al-Quran maupun Hadis. Islam moderat (wasathiyah) merupakan karakteristik umat Islam, sebagaimana terdapat dalam QS. Al-Baqarah [2]: 143

وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ وَيَكُونَ الرَّسُولُ عَلَيْكُمْ شَهِيدًا ۗ وَمَا جَعَلْنَا الْقِبْلَةَ الَّتِي كُنْتَ عَلَيْهَا إِلَّا لِنَعْلَمَ مَنْ يَتَّبِعِ الرَّسُولَ مِمَّنْ يَنْقَلِبُ عَلَى عَقْبَيْهِ ۗ وَإِنْ كَانَتْ لَكَبِيرَةً إِلَّا عَلَى الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ ۗ وَمَا كَانَ اللَّهُ لِيُضَيِّعَ إِيمَانَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ بِالنَّاسِ لَرَءُوفٌ رَحِيمٌ

“Dan demikian pula Kami telah menjadikan kamu (umat Islam) sebagai “umat pertengahan” agar kamu menjadi saksi atas (perbuatan) manusia dan agar Rasul (Muhammad) menjadi saksi atas (perbuatan) kamu.” Wasathiyah (moderasi) ini merupakan karakteristik umat Islam, sedangkan misi agama Islam adalah kasih sayang yang berasal dari kata “rahmatan lil alamin”.

Secara harfiah wasathiyah berarti jalan tengah di antara dua hal atau pihak (kubu) yang sedang bertentangan atau bertikai. Adapun pengertian dan rambu-rambu moderasi ini cukup bervariasi, yang tidak terlepas dari pemahaman dan sikap keagamaan masing-masing ulama. Menurut Quraish Shihab wasathiyah adalah keseimbangan dalam segala persoalan hidup duniawi dan ukhrawi, yang selalu harus disertai upaya menyesuaikan diri dengan situasi yang dihadapi berdasarkan petunjuk agama dan kondisi objektif yang sedang dialami (Shihab, 2019). Dalam Tafsir Ar-Razi maupun Ath-Thabari wasathan yang memiliki tiga arti, yaitu di tengah-tengah atau pertengahan, adil, dan terbaik. Bahkan, Husein Ja'far dalam bukunya yang berjudul "Tuhan Ada di Hatimu" (2020), menyebutkan bahwa Islam itu yang pasti moderat. Kalau tidak moderat maka bukan Islam. (Al-Hadar, 2020).

Moderasi Islam mengandung pengertian adanya fleksibilitas dalam pemahaman Islam serta dukungan kepada kehidupan yang damai, harmonis dan toleran, termasuk pengakuan terhadap hak-hak minoritas. Paham moderasi Islam ini sekarang menjadi konsep yang menarik di dunia Islam sebagai upaya untuk menanggulangi radikalisme dan ekstrimisme di banyak negara Muslim, yang telah menghancurkan sendi-sendi agama dan kehidupan berbangsa dan bernegara. Moderasi beragama tidak lain adalah jalan tengah di tengah keberagaman agama di Indonesia (Shihab, 2019).

Moderasi bukanlah barang baru bagi bangsa Indonesia. Ia merupakan budaya Nusantara yang berjalan sudah puluhan hingga ratusan

tahun yang lalu. Sikap tidak saling mempertentangkan namun mencari penyelesaian dengan toleran. Jauh sebelum kampanye moderasi beragama digaungkan oleh Kementerian Agama, masyarakat Indonesia sebenarnya sudah mengamalkannya. Hal itu bisa dilihat dari bangsa kita yang terbiasa hidup berdampingan dengan menjunjung nilai persaudaraan, bertenggang rasa, dan menghargai keragaman. Hal demikian tentu saja tidak dapat terwujud tanpa modal sosial dan kultural yang cukup kuat. Dari modal itulah, terbentuk pondasi dan filosofi masyarakat Indonesia untuk menjalani moderasi beragama.

Dalam forum Konsultasi Tingkat Tinggi (KTT) Islam Wasathiyah (Islam Moderat) yang dihadiri sekitar 100 ulama dari sejumlah negara di Bogor, 1-3 Mei 2018, ditegaskan bahwa moderasi beragama sudah dipraktikkan sejak masa Nabi dan sahabat. Para ulama dalam pertemuan ini mendeklarasikan tujuh butir nilai moderasi beragama, yakni tawasuth (posisi di tengah-tengah dan lurus), i'tidal (berperilaku proporsional, adil, dan bertanggung jawab), tasamuh (menghormati perbedaan dalam semua aspek kehidupan), syura (mengedepankan musyawarah dalam menyelesaikan masalah), islah (keterlibatan dalam tindakan konstruktif untuk kebaikan bersama), qudwah (merintis inisiatif mulia untuk kesejahteraan umat manusia), dan muwatanah (mengakui negara bangsa dan menghormati kewarganegaraan) (Muhammad, 2021).

Ketujuh nilai moderasi di atas selaras dengan apa yang disampaikan oleh KH. Achmad Shiddiq, Rais Aam Pengurus Besar Nahdlatul Ulama

(PBNU) periode 1984-19991, pada Muktamar ke-27 NU di Situbondo, 1984. Menurutnya, umat Islam di belahan dunia seharusnya memegang prinsip Ukhuwah Wathaniyah (persaudaraan dengan sesama anak bangsa), Ukhuwah Islamiyah (persaudaraan sesama umat muslim, dan Ukhuwah Basyariyah (persaudaraan dengan sesama umat manusia. Dari ketiga ukhuwah itu, menurut dia, yang paling mendasar adalah ukhuwah basyariyah, sebab jika umat Islam memegang teguh prinsip ini, sudah barang tentu kita akan hidup dalam kedamaian dan dijauhkan dari gegap gempita perselisihan dan permusuhan sesama umat manusia (Staquf, 2020).

Untuk menciptakan iklim persaudaraan semesta umat manusia, Ahmad Syafii Maarif, menyebutkan setidaknya-tidaknya ada dua langkah yang harus diambil. Pertama, membersihkan kecenderungan-kecenderungan batin intelektual dengan Al-Quran yang dipahami secara utuh, jujur, dan bertanggung jawab. Kedua, kesediaan untuk menilai secara kritis seluruh warisan intelektual dan kultural Islam melalui kritik sejarah, dengan ruh Al-Quran di otak belakang. Namun, untuk merealisasikan dua langkah tersebut diperlukan seperangkat intelektual yang memadai, seperti penguasaan bahasa arab, pengetahuan sejarah, dan penguasaan ilmu-ilmu modern untuk memperkaya visi Islam dalam memandang masa lampau untuk keperluan kekinian (Maarif et al., 2012)

Moderasi harus dipahami sebagai komitmen bersama untuk menjaga keseimbangan yang paripurna, di mana setiap warga masyarakat, apapun suku, etnis, budaya, agama, dan pilihan politiknya harus mau saling

mendengarkan satu sama lain, serta saling belajar melatih kemampuan mengelola dan mengatasi perbedaan di antara mereka. Jadi jelas bahwa moderasi beragama sangat erat terkait dengan menjaga kebersamaan dengan memiliki sikap tenggang rasa. sebuah warisan leluhur yang mengajarkan kita untuk saling memahami dan ikut merasakan satu sama lain yang berbeda dengan kita (K. A. RI, 2019a).

Spirit moderasi beragama yang digaungkan oleh Kementerian Agama dirasa cocok untuk diaplikasikan di Indonesia, bahkan di seluruh belahan dunia. Apabila konsep moderasi beragama dapat diterapkan di penjuru dunia, bukan suatu hal yang mustahil jika kedamaian akan menyelimuti panggung dunia. Sebenarnya, kali pertama Islam diturunkan, ia membawa semangat moderasi, baik dalam ibadah (Q.S. Al Isra/17: 110, dalam perilaku sosial (Q.S. Al-Rahman/55: 7), dalam perilaku ekonomi (Q.S. Al-Isra/17: 29; Q.S. Al-Baqarah/2: 143). Ekstremisme dalam semua hal tidak dikehendaki Islam. Wasathiyah Islam mengakui dimensi ganda dalam agama: dimensi langit dan dimensi bumi. Dimensi langit adalah ajaran yang bersumber dari wahyu, sifatnya tetap, dan universal. Sedangkan dimensi bumi adalah manusia sebagai pelaku agama yang berbudaya, sifatnya dinamis dan partikular. Ajaran tauhid, eskatologi, kenabian, akhlak, dan pokok-pokok syariat adalah ajaran universal, tetapi pengalamannya selalu gabungan dari elemen universal dan partikular. Karena agama untuk manusia, pengalamannya selalu melibatkan elemen budaya yang unik dan beragam (Syeirazi, 2020).

### **3. Media Sosial**

#### **a. Pengertian Media Sosial**

Media sosial (*social media*) adalah sebuah media daring (*online*) yang menghubungkan banyak orang di seluruh dunia dengan dukungan jaringan internet. Media sosial terdiri dari dua kata, yakni “media” dan “sosial”. Media memiliki arti alat yang digunakan untuk komunikasi. Sedangkan sosial diartikan sebagai individu yang mempunyai peran dan kontribusi terhadap masyarakat. Jadi, media sosial dapat diartikan sebagai media yang memungkinkan terjadinya komunikasi atau interaksi sosial dengan perangkat teknologi berbasis web (Nasrullah, 2014).

Andreas Kaplan dan Michel Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran user generated content. Selain itu, Media sosial juga dapat diartikan sebagai situs yang mampu menghubungkan seorang dengan orang lain tanpa terikat jarak. Tidak hanya saling terhubung saja. Namun, di media sosial kita juga dapat berkomunikasi, berbagi informasi dengan pihak lain melalui dunia maya. Saat ini, mayoritas masyarakat Indonesia hampir dipastikan adalah pengguna media sosial. Tidak hanya orang perkotaan saja yang menggunakan media sosial. Masyarakat di pedesaan pun demikian, mereka tidak dapat dilepaskan dari media sosial. Hal ini senada dengan temuan We are Social dan Hootsuite belum lama ini (2020). Dalam riset itu disebutkan bahwa pengguna aktif sosial media di

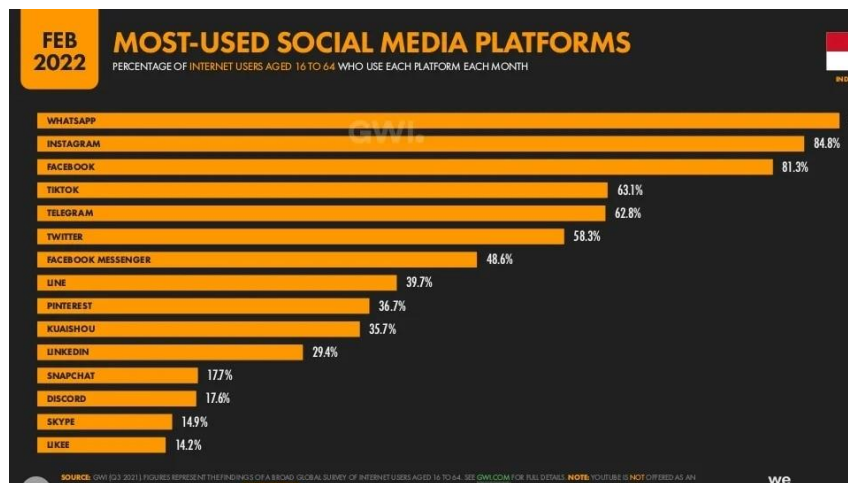


Indonesia mencapai 160 juta orang atau 59% dari total penduduk Indonesia. Pendapat lain menyebutkan bahwa media sosial adalah media yang dapat digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktifitas. Media sosial juga dapat memberikan ruang untuk komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di ruang cyber (Nasrullah, 2014).

Sedangkan menurut Ardiyanto sebagaimana yang dikutip oleh Errika Dwi Setya Watie dalam jurnalnya Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media), menyebutkan bahwa media sosial online disebut sebagai jejaring sosial online bukan media massa online. Sebab menurutnya, media sosial memiliki kekuatan sosial yang dapat mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat. Penggalangan dukungan atau gerakan massa dapat diciptakan melalui media sosial. Sebab kekuatan media sosial mampu membentuk opini, sikap, dan perilaku masyarakat (Watie, 2011). Fenomena demikian dapat dilihat dari peristiwa All England belum lama ini. Akun instagram official All England ramai-ramai dilaporkan oleh warganet Indonesia hingga pada akhirnya akun tersebut dihapus permanen oleh Instagram.

Saat ini berbagai macam media sosial bertebaran di ruang digital. Dulu media sosial hanya digunakan sebagai sarana hiburan. Namun, belakangan media sosial menjadi sebuah kebutuhan manusia mutakhir. Selain itu, dulu, barangkali hanya Facebook, Twitter, dan Youtube yang dikenal oleh khalayak umum. Namun, kini, terdapat beragam media sosial yang tidak kalah populernya, sebut saja Tiktok, LinkedIn, dan

sebagainya. Dari hasil survei yang dilakukan oleh We are Social dan Hootsuite mengungkapkan bahwa Youtube menjadi media sosial paling digemari oleh masyarakat Indonesia dibandingkan platform media sosial yang lain. Youtube digunakan oleh 93,8 persen dari total keseluruhan pengguna internet di Indonesia yang berumur 16 hingga 64 tahun.



Kemudian disusul oleh Whatsapp dengan total pengguna 87,7 persen, Instagram, Facebook, dan Twitter dengan jumlah pengguna masing-masing 86,6, 85,5, dan 63,3 persen.

## b. Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial sebagai berikut:

### 1. Partisipasi Pengguna

**Gambar 2. 1 Bagan Most Used Social Media Platform in 2022)**  
**Sumber: Bagan (WeAreSocial)**

Semua media sosial mendorong penggunanya untuk berpartisipasi dan memberikan umpan balik terhadap suatu pesan atau konten di media sosial. Pesan yang dikirimkan dapat dilihat dan dibaca banyak orang.

#### 2. Adanya keterbukaan

Sebagian media sosial membuka kesempatan bagi penggunanya untuk memberikan komentar, like, melakukan voting, berbagi, dan lain-lain.

#### 3. Adanya Perbincangan

Media sosial memberi keleluasaan terhadap penggunanya untuk memungkinkan terjadinya interaksi. Baik dalam bentuk reaksi terhadap suatu konten ataupun perbincangan antar anggotanya.

#### 4. Keterhubungan

Pengguna media sosial dapat terhubung dengan pengguna yang lain melalui berbagai macam fitur, seperti tautan atau *link* dan sumber informasi lainnya. Proses pengiriman pesan via media sosial yang lebih cepat dibandingkan dengan media sosial lainnya membuat banyak informasi terhubung dalam satu media sosial.

### **c. Fungsi Media Sosial**

Fungsi dari media sosial dibagi menjadi tujuh, yaitu *identity*, *conversations*, *sharing*, *presence*, *relationships*, *groups*, dan *reputation* (Rahadi, 2017).

1. *Identity* menggambarkan pengaturan identitas para pengguna dalam sebuah media sosial yang menyangkut nama, usia, jenis kelamin, profesi, lokasi, serta foto.
2. *Conversations* menggambarkan pengaturan para pengguna berkomunikasi dengan dengan pengguna lainnya dalam media sosial.
3. *Sharing* menggambarkan pertukaran, pembagian, serta penerimaan konten berupa teks, gambar, atau video yang dilakukan oleh para pengguna.
4. *Presence* menggambarkan apakah para pengguna dapat mengakses pengguna lainnya.
5. *Relationships* menggambarkan para pengguna terhubung atau terkait dengan pengguna lainnya.
6. *Groups* menggambarkan para pengguna dapat membentuk komunitas dan sub komunitas yang memiliki latar belakang, minat, atau demografi.
7. *Reputation* menggambarkan para pengguna dapat mengidentifikasi orang lain serta dirinya sendiri.

#### **d. Jenis Media Sosial**

Ada banyak macam jenis media sosial. Dalam hal ini, Kaplan dan Haenlein membaginya dalam 6 jenis (Kaplan & Haenlein, 2010).

1. *Collaborative Projects*, yaitu suatu media sosial yang dapat membuat konten dan dalam pembuatannya dapat diakses khalayak secara global. Kategori yang termasuk dalam Collaborative Projects dalam media sosial, yaitu WIKI atau Wikipedia yang sekarang sangat populer di berbagai negara. *Collaborative Projects* ini dapat dimanfaatkan untuk mendukung citra perusahaan, terlepas dari pro-kontra soal kebenaran isi materi dalam situs tersebut.
2. *Blogs and Microblogs*, yaitu aplikasi yang dapat membantu penggunanya untuk menulis secara runut dan rinci mengenai berita, opini, pengalaman, ataupun kegiatan sehari-hari. Baik dalam bentuk teks, gambar, video, ataupun gabungan dari ketiganya. Kedua aplikasi ini mempunyai peran yang sangat penting baik dalam penyampaian informasi maupun pemasaran produk. Melalui kedua aplikasi tersebut, pihak pengguna dengan leluasa dapat menggiring opini masyarakat atau pengguna internet untuk lebih dekat dengan mereka tanpa bersusah menyampaikan informasi secara tatap muka.
3. *Content Communities*, yaitu sebuah aplikasi yang bertujuan untuk saling berbagi dengan seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung, di mana dalam aplikasi ini user atau

penggunanya dapat berbagi video, ataupun foto. Sosial media ini dapat dimanfaatkan untuk mempublikasikan suatu bentuk kegiatan positif yang dilakukan oleh satu perusahaan, sehingga kegiatan tersebut akan mendapatkan perhatian khalayak dan pada akhirnya akan membangun citra positif bagi perusahaan.

4. *Social Networking Sites* atau situs jejaring sosial, yaitu merupakan situs yang dapat membantu seseorang atau pengguna internet untuk membuat sebuah profil dan menghubungkannya dengan pengguna lain. Situs jejaring sosial memungkinkan penggunanya mengunggah hal-hal yang sifatnya pribadi, seperti foto, video, koleksi tulisan, dan saling berhubungan secara pribadi dengan pengguna lainnya melalui private pesan yang hanya dapat diakses dan diatur pemilik akun tersebut. Situs jejaring sosial sangat berperan dalam hal membangun dan membentuk *brand image* karena sifatnya yang interaktif sehingga pengguna dapat dengan mudah mengirim dan menerima informasi, bahkan dapat digunakan sebagai media komunikasi dan klarifikasi yang nyaman antar pemilik produk dengan konsumennya.
5. *Virtual Game World*, yaitu permainan multiplayer di mana ratusan pemain secara simultan dapat didukung. Media sosial ini sangat mendukung dalam hal menarik perhatian konsumen untuk tahu lebih banyak dengan desain grafis yang mencolok

dan permainan warna yang menarik, sehingga terasa lebih informatif dan interaktif.

6. *Virtual Social Worlds*, yaitu aplikasi yang menstimulasi kehidupan nyata dalam internet. Aplikasi ini memungkinkan pengguna berinteraksi dalam platform tiga dimensi menggunakan avatar yang mirip dengan kehidupan nyata. Aplikasi ini sangat membantu dalam menerapkan suatu strategi pemasaran atau penyampaian informasi secara interaktif serta menarik.

#### **4. Twitter**

##### **a. Sejarah Twitter**

Twitter adalah sebuah aplikasi situs layanan microblogging yang memungkinkan bagi penggunanya untuk mengirim dan membaca status terbaru yang disebut *tweets*. Twitter adalah aplikasi yang sangat populer di negara asalnya, yakni Amerika Serikat. Tidak hanya di Amerika saja, kini twitter juga sangat populer di belahan dunia, tak terkecuali di Indonesia. Bahkan, twitter menduduki lima besar media sosial yang kerap kali digunakan oleh masyarakat Indonesia (Adi, 2009).

Twitter didirikan oleh Jack Dorsey, Christopher Biz Stone, dan Noah Glass pada tahun 2006. Sejak awal kemunculannya, twitter berkembang cukup pesat. Twitter dapat diakses di mana saja, baik melalui gawai maupun laptop. Karena berbagai kemudahan dan fiturnya yang menarik inilah twitter digemari oleh banyak orang. Mulai dari

orang-orang biasa hingga para tokoh di berbagai negara, seperti Barack Obama (Adi, 2009).

Logo twitter terkenal dengan burung biru yang disebut dengan “Larry The Bird”. Logo tersebut diresmikan pada tahun 2006. Namun, pada tahun 2010 logo itu diperbarui dan didesain ulang kembali. Sejak kali pertama diluncurkan, twitter termasuk sepuluh dari aplikasi media sosial yang paling sering dikunjungi di internet. Walaupun twitter dibatasi hanya 140 karakter, namun twitter mengalami perkembangan yang cukup pesat. Pada tahun 2013, terdapat lebih dari 500 juta akun yang terdaftar, 200 juta di antaranya adalah pengguna aktif. Pada tahun yang sama, jumlah kicauan di twitter mencapai 500 juta kicauan perharinya (Maria, 2020). Menurut survei terbaru dari Hootsuite (2020) ada total 1,3 miliar akun twitter, 330 juta diantaranya adalah pengguna aktif bulanan, dan 500 juta tweet per harinya.

#### **b. Fitur Twitter**

Layaknya media sosial lain yang memiliki beragam fitur yang ditawarkan, twitter juga memiliki beberapa fitur andalan yang dapat menarik penggunanya. Untuk itu, terdapat beberapa fitur twitter dan istilah-istilah umum yang dapat ditemui di twitter (Harrera, 2016).

Diantaranya:

1. *Timeline* adalah daftar tweet terbaru dari pengguna twitter yang diikuti pemilik akun, termasuk tweet yang dibuat pemilik akun.



2. *Direct Message (DM)* yaitu fasilitas berkirim pesan antar pengguna secara lebih private. DM hanya bisa dilakukan oleh pihak yang diikuti (di-follow).
3. *Trending topics* adalah daftar tema yang tengah hangat diperbincangkan di kalangan pengguna twitter.
4. *Tweet* merupakan informasi yang terdiri dari pesan 140 karakter. Tweet berisi berita terbaru (apa yang sedang terjadi) yang berkaitan dengan hal-hal yang disukai oleh pemilik akun.
5. *Reply tweet* atau *response tweet (RT)* adalah komentar atau balasan atas tweet.
6. *Retweet* adalah menyalin seluruh isi tweet dari akun lain.
7. *Follow* adalah mengikuti akun dan informasi yang disampaikan oleh seorang pengguna.
8. *Follower* adalah pengikut atau yang mengikuti akun seseorang.
9. *Mention (@)* digunakan untuk menyebut username pihak yang akan diajak berkomunikasi. Pengguna simbol ini berada di awal sebelum menuliskan username yang dituju.
10. *Hashtags* atau tanda pagar atau tagar (#) adalah tanda yang digunakan untuk menandai kata kunci untuk topik diskusi atau informasi yang dibagikan agar mudah dicari.

## **B. Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini merupakan landasan bagi peneliti dalam memposisikan penelitian. Berdasarkan penelusuran pustaka yang telah dilakukan, terdapat beberapa referensi yang dapat dijadikan rujukan bagi peneliti. Referensi ini terdiri dari skripsi dan juga jurnal ilmiah yang sudah didapatkan peneliti. Di antaranya sebagai berikut:

Pertama, penelitian yang menjadi kajian pustaka yang pertama adalah skripsi yang ditulis oleh Chelsea Sivana Sofie Maria (Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya) yang berjudul Pesan Dakwah Akun Twitter NU Garis Lucu (Analisis Semiotik Roland Barthes) pada tahun 2020. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Pada penelitian ini, Chelsea Sivana Sofie Maria menggunakan metode analisis semiotika. Terdapat persamaan objek yang diteliti oleh Chelsea Sivana Sofie Maria dengan peneliti, yakni akun Twitter @NUgarislucu. Hanya saja Chelsea Sivana Sofie Maria menggunakan semiotika model Roland Barthes, sedangkan peneliti menggunakan startegi dakwah.. Oleh sebab itu, peneliti menjadikan skripsi tersebut sebagai sumber referensi. Namun, terdapat perbedaan diantara penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Chelsea Sivana Sofie Maria, yaitu Pesan Dakwah yang dijadikan subjeknya.

Kedua, penelitian yang menjadi tinjauan kajian pustaka yang kedua adalah skripsi yang ditulis oleh Anisa Rochmiana (UIN Walisongo Suemarang) yang berjudul Startegi Dakwah KH. Abdul Mujib Sholeh

Terhadap Jamaah Pengajian Rutin Sabtunan di Kecamatan Tayu Kabupaten Pati pada tahun 2019. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Pada penelitian ini, Anisa Rochmiana menggunakan strategi dakwah. Terdapat persamaan metode yang diteliti oleh Badiatul Mardiyah dengan peneliti, yakni strategi dakwah. Oleh sebab itu, peneliti menjadikan skripsi tersebut sebagai sumber referensi dan juga cara menganalisis dalam penelitian strategi dakwah. Perbedaan antara peneliti dengan penelitian yang ditulis oleh Badiatul Mardiyah terletak pada objek yang diteliti.

Ketiga, penelitian yang menjadi tinjauan kajian pustaka yang ketiga adalah skripsi yang ditulis oleh Abi Janu Ramadhan (UIN Sunan Ampel Surabaya) pada tahun 2021 yang berjudul Deradikalisasi Agama Melalui Permainan Bahasa Satir-Humor pada Akun Twitter NU Garis Lucu. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Pada penelitian ini, Abi Janu Ramadhan menggunakan metode analisis isi. Terdapat persamaan objek yang diteliti oleh Abi Janu Ramadhan dengan peneliti, yakni akun Twitter @NUgarislucu. Oleh sebab itu, peneliti menjadikan skripsi tersebut sebagai sumber referensi. Namun, terdapat perbedaan diantara penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Abi Janu Ramadhan, yaitu Deradikalisasi Agama yang dijadikan subjeknya.

Keempat, penelitian yang menjadi tinjauan kajian Pustaka yang keempat adalah tesis yang ditulis oleh Zul Amri Fathinul Inshafi (UIN Maulana Malik Ibrahim) pada tahun 2021 yang berjudul Fenomena

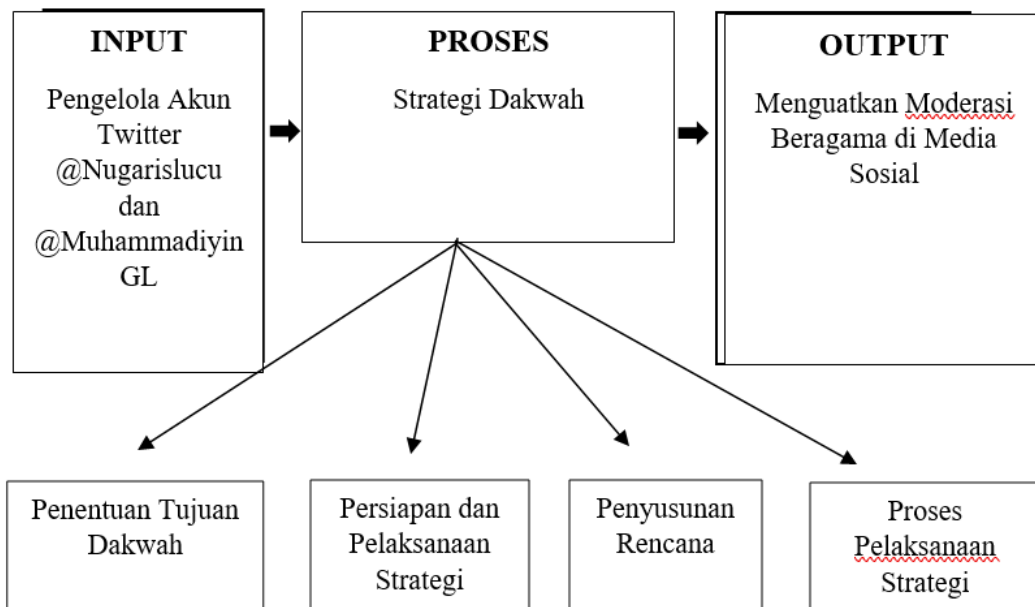
Komunikasi Media Sosial Analisis Wacana Akun Twitter Garis Lucu NU dan Muhammadiyah Perspektif Van Dijk dan Laswell. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Pada penelitian ini, Zul Amri Fathinul Inshafi menggunakan metode analisis wacana. Terdapat persamaan objek yang diteliti oleh Zul Amri Fathinul Inshafi dengan peneliti, yakni akun Twitter @NUgarislucu. Oleh sebab itu, peneliti menjadikan skripsi tersebut sebagai sumber referensi. Namun, terdapat perbedaan di antara penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Zul Amri Fathinul Inshafi, yaitu analisis wacana yang dijadikan pendekatan penelitian.

Kelima, penelitian yang menjadi tinjauan kajian Pustaka yang keempat adalah artikel yang ditulis oleh Winaria Lubis (Universitas Tama Jagakarsa) pada tahun 2019 yang berjudul Analisis Tindak Tutur Dalam Akun-Akun Twitter Garis Lucu Sebuah Tinjauan Pragmatik. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Pada penelitian ini, Winaria Lubis menggunakan metode analisis pragmatik. Terdapat persamaan objek yang diteliti oleh Winaria Lubis dengan peneliti, yakni akun Twitter Garis Lucu. Oleh sebab itu, peneliti menjadikan skripsi tersebut sebagai sumber referensi. Namun, terdapat perbedaan diantara penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Winaria Lubis, yaitu objek yang diteliti adalah akun-akun garis lucu, sementara peneliti hanya fokus pada akun Twitter @Nugarislucu dan @MuhammadiyahGL.

Keenam, penelitian yang menjadi tinjauan kajian Pustaka yang keempat adalah artikel yang ditulis oleh Ahmad Hidayatullah dan Khaerunisa dan Tri Darmaningrum (UIN Abdurahman Wahid Pekalongan) pada tahun 2019 yang berjudul Inklusifitas Dakwah Akun @NUgarislucu di Media Sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Pada penelitian ini, Ahmad Hidayatullah dan Khaerunisa dan Tri Darmaningrum menggunakan metode analisis studi kasus. Terdapat persamaan objek yang diteliti oleh Ahmad Hidayatullah dan Khaerunisa dan Tri Darmaningrum dengan peneliti, yakni akun Twitter Garis Lucu. Oleh sebab itu, peneliti menjadikan skripsi tersebut sebagai sumber referensi. Namun, terdapat perbedaan diantara penelitian yang dilakukan peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Hidayatullah dan Khaerunisa dan Tri Darmaningrum, yaitu objek yang diteliti akun Twitter @NUgarislucu, sementara peneliti hanya fokus pada akun Twitter @Nugarislucu dan @MuhammadiyahinGL.

### C. Kerangka Berpikir

Dalam kerangka berpikir yang dibuat akan dijelaskan mengenai bagaimana proses berpikir dalam penelitian strategi dakwah pengelola akun Twitter @Nugarislucu dan @MuhammadiyahGL dalam menguatkan moderasi beragama di media sosial. Adapun kerangka berpikir peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut;



**Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, yakni penelitian yang dapat menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan yang sistematis yang diperoleh dari sumber informasi yang terpercaya. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk melihat suatu kenyataan atau realitas, mengeksplorasi, dan memahami konstruksi-konstruksi beserta makna-makna yang terjadi dalam interaksi dan relasi komunikasi dalam *setting* alamiah (Kriyantono, 2006). Dalam penelitian ini data yang perlu dikumpulkan berupa kata-kata tertulis atau lisan dan gambar yang dapat dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, video, atau dokumen resmi lainnya (Moleong, 2018). Sumber data pada penelitian ini diperoleh dari pengamatan terhadap subjek penelitian yaitu Akun Twitter @Nugarislucu dan @MuhammadiyahinGL dan wawancara dengan kedua admin akun tersebut.

Peneliti mendeskripsikan apa yang dianalisis sesuai dengan variabel-variabel yang diteliti dari Akun Twitter @Nugarislucu dan @MuhammadiyahinGL dan hasil wawancara. Kemudian data yang terkumpul akan dianalisis dengan empat unsur strategi dakwah . Setelah itu, data yang terkumpul akan diolah, kemudian penulis mengambil kesimpulan terhadap penelitian.

## B. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dari penelitian ini merupakan akun Twitter @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL dari Januari 2019 – Desember 2022. Sementara yang menjadi objek dari penelitian ini adalah pengelola akun Twitter @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL.

## C. Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	2022					2023			
		Feb	Mar	April	Mei	Jun	Jun	Jul	Agus	Sept
1	Pengajuan judul	■								
2	Pembuatan Proposal		■	■	■					
3	Pengumpulan data					■	■	■		
4	Pengolahan data							■	■	
5	Analisis data							■	■	
6	Pembuatan laporan								■	■

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian



Penjelasan:

Observasi dan penyusunan proposal dilakukan selama 2 bulan, yaitu pada bulan Februari dan Maret 2022. Selanjutnya, peneliti melakukan analisis data sekaligus pengumpulan data selama 1 tahun, yakni pada bulan Juni - Agustus 2023. Kemudian, yang terakhir adalah penyusunan laporan skripsi selama 2 bulan, yaitu pada bulan Agustus dan September 2023.

#### **D. Sumber Data**

Penelitian ini berupaya menggunakan berbagai sumber data (sebanyak mungkin data) yang dapat digunakan untuk meneliti, mengamati, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif, diantaranya yaitu:

##### **1. Data Primer**

Data primer merupakan data utama yang digunakan penelitian.

Data ini diperoleh langsung dari objek penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara dengan pengelola @NUgarilslucu dan @MuhammadiyahinGL.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data pendukung yang dapat berasal dari beragam macam literatur yang dapat memperkuat data primer. Data sekunder ini dapat diperoleh buku, kamus, jurnal, majalah, koran, internet, dan sebagainya yang mana berhubungan dengan penelitian yang sedang diteliti.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan bagian penting dari dalam penelitian yang berupa cara-cara teknis yang dilakukan oleh seorang peneliti dalam mengumpulkan data-data penelitiannya. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah;

### 1. Observasi Virtual

Observasi virtual adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti sendiri dengan cara melihat, mendengar, dan mencium suatu objek yang diteliti kemudian menyimpulkan data yang telah diamati sebelumnya melalui perangkat aplikasi di *smartphone* (Yusuf, 2017).

Observasi sangat penting dalam penelitian ini, karena teknik pengambilan data yang dilakukan dengan cara observasi mengandalkan pengamatan secara cermat, teliti, sistematis, dan terstruktur. Fungsi dari observasi adalah memperkaya data-data yang didasari oleh pengalaman dan juga harus terlibat langsung dalam pengamatan tersebut. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu observasi virtual akun Twitter @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL yang merupakan upaya membangun moderasi beragama.

### 2. Wawancara

Penulis menggunakan penelitian kualitatif guna memahami fenomena sosial yang tengah diteliti. Oleh karena itu, untuk dapat memahami secara utuh metode dakwah yang digunakan akun Twitter

@NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL, penulis memerlukan wawancara secara mendalam (*indepth interview*) untuk melengkapi pengumpulan data agar mendapatkan informasi yang lebih rinci dari pihak yang bersangkutan. Dalam hal ini penulis mewawancarai admin Twitter @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL, yang tidak bersedia disebutkan namanya.

### 3. Dokumentasi

Metode ini sering dipakai untuk memperoleh data yang didapatkan dengan mencatat dokumen-dokumen berupa catatan tertulis atau literatur yang sesuai dan memiliki kaitannya dengan penelitian, seperti buku literatur, riset jurnal, dan majalah, berita yang berkaitan dengan moderasi beragama akun Twitter @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL. Guna memperdalam penelitian yang dilakukan peneliti ini, peneliti juga mencari serta mengumpulkan data yang berkaitan dengan penelitian ini melalui postingan Twitter. Peneliti juga menggunakan jurnal, majalah, buku, media massa, serta pemberitaan online yang berkaitan dengan penelitian ini. Selain itu, peneliti juga menggunakan dokumentasi berupa caption dan foto postingan akun Twitter @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL, dengan cara mengunduh foto tersebut. Studi dokumentasi digunakan untuk memperkaya landasan teoritis serta memperjelas analisis penelitian,

artinya yang berkaitan dengan moderasi beragama yang dilakukan oleh akun Twitter @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL.

## **F. Keabsahan Data**

Keabsahan data dalam penelitian kualitatif sering digunakan pada uji validasi. Sebab, penetapan keabsahan suatu data membutuhkan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu. Terdapat empat kriteria yang digunakan, yaitu derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*depenability*), dan kepastian (*confirmability*) (Moleong, 2018).

Dalam penelitian kualitatif, kriteria utama terhadap data hasil penelitian adalah valid. Untuk pengujian data dalam penelitian ini, validasi data yang digunakan oleh peneliti adalah teknik triangulasi.

Triangulasi dalam pengecekan kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari beragam cara dan berbagai waktu (Indrawan & Yaniwati, 2017). Triangulasi juga dapat diartikan sebagai teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding dari data itu (Moleong, 2018).

Untuk membandingkan dan mengecek data, teknik triangulasi sumber yang dilakukan penulis dalam penelitian ini menggunakan dua cara. *Pertama*, membandingkan hasil wawancara dengan kumpulan dokumentasi dari Akun Twitter @Nugarislucu dan @MuhammadiyahGL. *Kedua*,

membandingkan hasil pengamatan terhadap kumpulan dokumentasi dengan informasi-informasi dari media lain yang terkait. Setelah semua data terpenuhi, maka penulis mendapatkan data kualitatif yang sesuai dengan metode yang dipilih. Hasil dari semua temuan data akan diolah dan dianalisis, yang dalam hal ini adalah Strategi Dakwah Pengelola Akun Twitter @Nugarislucu dan @MuhammadiyahGL dalam Menguatkan Moderasi Beragama di Media Sosial.

#### **G. Teknik Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan sesuatu yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Moleong, 2018).

Adapun tujuan dari analisis data adalah untuk menyempitkan dan membatasi penemuan hingga menjadi data yang tersusun dengan baik. Analisis data dilakukan setelah data yang diperoleh dari sampel melalui instrumen yang dipilih dan akan digunakan untuk menjawab masalah dalam penelitian (Tanzeh, 2009).

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif sehingga analisis data yang dilakukan menggunakan analisis data kualitatif yang meliputi proses dan pemaknaan. Penelitian ini juga menggunakan analisis deskriptif yang berfungsi untuk mendeskripsikan data penelitian.

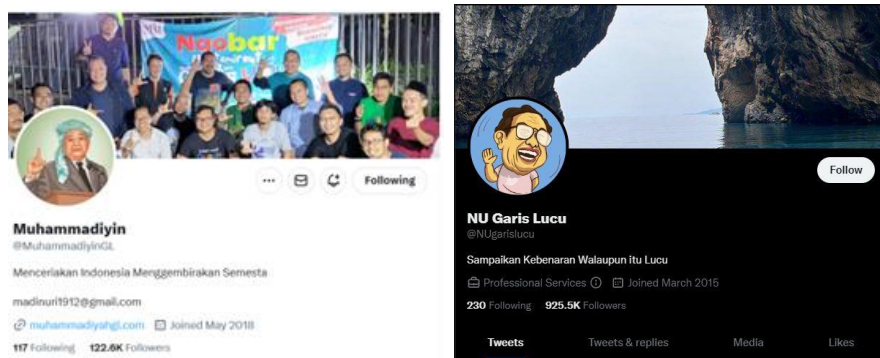
Adapun analisis yang digunakan untuk menganalisis postingan moderasi beragama pada akun Twitter @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL. Dalam penelitian ini menggunakan analisis strategi dakwah.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum

##### 1. Kemunculan Akun @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL



**Gambar 4. 1 Akun Twitter @NUgarislucu & @MuhammadiyahGL  
Sumber: Akun Twitter @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL**

Dilihat dari namanya, yakni “akun garis lucu” sudah jelas sekali bahwa ada kata lucu yang tersemat pada namanya. Kata lucu itu menandakan bahwa akun garis lucu memiliki arti seputar kelucuan, jenaka, menghibur, *selow* dan *santuy*. Benar saja, sesuai dengan namanya, akun garis lucu memang kerap kali membuat atau memproduksi konten jenaka, ringan, menghibur banyak orang, dan tidak jarang mengundang gelak tawa berjamaah.

Membincang akun garis lucu tentu secara otomatis kita juga akan membincang akun @NUgarislucu, sebab ia adalah pelopor dari akun garis lucu. Akun twitter @NUgarislucu lahir pada Mei 2015. Selepas itu, bermunculan akun-akun garis lucu yang lain. Sebut saja

@MuhammadiyahGL, @Katholikgarislucu, @Hindugarislucu, @protestangarislucu, @konghucugarislucu, @budhagarislucu, @cadargarislucu, dan banyak yang lain. Kemunculan akun garis lucu tidaklah datang secara tiba-tiba tanpa dinyana. Namun, munculnya akun garis lucu tentu saja ada alasan yang melatarbelakanginya. Lahirnya akun garis lucu ini disebabkan oleh kegersangan yang terjadi di media sosial. Kegersangan yang dimaksud ialah menguatnya isu toleransi yang berhembus di media sosial. Pendek kata, munculnya akun garis lucu dapat dimaknai sebagai respon dari maraknya ujaran kebencian, misinformasi, isu intoleransi, dan disinformasi yang menyulut perpecahan bertebaran di media sosial (Dewi Purnamasari, 2022).

HM, admin @Nugarislucu, yang tidak bersedia disebutkan namanya, dalam satu kesempatan pada diskusi yang diadakan oleh Komnas HAM, yang mengangkat tema “Berkomedi dalam Toleransi” menjelaskan, tiap kali ada hajatan politik, gesekan sosial antaragama, partai politik, maupun organisasi masyarakat, media sosial selalu panas. Mereka membawa ketegangan itu ke media sosial, sehingga media sosial menjadi pengap. Dulu, sebelum tahun 2015, HM belum menemukan formula yang tepat untuk mencairkan suasana di media sosial. Barulah pada bulan Mei 2015, HM menemukan jawabannya dengan membuat akun @NUgarislucu, dengan humor segar atawa guyonan. Menurutnya, masyarakat Indonesia tentu saja lebih senang dengan guyonan daripada perselisihan maupun pertikain (Dewi Purnamasari, 2022).



Lahirnya akun garis lucu tidak lepas dari pengaruh Presiden Indonesia ke-5, yakni Kiai Haji Abdurahman Wahid atau yang biasa disapa Gus Dur. Menurut HM kemunculan akun @NUgarislucu adalah buah dari inspirasi Gus Dur. HM ingin menampilkan akun @NUgarislucu seperti apa yang selama ini dicontohkan oleh Gus Dur, yakni memanfaatkan humor yang cerdas nan bernas sebagai alat untuk meredam kegaduhan, juga sebagai instrumen untuk melancarkan kritik sosial.

Humor sebagai strategi untuk melawan maraknya intoleransi, ujaran kebencian, dan diskriminasi, yang bertebaran di media sosial dianggap sebagai cara paling ampuh. Buktinya, penelitian yang dilakukan oleh Sari Hernawati (2019) merekam 72% dari 1.828 responden pengguna Twitter mengaku senang dan terhibur dengan adanya akun @NUgarislucu. Selain itu, dalam risetnya tersebut, ia mengungkapkan bahwa akun garis lucu memiliki peluang dan kecenderungan lebih banyak mendapatkan simpati dari para pengikutnya (Sari Hernawati, 2017).

Senada dengan riset Sari Hernawati Gus Dur dalam pengantar buku *Mati Ketawa Cara Rusia* (1986) menyebutkan bahwa humor merupakan senjata paling ampuh untuk memelihara kewarasan orientasi hidup masyarakat. Bagi Gus Dur, masyarakat dapat menjaga jarak yang dinilai tidak benar melalui humor (Z. Dolgopolova, 1986).

Kemunculan akun garis lucu memang sejatinya memuat konten-konten lucu. Namun, jika ditelaah lebih jauh, akun garis lucu bukan hanya memproduksi hal-hal yang sifatnya lucu belaka. Akan tetapi akun garis lucu telah masuk di ranah yang lebih jauh, seperti isu agama, politik, ekonomi, hingga kehidupan sehari-hari masyarakat yang tampaknya remeh-temeh. Dari semua isu yang dibuat konten oleh akun garis lucu, semuanya disajikan dengan nada lucu, renyah, dan humor, meski yang dibicarakan adalah konten yang berat dan sensitif, seperti isu agama dan politik. Kendati demikian, cuitan @NUgarislucu tidak mengundang kegaduhan atau pertikaian, justru sebaliknya mengundang kehangatan dan keharmonisan.

Lebih lanjut, tidak jarang humor yang dilempar oleh akun garis lucu sejatinya adalah sindirian atau bisa dibilang satir, juga kritik sosial. Tidak mengherankan sebenarnya, sebab hal seperti ini tempo dulu kerap kali dilakukan oleh Gus Dur, yang notabene adalah sosok yang menginspirasi pembuat akun garis lucu. Jamie Bartlett, Jonathan Birdwell, dan Michael King dalam bukunya yang berjudul *The Edge Of Violence A Radical Approach To Extremism* (2010) menyebutkan bahwa humor dan satire gelap menjadi alat jitu untuk menangkal gerakan ekstrem. Menurut riset itu, kehidupan orang-orang ekstrem tak ubahnya seperti para penjahat kelas teri yang kehidupannya dilanda kecemasan, kesepian, membosankan, dan penuh ketakutan.

Alhasil, lahirnya akun garislucu merupakan angin segar sekaligus menjadi oase di tengah kegersangan, kekeringan, dan ketegangan di media sosial. Bukan hanya itu, akun garislucu bahkan menjelma sebagai metode atau cara baru dalam menangkal maupun mengcounter paham radikal, intoleran, yang tumbuh subur di ruang-ruang digital. Disadari atau tidak kehadiran akun garislucu memberi sumbangsih kepada negeri dalam merawat kesatuan, kerukunan, dan kebhinekaan Indonesia.

Selepas 3 tahun kemunculan akun Twitter @NUgarislucu, kemudian lahirlah akun Twitter Muhammadiyah Garis Lucu (@MuhammadiyahGL). Tepatnya, kali pertama lahir pada bulan Mei 2018. Ia merupakan akun garis lucu ke dua yang lahir selepas kemunculan akun Twitter @NUgarislucu. Sejatinya, Muhammadiyah adalah organisasi besar yang cukup tua usianya. Bahkan, organisasi yang didirikan oleh KH. Ahmad Dahlan tersebut jauh lebih sepuh daripada NU. Muhammadiyah lahir pada 18 November 1912. Baru 14 tahun kemudian NU berdiri, tepatnya pada 31 Januari 1926.

## 2. Visi dan Misi Akun Twitter @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL

Pada awal kemunculan akun Twitter @NUgarislucu, visi dan misi akun tersebut tidak lain adalah sebagai media untuk meredam gejolak konflik yang memanas menjelang dihelatnya Muktamar NU yang ke-33 di Jombang, Jawa Timur. Seiring berjalannya waktu, selepas kontestasi Muktamar selesai, pengelola akun Twitter @NUgarislucu, Addul Hamam, dkk. merumuskan visi dan misi akun yang mereka kelola, yakni sesuai yang tertuang dalam bio di Twitter “Sampaikan kebenaran walaupun itu lucu.” Menurutnya, *quotes* itu sengaja dipilih karena ia mengaku memiliki keterbatasan ilmu. “

“Itu *quotes* sengaja kami pilih karena kami itu ilmunya terbatas, kan. Sehingga untuk menyatakan kebenaran itu adalah sebuah kebenaran, kami, kan, harus melewati beberapa proses yang panjang. Untuk menyatakan ayat Qur’an ini cocok dengan suatu kasus ini, kan, gak bisa langsung. Nah, makanya yang bisa kami lakukan adalah menyampaikan kebenaran versi kita \_\_harusnya ada tanda kurungnya, sih\_\_ yang kami sampaikan dengan cara lucu.

Lebih lanjut, HM, mengaku bahwa *quotes* yang ia buat sebenarnya sesuai dengan hadis Nabi, yang menyatakan bahwa sampaikanlah kebenaran walaupun itu pahit. Namun demikian, kata HM, banyak yang mengartikan hadis tersebut dengan salah, misalnya, sampaikanlah kebenaran walaupun degan kekasaran, emosi, bahkan intimidasi. Maka kemudian, HM, mengambil sisi humornya dengan membuat *quotes* atau tagline “Sampaikanlah kebenaran walaupun itu lucu.”

“Sebenarnya di hadis itu, kan, ada, walau sebenarnya kami gak bikin plesetan, hanya perspektif yang berbeda, yakni sampaikan kebenaran walaupun itu pahit. Nah, kadang orang memahami hadis itu dengan terjemahan mereka secara bebas, yang kami pikir justru menimbulkan masalah. Kayak ketika mereka tahu kebenaran yang harus disampaikan, maka yang dilakukan adalah menyampaikan itu meskipun kalimatnya kasar, emosional meskipun orang mendengarnya gak enak. Gapapa kalau benar katakan benar meskipun orang lain gak enak mendengarnya.” (Wawancara pada Senin 18 Juli 2022)

Kendati demikian, di awal lahirnya @NUgarislucu HM mengaku bahwa tidak memiliki visi dan misi khusus. Menurutnya, visi dan misi itu tercetus belakangan. Pada awalnya, mengalir saja. Membuat akun @NUgarislucu dengan mengalir, yang penting bermanfaat bagi warga NU khususnya, dan bagi bangsa Indonesia pada umumnya. Selain itu, HM berharap akun Twitter NUgarislucu menjadi akun yang bebas kepentingan. Maksudnya, bebas dari berbagai macam kepentingan alias independen.

“Nah, kalau misi sebenarnya kita gak punya misi. Dari awal ya mengalir saja. Intinya, akun kami baik itu di Twitter, FB, IG, itu pengen semua ide yang disampaikan atau yang disampaikan teman-teman itu jauh dari tendensi apapun. Kalau pengen sampaikan, sampaikanlah.”

Bagi HM, dkk. apabila tidak bisa menyampaikan pesan dengan elegan, santai, dan mendamaikan, pilihan terbaik adalah diam atau jadikan sebagai humor belaka. Dengan demikian, tidak bakal menjadikan suasana memanas, runyam, dan tentu saja dapat menjaga suasana yang nyaman, elegan, jauh dari huru-hara perdebatan yang berkepanjangan.

“Kalau gak bisa menyampaikan dengan baik karena kalimat kita terbatas barangkali diksi terbatas. Alangkah lebih baiknya diam saja. Namun, banyak orang gak bisa menyampaikan dengan benar, akhirnya menyampaikan dengan emosional. Akhirnya yang keluar bukan nasihat malah sesuatu yang bikin semua jadi runyam. Kalau gak bisa memberikan yang baik, ya jadikan guyon saja. Artinya jadikan sesuatu itu santai, biar orang jatuhnya guyon biar jatuhnya sesuatu yang enak dibicarakan atau diobrolkan.”

Lebih lanjut, HM dkk. sangat menyayangkan orang-orang yang tidak bisa mengendalikan emosinya, kemudian mencuit atau *tweet* seenaknya saja di sosial media. Karena kondisi sedang tidak stabil atau emosional, tentu orang seperti itu bakal menulis atau *ngtweet* sesuai dengan perasaannya yang meledak-ledak, hingga mengundang kontroversi dan perselisihan. Menurut pengamatannya, HM dkk. mengambil kesimpulan bahwa tidak sedikit orang di media sosial yang kesulitan membuat *joke* atau *guyonan*. Mereka lebih cenderung kaku dan serius sehingga membuat media sosial penyap.

“Ya karena kalau orang sedang emosi, kemudian ngetwet, hal yang paling sulit mereka lakukan adalah guyon. Nah, itu yang sebenarnya pengen kita sajikan. Kalau ngetweet selama pikiran kita gak fresh, jernih, ya jangan ngetweet. Makanya guyon saja. Di Twitter terlalu banyak orang serius. Kalau orang serius, buat apa kami ikutan serius, sama halnya kalau orang pada ke barat buat apa kami ikutan ke barat. Ternyata yang tidak disadari dari kebanyakan orang itu bagaimana mereka bisa menyampaikan guyonan dalam menghadapi banyak kasus, banyak masalah. Meskipun kelihatannya sederhana, kan, ya. Masa guyon g bisa. Dan ternyata g bisa juga, lho, ya. Coba kita cermati di sosmed, gak banyak orang itu yang bisa guyon.”(Wawancara pada Senin, 18 Juli 2022).

Dari data di atas dapat diambil kesimpulan bahwa, akun Twitter @NUgarislucu, pada awalnya hanya ingin membuat suasana Muktamar NU ke-33 berjalan dengan damai, tenang, tanpa emosional. Maka

kemudian, selepas muktamar usai, HM mengaku bahwa adanya akun ini sebenarnya tidak ada misi dan visi alias ngalir saja. Alhasil, ia menyebutkan kalau akun yang ia kelola bersama teman-temannya lintas pondok mengapa tidak dilanjutkan dengan menyebarkan pesan-pesan yang lucu agar suasana di sosial media, utamanya Twitter tidak memanas berkepanjangan atau setidaknya mengurangi kontestasi yang menguras emosi, yang kerap kali memicu terjadinya perdebatan, caci maki, dan ujaran kebencian.

Sementara itu, pada awalnya, visi dan misi dari akun Twitter @MuhammadiyahGL tidak lain adalah untuk menjawab tulisan dari Iqbal Aji Daryono di [mojomok.co](http://mojomok.co) yang berjudul “Muhammadiyah Garis Lucu Mungkinkah?”

Akan tetapi, NZ juga ingin mewartakan apabila orang-orang Muhammadiyah itu tidak semuanya sepaneng alias serius. Warga Muhammadiyah juga ada yang lucu-lucu, sebagaimana warga Nahdliyin.

“Dari artikel IAD itu, kemudian kita tersadar “Oh iya ya. Memang benar dan seterusnya.” Di artikel itu (Muhammadiyah Garis Lucu Mungkinkah?) Iqbal menulis bahwa sebenarnya kesehariannya bersama teman-temannya, di komunitas Muhammadiyah, itu ya lucu. Aktivitas, interaksi, ngobrolnya, diskusinya, itu ya lucu. Banyak kejadian yang membuat keakraban dengan teman-teman lainnya. Tetapi, yang nampak ke permukaan selama ini adalah hal-hal yang sifatnya serius, tidak bisa guyon. Padahal kesehariannya ya banyak hal-hal yang lucu, tetapi tidak muncul dan tidak bisa menjadi arus utama di permukaan seperti teman-teman NU yang memang terkenal woles, santai, pintar membuat joke-joke untuk menghidupkan suasana.” (Wawancara pada Senin, 18 Juli 2022).

Selain itu, ingin membuktikan bahwa orang Muhammadiyah tidak melulu serius, anti tahayyul, bid'ah, dan churafat. NZ dkk. ingin memunculkan hubungan hangat di Masyarakat Indonesia yang plural, seperti dengan teman-teman NU, dan juga dari teman-teman agama lain. Dengan demikian, NZ dkk. berusaha menunjukkan bahwa wajah Muhammadiyah itu tidak Tunggal, akan tetapi banyak varian. Alhasil, NZ dkk. mengusung tagline “Menceriakan Indonesia, Menggembirakan Semesta”.

“Nah, tantangan itu kemudian kita jawab dengan membuat akun Muhammadiyah Garis Lucu. Jadi, ingin menampilkan sisi lain dari Muhammadiyah yang tidak melulu serius, tidak melulu anti Tahayyul, Bidah, Churafat (TBC) tetapi juga memunculkan hal-hal di masyarakat yang plural, dari teman-teman Nahdliyin, teman-teman dari agama lain, komunitas lain yang di situ ternyata wajah Muhammadiyah itu banyak. Ada banyak varian di Muhammadiyah, tergantung di mana Muhammadiyah itu ada dan eksis. Itu yang ingin kita munculkan ke permukaan. Tapi, di sisi lain, kehadiran kita justru semakin menguatkan kalau Muhammadiyah itu gak bisa lucu.” (Wawancara pada Senin, 18 Juli 2022).

### **3. Pengelola Twitter@NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL**

Baik akun @NUgarislucu maupun @MuhammadiyahGL, mereka tidak berkenan dipublikasikan nama dan profilnya. Mereka hanya berkenan disebutkan inisialnya saja. Menurut HM, admin @NUgarislucu, tidak menampakan diri atau berada di belakang layar adalah pilihan terbaik. Kalau saja para admin menampakkan diri ke permukaan, kata HM, justru akan membuat kondisi menjadi runyam. Tidak hanya itu, bagi HM, berbagai macam kepentingan pun dapat berkelindan apabila masyarakat mengetahui orang di balik akun tersebut.



“Tentu saja pilihan terbaik adalah tidak menampakkan diri ke permukaan. Pasalnya, tatkala ketika menampakkan diri, justru banyak mushorotnya. Misalnya, kitab isa dengan mudah didikte dan ditunggangi kepentingan. Kalau seperti ini, tidak ada yang tahu, kan, enak, sesuka kita, bebas, tidak dibatasi pesanan dari mana pun. Yang jelas independen adalah yang terbaik.” (Wawancara pada Senin, 18 Juli 2022)

Bernada serupa, NZ, admin @MuhammadiyahGL memiliki pandangan yang sama dengan HM. Bagi NZ, tidak penting orang di belakang @MuhammadiyahGL. Hal yang paling penting menurutnya adalah kebermanfaatan @MuhammadiyahGL bagi Masyarakat atau bagi pengikutnya.

“Kami pikir, tidak penting siapa orang di belakang atau yang menggawangi @MuhammadiyahGL. Yang paling penting di antara itu semua adalah kebermanfaatan akun ini untuk pra pengikutnya dan Masyarakat yang lebih luas.” (Wawancara pada 18 Juli 2022)

Sementara itu, tatkala ditanya berapa jumlah pengelola akun Twitter @NUgarislucu, HM, menjawab ada 4 orang. Menurutnya, dari 4 orang itu, yang jelas mereka semua adalah santri dan tentu saja adalah warga Nahdliyin. Selain itu, dari awal hingga sekarang adminnya masih konsisten berjumlah 4 orang. Meski ada beberapa admin yang mengundurkan diri untuk kemudian diganti dengan admin baru. Yang jelas, kata HM, dari semua admin itu adalah teman cangkruk yang sudah kenal baik, sehingga mereka sudah terpercaya dan tidak mudah terpengaruh dari berbagai macam kepentingan.

“Yang jelas, kami para pengelola tidak banyak. Tidak lebih dari 4 orang. Semuanya adalah santri, dan tidak berada di satu tempat. Ada yang di Jawa Timur, ada pula yang di Jawa Tengah. Mereka semua

adalah temen-teman cangkruk yang sudah saling kenal lama” (Wawancara pada Senin, 18 Juli 2022)

Demikian pula dengan NZ, ia tidak menjawab secara jelas jumlah pengelola @MuhammadiyahGL. Sama dengan HM, NZ membeberkan bahwa pengelola @MuhammadiyahGL adalah umat Muhammadiyah. Tidak lebih dari 5 orang.

“Kami punya group WA para admin atau pengelola akun. Dari semua pengelola ini memiliki background yang berbeda-beda. Yang jelas kami semua adalah orang Muhammadiyah.” (Wawancara pada Senin, 18 Juli 2023)

## B. Sajian Data

### 1. Sejarah dan Tujuan @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL



**Gambar 4. 2 Akun Twitter @Nugarislucu**

**Sumber: Akun Twitter @NUgarislucu**

Twitter adalah salah satu platform media sosial yang digemari banyak orang. Pasalnya, Twitter adalah platform simpel yang mudah digunakan untuk saling berkicau, baik dalam hal yang serius maupun

hal-hal yang sifatnya receh atau sekadar kelakar maupun *sambatan* dari pemilik akun. Berangkat dari sini, admin akun Twitter @NUgarislucu cukup jeli melihat ceruk dan peluang itu. Maka, pada bulan Maret 2015, ia membuat akun dengan nama @NUgarislucu. Sesuai namanya yang mengusung sebuah diksi humor, akun tersebut selalu menampilkan kelakar dan humor pada setiap *tweet* atau kicauannya. Akun @NUgarislucu kali pertama lahir mengusung slogan atau *tagline* “*Sampaikan kebenaran walaupun itu lucu*”. Akun ini merupakan akun garis lucu pertama yang lahir sebelum akun-akun garis lucu yang lain hadir. Hingga penelitian ini ditulis, akun Twitter @NUgarislucu diikuti lebih dari 925 ribu *followers* dan sudah berkicau lebih dari 54 ribu kicauan, baik itu yang berisi *guyonan* ringan, *guyonan* serius, maupun sindirian keras yang dilontarkan sebagai kritik sosial kepada masyarakat maupun kalangan tertentu.

Sejatinya akun Twitter @NUgarislucu lahir menjelang dihelatnya Muktamar NU yang ke-33 di Jombang pada Agustus 2015. Tepat pada bulan Maret 2015, HM, sang admin yang tidak bersedia disebutkan namanya, membuat akun @NUgarislucu bersama teman-temannya. Rupanya, HM, dkk. adalah para santri dari berbagai macam pondok pesantren di Jawa. Sementara motif atau alasan utama dari pembuatan akun Twitter @NUgarislucu tidak lain adalah sebagai tantangan dari akun Twitter @nugarislurus.

“Jadi pada tahun 2015, itu, kan, awal-awal mau diselenggarakan Muktamar ke-33 NU di Jombang. Kita punya inisiatif untuk

membuat akun, yang diinisiasi dari obrolan ringan teman-teman. Berangkat dari keresahan kita kalau di NU itu biasanya menjelang Muktamar itu ada intrik-intrik kecil, seperti beberapa kandidat bikin *campaign*. Selain itu, saat itu, ada NU Garis Lurus yang cukup mencuri perhatian juga. Jadi, di tahun 2015, kami dan teman-teman, yang waktu itu aktif di media pondok. Jadi kita punya komunitas gitu ngumpul dan akhirnya bikin sebuah akun di Twitter awalnya, yang kemudian kita kasih nama @NUgarislucu. Kita mencoba menghadirkan @Nugarislucu itu karena memang awalnya ya dari @nugarislucu itu sendiri bahwa kita membidik isu-isu yang ada di internal NU. Kami memunculkan sisi lain dari kelucuan-kelucuan di antara kiai-kiai NU.” (Wawancara pada Senin, 18 Juli 2022)

Dulu, sebelum akun @NUgarislucu lahir, terdapat akun yang cukup menyita perhatian masyarakat, utamanya warga Nahdlatul Ulama (Nahdliyin). Akun tersebut bernama @NUgarislurus. Bagi sebagian Warga Nahdliyin, akun @NUgarislucu dinilai membuat suasana pengap, bahkan memancing perdepatan dan perselisihan di tubuh internal NU.

Hal demikian tentu saja tidak mengherankan, pasalnya @NUgarislurus atau yang biasa disapa NUgl kontradiktif dengan NU sendiri. Padahal, semenjak NU dilahirkan pada 31 Januari 1926, organisasi Islam terbesar di dunia ini selalu mengkampanyekan perdamaian, baik di kancah nasional maupun internasional. Cita-cita yang diusung oleh para pendiri NU adalah merawat martabat manusia, juga peradaban dunia. Oleh sebab itu, banyak yang gerah dengan munculnya @NUgarislurus, karena tidak mencerminkan namanya yang mambawa embel-embel NU. Menurut @NUgarislurus, NU yang berkembang dan dikenal masyarakat dewasa ini adalah NU yang

melenceng, karena tidak berpedoman pada ajaran sang pendiri, yakni K.H. Hasyim Asy'ari. Sementara, menurutnya, NU yang dijalan yang benar adalah NU versi dia belaka. Tidak heran apabila tagline dari akun tersebut adalah “NU yang mengikuti ajaran K.H. Hasyim Asy'ari”.

Kenyataannya, dari dulu hingga sekarang NU tidak pernah berubah. Kiprah NU untuk bangsa dalam berkhidmat pada masyarakat selalu on the track, menjadi prioritas organisasi. Terbukti, dalam hal merawat kerukunan bangsa, yang digalakkan pemerintah melalui moderasi beragama, NU mendukung penuh, bahkan menjadi garda terdepan dalam mensukseskan program itu, sebagaimana nilai-nilai yang dianut oleh NU, yaitu tasamuh yang berarti toleransi, tawazun yang memiliki arti seimbang, tawasuth bermakna sikap tengah-tengah, dan taa'dl alias tegak lurus

Keresahan dan kegeraman yang dirasakan oleh sebagian masyarakat dan warga Nahdliyin terhadap @NUgarislucu juga dirasakan oleh HM dkk. Bagi mereka, @NUgarislurus dinilai meresahkan, juga menjengkelkan. Bukan hanya itu, @NUgarislurus kerap kali membuat narasi yang berpotensi memecah belah NU, sehingga mencoreng nama baik, dan juga merugikan nama baik NU sendiri. Maka dari itu, HM dkk. tergerak untuk mengcounter dan meredam ulah dari @NUgarislurus agar tidak terus-terusan membuat kegaduhan, dan semakin memanasnya situasi menjelang Mukhtamar ke-33 NU di Jombang.

Kegelisahan yang dirasakan oleh HM, dkk. tidak hanya tertuju pada @NUgarislurus. Akan tetapi, mereka juga semakin gerah dengan cara-cara yang dilakukan oleh warga Nahdliyin dalam merespon dan mengcounter akun tersebut. Bagi mereka, apabila @NUgarislurus melontarkan narasi-narasi yang sifatnya menyerang, menuduh, hatespeech, kemudian dibalas dengan narasi yang serupa, maka, kata HM, dkk. tidak ada bedanya antara @NUgarislurus dan kami, warga Nahdliyin. Walhasil, hal demikian tidak dapat meredam suasana menjadi lebih adem, justru malah sebaliknya, suasana bakal semakin runyam dan memanas.

Berangkat dari situ, HM, dkk. sepakat untuk membuat akun @NUgarislucu sebagai tandingan @NUgarislurus, untuk merespon narasi-narasi negatif dan gejala yang memanas selama ini, dengan cara elegan dan formula yang tepat, yakni melalui humor. Dengan demikian, kata HM dkk. untuk menjawab tuduhan dan narasi miring dari @NUgarislurus warga Nahdliyin tidak perlu terpancing emosi, namun pancing dengan guyonan toleransi. Sehingga Muktamar berjalan dengan santai, adem dan tidak ada pihak yang dirugikan.

“Berangkat dari obrolan bersama teman-teman, kita juga menyimak beberapa teman yang mencoba membela dalam tanda kutip nama NU atas serangan habis-habisan yang dilontarkan @NUgarislurus. Dan ketika pembelaan itu dilancarkan, sayangnya menggunakan cara yang sama. Jadi, serangan balikknya, justru yang terjadi adalah kontestasi menjadi lebih memanas dan tidak kondusif. Pada akhirnya, kami dan teman-teman sepakat, ‘ayolah bikin apa gitu biar menjadi lebih santai, lebih adem. Jangan pakai emosi, kedepankan toleransi. Muktamar

itu ya biar tidak panas gitu, lho. Tidak ada pihak yang dirugikan.” (Wawancara pada Senin, 18 Juli 2022).

Saat disinggung perihal nama @NUgarislucu, HM menjelaskan bahwa pemberian nama @NUgarislucu sebenarnya anekdot dari @NUgarislurus. @NUgarislucu dan @NUgarislurus, kata HM, memiliki akronim yang sama, yakni “NUgl”. Jadi, pemberian nama akun @NUgarislucu sudah dipikir matang-matang, sebab kembali lagi untuk mengcounter narasi-narasi yang disebar oleh @NUgarislurus. Alhasil, HM bersama teman-teman yang notabene merupakan para santri ingin menghadirkan sesuatu yang baru, yang berbeda dari apa yang disajikan oleh @NUgarislurus. Jika @NUgarislurus selalu menampilkan konten maupun narasi-narasi yang serius, tidak jarang menghujat tokoh NU sana-sini. @NUgarislucu justru sebaliknya, ia ingin menampilkan konten-konten yang santai, guyonan khas santri, anekdot banser, hingga joke-joke para kiai.

“Jadi, di tahun 2015, kami dan teman-teman, yang waktu itu aktif di media pondok punya wadah komunitas. Nah, saat kami ngumpul, akhirnya bikin sebuah akun di Twitter awalnya, yang kemudian kami kasih nama @NUgarislucu. Kita mencoba menghadirkan @Nugarislucu itu karena memang awalnya ya dari @nugarislucu itu sendiri bahwa kita membidik isu-isu yang ada di internal NU. Kami memunculkan sisi lain dari kelucuan-kelucuan di antara kiai-kiai NU. Kita banyak mendapatkan di beranda-beranda FB, guyonan-guyonan antar kiai kita munculkan. Kemudian anekdot-anekdot banser kita tampilkan, khas-khas gojlok-anak pondok kita munculkan.” (Wawancara pada Senin, 18 Juli 2022).

Selang beberapa bulan akun Twitter @NUgarislucu launching, tidak dinyana, respon dari masyarakat begitu luar biasa. Hal demikian dibuktikan dengan followers yang terus meningkat drastis. Bahkan, beberapa tokoh NU seperti KH. Mustofa Bisri atau yang lebih akrab disapa Gus Mus, Putri Gus Dur, Allisa Wahid, mengikuti akun tersebut. Semenjak itu, HM dkk. menyadari bahwa keberadaan akun Twitter @NUgarislucu rupanya disambut hangat. Selain itu, yang pada awalnya tujuan dari dibuatnya @NUgarislucu membidik isu-isu internal NU, kini HM dkk. menyadari bahwa masyarakat Indonesia membutuhkan akun semacam @NUgarislucu guna menyirami kegersangan, keseriusan orang-orang di media sosial.

“Kami sama sekali tidak menyangka, tiba-tiba—tidak tahu—akun kami, kok, mencuri perhatian. Artinya, orang-orang tertarik dengan gaya seperti itu di tengah isu-isu yang memanas di antara komponen yang ada di NU terkait waktu Mukdamar saat itu. Nah, baru berjalan beberapa bulan, satu bulan kalau tidak salah, akun kami direspon sama tokoh-tokoh nasional, ada Gus Mus yang ikut meretweet, ada Ning Alisa wahid yang juga ikut retweet (Wawancara, 18 Juli 2022).

Berkat apresiasi dan sambutan hangat dari masyarakat dan tokoh-tokoh NU, semakin memantapkan HM dkk. untuk terus merawat @NUgarislucu dalam mengawal perdamaian di ruang digital. Mereka bersepakat untuk mengedepankan humor atau guyonan ala santri untuk mengcounter siapa saja yang berusaha melemahkan dan menyerang NU. Rupanya cara tersebut membuahkan hasil. Buktinya, tidak butuh waktu lama, pengikut @NUgarislucu membludak. Dalam satu hari,



pengikut bisa mencapai seribu hingga dua ribu pengikut. Respon dari pengikut pun cukup positif.

“Kemudian, setelah dapat respon para tokoh, kami pada akhirnya mulai sadar, ternyata twitter ini cukup fektif untuk menyampaikan ide atau pesan. Tidak hanya itu, selepas itu, followers kita naik drastis. Saya memperkirakan 1 hari bisa 1000 sampai 2000. Lalu, kita mulai berpikir, (platform) ini kayaknya efektif untuk menyampaikan ide terkait yang kita obrolkan selama ini. “ayolah kita counter tokoh-tokoh yang menyerang, yang dalam tanda kutip ingin melemahkan NU. Nah cara *mengcounternya* itu sudah kita sepakati, misalnya gak pakai emosi, gak nyebut nama, tapi kita kasih *gojlok* ala anak pondok, yang rupanya itu efektif. Efektif dalam arti lumayan dapat respon yang baik dari teman-teman. Dan responnya pun terbilang respon yang positif karena adem, jadi guyon gitu (Wawancara pada Senin, 18 Juli 2022).

Alhasil, HM dengan akunnya, yakni @NUgarislucu memiliki tujuan dan bertekad untuk mengikis intoleransi dan polarisasi yang berkembang di media sosial.

“Kita punya agenda besar, yakni polarisasi ini berakhir. Sudah itu saja. Karena di semua pemikiran kami mengarahnya ke sana. Minimal sudah tidak ada lagi kelompok yang antar satu yang lain itu menjatuhkan karena agama maupun pilihan politik (Wawancara pada Senin, 18 Juli 2022).



**Gambar 4.3 Akun Twitter @MuhammadiyahGL**  
**Sumber: Akun Twitter @MuhammadiyahGL**

Sementara itu, akun Twitter Muhammadiyah Garis Lucu (@MuhammadiyahGL) kali pertama lahir pada bulan Mei 2018. Ia merupakan akun garis lucu ke dua yang lahir selepas kemunculan akun Twitter @NUgarislucu. Sejatinya, Muhammadiyah adalah organisasi besar yang cukup tua usianya. Bahkan, organisasi yang didirikan oleh KH. Ahmad Dahlan tersebut jauh lebih sepuh daripada NU. Muhammadiyah lahir pada 18 November 1912. Baru 14 tahun kemudian NU berdiri, tepatnya pada 31 Januari 1926.

Kendati demikian, perihal garis lucu, NU yang diwakili oleh @NUgarislucu tidak bisa dibilang lebih muda lagi, ia malah lebih tua 3 tahun daripada Muhammadiyah yang diwakili oleh

@MuhammadiyahGL. @NUgarislucu lahir pada Maret 2015, kemudian disusul @MUhammadiyahGL pada Mei 2017. Alhasil, di dunia nyata Muhammadiyah adalah kakak dari NU, sedangkan di dunia digital garis lucu malah sebaliknya, NU adalah kakak dari Muhammadiyah.

Selain tahun kemunculan yang membedakan antara @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL, ada satu lagi yang membedakan, yang tidak banyak diketahui banyak orang, yakni @NUgarislucu lahir di ruang digital untuk kali pertama melalui media sosial bernama Twitter. Kemudian, belakangan ia membuat media sosial yang lain seperti Facebook dan Instagram. Namun, @MuhammadiyahGL justru lahir di dunia digital untuk pertama kalinya di jejaring Facebook. Baru kemudian, ia melebarkan sayapnya di Twitter, dan terbaru di Instagram.

Sama halnya seperti kakak kandungnya @NUgarislucu, @MuhammadiyahGL lahir di dunia digital bukan tanpa alasan. Namun, ada cerita unik yang melatarbelakangi terbentuknya akun kebanggan warga Muhammadiyah tersebut.

Alkisah, pada 27 Februari 2017, salah satu penulis kenamaan di Indonesia mutakhir, Iqbal Aji Daryono menulis di media online bernama *mojok.co*. Judul tulisan tersebut adalah “Muhammadiyah Garis Lucu, Mungkinkah?”. Isi dari tulisan tersebut adalah curahan hati penulis terhadap organisasi Muhammadiyah, yang notabene merupakan organisasi yang ia ikuti. Iqbal, demikian sapaan akrabnya, dalam tulisannya, mengaku sebagai warga Muhammadiyah kultural. Artinya, orang yang memegang teguh prinsip-prinsip Muhammadiyah, namun tidak terlibat secara langsung di struktur organisasi (Daryono, 2017).

## Muhammadiyah Garis Lucu, Mungkinkah?

oleh **Iqbal Aji Daryono** — 6 tahun yang lalu



Muhammadiyah Garis Lucu, Mungkinkah?



Saya seorang “Muhammadiyah kultural”. Saya tahu, istilah itu terdengar agak gimanaaa gitu. Mungkin malah bermasalah secara epistemologis.

**Gambar 4. 4** Esai Iqbal Aji Daryono di *mojok.co*  
Sumber: *mojok.co*

Lahir dan tumbuh di lingkungan Muhammadiyah, tentu saja secara otomatis membuat Iqbal kerap kali bertemu dan bersinggungan dengan warga Muhammadiyah. Menurut kaca mata Iqbal, warga

Muhammadiyah cenderung tidak bisa diajak guyon alias orang-orangnya cenderung serius. Berbeda dengan saudaranya, warga Nahdliyin yang dikenal lebih santuy, hangat dan tidak kaku.

“Kenapa anak-anak Muhammadiyah dewasa ini jarang yang lucu? Berkali-kali saya menemukan warga Muhammadiyah yang kaku. Sialnya, tiap kali kegalauan perihal minimnya SDM Muhammadiyah yang lucu saya unggah di FB, banyak yang mengamininya,” tulis Iqbal di esainya.

Kegalauan Iqbal akan minimnya SDM yang lucu di Muhammadiyah bukanlah tanpa alasan. Sebab ia merindukan sosok Muhammadiyah yang hangat, tidak kaku, dan egaliter, seperti Pak Musthofa W. Hasyim Pak Harwanto Dahlan, dan KH. Abdur Razaq (AR) Fakhruddin, mantan ketua PP Muhammadiyah periode 1968 – 1990.

Bagi Iqbal, tanpa kelucuan dan kehangatan kehidupan berorganisasi dan beragama akan sulit terbangun. Maka dari itu, kata Iqbal, anak-anak Muhammadiyah perlu berendah hati untuk belajar ke teman-teman NU dalam hal ini.

Setelah membaca tulisan Iqbal tersebut, NZ, admin @MuhammadiyahGL, yang tidak bersedia disebutkan namanya, ingin merespon dan membuktikan kalau anak-anak Muhammadiyah juga bisa lucu sebagaimana anak-anak NU. NZ lantas membuat akun Muhammadiyah Garis Lucu untuk kali pertama di Facebook pada tahun 2017.

Awalnya, ia mengaku kalau hanya iseng-iseng saja menjawab artikel Iqbal dengan membuat akun Muhammadiyah Garis Lucu. Setelah ia periksa, rupanya belum ada akun garis lucu di Muhammadiyah. Tanpa pikir panjang NZ kemudian membuat akun Muhammadiyah Garis Lucu di Facebook.

“Jadi akun ini sebenarnya lahir pada tahun 2017, dan media pertama kami tadinya di Facebook. Pada saat itu, bertepatan dengan viralnya tulisan Iqbal Aji Daryono (IAD) di *mojomok.co* dengan judul “Muhammadiyah Garis Lucu Mungkinkah?” Untuk menjawab artikel itu, awalnya, kami iseng saja sebenarnya. Kami cek di Facebook (FB) rupanya belum ada akun Muhammadiyah Garis Lucu. Ya, akhirnya kita buat saja. Kalau tidak salah waktu itu akhir bulan Februari 2017 (wawancara pada Senin, 18 Juli 2022).

Setelah 1 tahun berjalan, baru kemudian, AH, dkk. melebarkan sayapnya dengan membuat akun serupa di Twitter dan juga Instagram.

“Nah, kemudian, sekitar satu tahunan kami mencoba melebarkan sayap, membuat akun di Twitter dan Instagram di tahun 2018. Ya, sesimple itu sebenarnya. Ada yang menanyakan Muhammadiyah Garis Lucu Mungkinkah. Nah, lho ini lo ada. Meskipun gak ada yang lucu sih sebenarnya.” (Wawancara pada Senin, 18 Juli 2022).

Selain dilatari untuk menjawab tulisan Iqbal di *mojomok.co* yang berjudul “Muhammadiyah Garis Lucu, Mungkinkah?” NZ, dkk. juga ingin mewartakan kepada khalayak umum bahwa warga Muhammadiyah itu juga banyak yang lucu. Dalam kesehariannya, menurut NZ, tidak jarang warga Muhammadiyah bertukar humor, *guyon*, tidak melulu anti *Takhayul*, *Bid'ah*, dan *Churafat* (TBC), sehingga membuat suasana hangat dan semakin akrab satu dan lainnya.

Akan tetapi, yang terlihat di permukaan adalah wajah serius dan garing, yang melekat di warga Muhammadiyah. Berbeda dengan warga NU yang masyhur dan pintar menghidupkan suasana dengan *joke-jokenya*,

“Nah, tantangan itu kemudian kita jawab dengan membuat akun Muhammadiyah Garis Lucu. Jadi, ingin menampilkan sisi lain dari Muhammadiyah yang tidak melulu serius, tidak melulu anti Tahayyul, Bidah, Churafat (TBC) tetapi juga memunculkan hal-hal di masyarakat yang plural, dari teman-teman Nahdliyin, teman-teman dari agama lain, komunitas lain yang di situ ternyata wajah Muhammadiyah itu banyak. Ada banyak varian di Muhammadiyah, tergantung di mana Muhammadiyah itu ada dan eksis. Itu yang ingin kita munculkan ke permukaan. Tapi, di sisi lain, kehadiran kita justru semakin menguatkan kalau Muhammadiyah itu gak bisa lucu. (Wawancara pada Senin, 18 Juli 2022)

Kemunculan akun @MuhammadiyyinGL rupanya menuai sambutan yang luar biasa. Bahkan, Iqbal adalah orang pertama yang berjasa menyebarluaskan akun tersebut. Berkat Iqbal, akun @MuhammadiyyinGL pesat perkembangannya, pengikutnya naik drastis sampai sekarang.

“Dari awal, begitu akun FB dibuat, kita langsung dapat *feedback* dari mas Iqbal. Ketika kami membuat akun itu, kami melihat friendlist FB kami. Kira-kira siapa, nih, yang bisa menyambungkan dengan mas Iqbal. Ternyata ada teman yang ada akses ke mas Iqbal. Akhirnya kita komunikasi dan alhamdulillah dapat *feedback* positif dari dia. “Wooo, jebule ono akune.” Kemudian ia (mas Iqbal) langsung posting di Facebooknya. Dan salah satu yang membuat akun ini bisa berkembang, langsung ataupun tidak langsung, berkat interaksi dengan akun IAD tersebut.” (Wawancara pada Senin, 18 Juli 2022).

NZ, beranggapan bahwa bertengkar di media sosial sama sekali tidak ada manfaatnya buat bangsa, terlebih yang menjadi penyebabnya adalah kontestasi pilihan politik. Untuk itu, memiliki tujuan dengan

adanya akun @MuhammadiyahGL, yakni mengikis perbedaan, intoleransi, dan menanggapi segala hiruk pikuk dengan santai.

“Semoga kami berharap, ini kan sudah mulai mendekati tahun-tahun momen yang agak panas lagi, masyarakat Indonesia, khususnya di media sosial, jauh lebih dewasa dibandingkan ketika ada kontestasi serupa pada tahun 2019. Apa, sih, manfaatnya kalau kita bertengkar di media sosial itu. Gak ada manfaatnya. Toh, pada akhirnya, kontestasi yang sifatnya negatif itu tidak akan membawa kemajuan bagi masyarakat dan bangsa kita. Justru akan memundurkan bangsa (Wawancara pada Senin, 18 Juli 2022).

## **2. Perencanaan, Proses, dan Persiapan Materi @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL**

Adapun perencanaan, proses, dan persiapan materi atau sumber yang dipakai dalam strategi dakwah, yang dilakukan oleh HM dan NZ, dkk adalah sebagai berikut:

### **a) *Dawuh* Para Kiai/Ustaz**

Di kalangan NU, kita mengenal tokoh atau ulama dengan sebutan Kiai. Sementara di Muhammadiyah kita lebih mengenal dengan sapaan ustaz, meski ada juga yang memanggilnya kiai dan juga buya. Adapaun dawuh para kiai atau ustaz yang dimaksud adalah dawuhnya sosok ulama seperti Gus Dur, KH. Abdur Rozaq Fachruddin, Gus Mus, Buya Syafii Maarif, Gus Baha dll. Sebagai contoh misalnya, dalam perdebatan di kalangan Muslim mengenai kaum syiah dan non syiah, admin @NUgarislucu tertarik melihat fenomena ini dari pendapat Gus Baha. Menurut Gus Baha' bagaimanapun sekte syiah adalah bagian dari muslim.



“Coba kita *flashback* ke tweet-tweet kita yang sudah lewat. Misal, saat, Gus Baha membaca fenomena Sunni & Syiah itu kan unik sudut pandangnya. Beliau tidak saling menyalahkan mereka. Itu sebenarnya kan sensitive. Setiap isu itu kami angkat, ada kedua belah pihak yang tidak suka. Ada pihak yang kena diskriminasi. Kemudian kami kasih guyonan: kalau di Suriah, Sunni Syiah bertengkar habis-habisan. Kalau di Indonesia jangan coba-coba. Karena di sini kita ngopi bersama. Dengan guyonan gak bakal ada konflik. Mereka punya hak hidup juga.” (Wawancara pada Senin, 18 Juli 2022).



**Gambar 4. 5 Quote @NUgarislucu  
Sumber: akun Twitter @NUgarislucu**

Fenomena mengkafirkan penganut syiah kerap kali terjadi di Indonesia. Mereka menganggap bahwa syiah bukanlah golongan dari Muslim. Oleh sebab itu, di berbagai daerah di Indonesia, seperti di Madura, Jember, terjadi diskriminasi yang dilakukan sebagai kelompok kepada kaum syiah. Menanggapi hal demikian, akun Twitter @NUgarislucu punya perspektif berbeda yang bersumber dari *dawuh* Gus Baha, yang menguatkan moderasi bergama,

sehingga menjadi sebuah cuitan yang dibuat meme seperti gambar di atas yang tertulis, ” *Kalau gak mau bilang Syiah bagian dari Islam. Setidaknya akuilah bahwa Syiah bagian dari manusia.* ”

b) Bersumber dari Kehidupan Pesantren

Selain bersumber yang dipakai dalam hal ini adalah dawuh para kiai seperti Gus Dur, KH. AR. Fachrudin, Gus Baha, Gus Mus, dll. Dalam hal ini admin @NUgarislucu juga mengambil sumber dari pesantren. Tidak heran, karena semua admin adalah para santri, yang dikenal dengan kaya akan guyonan. Maka, seringkali akun ini menampilkan wajah riang gembira atau guyonan terus menerus.

“Nah, karena *basic* kami anak santri, kalau bisa tema keagamaan yang kami kemas dengan menarik. Jadi kalau kami ngetweet tentang politik kita batasi sudah. Sesekali gapapa. Jadi kami bisa ngetweet politik, budaya, sosial, dan macam-macam. Yang lebih banyak adalah keagamaan, yakni keagamaan yang orang bisa merasakan bahwa agama ini enak kok. Tapi, kami lebih menekankan pada komunikasinya, kayak bagaimana komunikasi kita, komunikasi ala santri dengan Muhammadiyah, bagaimana komunikasi kita dengan Kristen, Hindu, dan yang kayak gitu-gitu saja. Jadi biar mereka yang nganggap bahwa di mana-mana ada diskriminasi, nggak kok, sebenarnya kami masih santai-santai mawon. Jadi, yang paling utama kita pengen munculkan di permukaan ya tadi semangatnya Gus Dur (Wawancara pada Senin, 18 Juli 2022).

Kendati demikian, HM tidak melulu menampilkan kehidupan pesantren yang berbalut atau membahas ilmu agama. Akan tetapi, ia lebih menonjolkan aspek dan cara berkomunikasi yang asik. Ia menyadari bahwa tidak semua pengikutnya adalah

muslim. Maka, bagi dia, tidak elok kalau @NUgarislucu menampilkan materi agama melulu. Ia lebih suka menampilkan materi umum yang berkaitan dengan cara @NUgarislucu berkomunikasi dengan liyan, baik dengan kalangan Nahdliyin, Muhammadiyah, Katholik, Kristen, Hindu, Budha, dll. Kalaupun ia menyuguhkan konten keagamaan, HM memilih materi yang ringan yang dapat dimengerti oleh semua lapisan golongan, agar dapat dinikmati tidak hanya bagi kalangan santri atau umat muslim belaka.

“Lebih lanjut, kita mikir, gimana, sih, konten keagamaan pesantren bisa tersampaikan ke semua lini. Dari sekian followers kami yang santri paling hanya beberapa persen saja. Sisanya pasti orang luar atau non santri, bahkan orang Kristen menikmati konten kami setiap saat. Jadi kami kan nggak enak kalau ngomongnya satu sisi. Dan kalaupun kami ngobrol tentang keagamaan ya setidaknya keagamaan yang bisa ditangkap oleh mereka.” (Wawancara pada Senin 18 Juli 2022).

Tidak hanya itu, HM dkk. ingin menyuguhkan dan menunjukkan bahwasanya tidak selamanya hubungan antarumat beragama itu selalu bermusuhan, saling menyudutkan, dan bahkan saling mencari kebenaran.”

“Kami tahu di luar kita itu ada orang non muslim, ada orang yang sama sekali nggak kenal Islam, ada yang sudah mulai kenal kemudian mencoba memahami, akan sangat disayangkan apabila setiap hari yang muncul adalah isu-isu keagamaan yang memantik emosi. Akhirnya apa? Yang mau kenalan jadi malas g mau kenalan, yang nggak kenal sama sekali akan menganggap agama apa sih bertengkar terusan.” (Wawancara pada Senin 18 Juli 2022).

Alhasil, pengelola akun @NUgarislucu itu ingin komunikasi antarumat beragama dengan penuh kenyamanan, santai, dan tentu saja membawa kedamaian bagi alam semesta, khususnya di sosial media.

“Nah kita pengen ada di sisi itu. Kita dan teman-teman, ayok kita mengambil posisi di sana. Beberapa kali ada orang yang bilang di Twitter, bahkan beberapa kali di acara tv bilang, “kalau baca akun ini saya jadi punya harapan besar tentang keberagaman di Indonesia. Akhirnya, enak ya kalau berislam kayak cara mereka. Bisa welcome dengan siapapun”. Itu yang pertama. Jadi kami bukan perwakilan dari agen kemanusiaan. Bukan. Hanya santri yang ngobrol santai dengan siapapun. Itu saja. Kan udah tahu semua, bahwa di belakang akun ini adalah santri. Oke kita pertahankan. Bila orang tahu, ya beginilah gaya santri kalau ngobrol dengan siapapun.” (Wawancara pada pada Senin, 18 Juli 2022).

Tidak hanya @NUgarislucu saja yang melakukan demikian. Namun, NZ dkk. melalui @MuhammadiyahinGL juga mempraktikkannya. Meski NZ, dkk. bukan lulusan pesantren tradisional seperti HM, dkk. akan tetapi mereka juga pernah mengenyam kehidupan pesantren ala Muhammadiyah yang cenderung modern. Tak ubahnya seperti HM, dkk. NZ dkk. juga memiliki selera humor tatkala berkomunikasi dengan liyan. Buktinya di beberapa kontennya, NZ, dkk. sangat cerdas dan elegan ketika berkomunikasi dengan liyan.

“Lagi-lagi yang tampak atau lebih dikenal ke Masyarakat luas mengenai cara berkomunikasi yang luwes dan menyenangkan itu ya teman-teman NU. Namun, sebenarnya, kami juga memiliki selera berkomunikasi yang demikian. Meski memang kalau boleh jujur tidak secair warga NU. Namun demikian, gaya komunikasi kami tidak berbeda jauh, maksudnya sama-sama suka humor dan tidak membeda-

bedakan dengan siapapun.” (Wawancara pada Senin, 18 Juli 2022).

Berikut adalah sebagian contoh dari interaksi dan gaya komunikasi dari @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL:



**Gambar 4. 6 @MuhammadiyahGL**  
**Sumber: Twitter @MuhammadiyahGL**

Dalam percakapan tersebut, @MuhammadiyahGL *meretweet* sebuah *tweet* dari mJm Travel yang memuat berita Muhammadiyah Palace Hotel Suites di Jeddah, Arab Saudi. Dalam postingan tersebut, @MuhammadiyahGL *mention* @NUgarislucu dengan kalimat:

*“kapan mampir gus @NUgarislucu? Ajak @KatolikG @HKBP\_GL, @konghucuGL, @GIHindu, @BudhisGL juga boleh kok. Yang penting bayar.”*

@NUgarislucu kemudian menanggapi *tweet* @MuhammadiyahGL tersebut dengan santai tapi berbasis fakta. Ia menulis: “*Kalau masih di Jeddah sih masih bisa ngajak sampean. Kalau di Mekkah sampean harus turun di pintu gerbang.*”

Kemudian @MuhammadiyahGL membalasnya dengan singkat: “*Sampean harus dengerin ya.*”

Tidak mau ketinggalan dan tidak mau pula jadi bahan sindiran, @KatolikG kemudian menjawab sekaligus menyerang @NUgarislucu: “*Sampeyan ngajak @NUgarislucu nginep di hotel besar. Apa ada fasilitas amben bertiker, sarung, dan yang lebih penting toilet jongkok?*”

c) Bersumber dari *Trending Topic*

Bersumber dari *trending topic* ini yang dimaksud adalah isu atau peristiwa yang sedang hangat dibahas atau diperbincangkan oleh khalayak umum. Sebagai contoh misalnya, tatkala tahun baru masehi tiba, mayoritas masyarakat di media sosial tak terkecuali di Twitter, ramai-ramai membahasnya. Contoh lain adalah tatkala tahun politik tiba atau setelahnya, Masyarakat pun tidak lepas membahas isu seputar politik. @NUgarislucu dan

@MuhammadiyahGL melihat ceruk itu untuk dijadikan peluang. Maka, kerap kali ketika ada sesuatu yang *viral* atau *trending* @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL tidak menyia-nyiakan momentum itu. Mereka ikut serta mengomentari isu yang lagi mencuat tersebut. Kendati demikian, mereka mengomentari dengan gaya dan ciri khas mereka, yakni dengan humor.

Demikian adalah contoh berita viral selepas pemilihan presiden pada tahun 2019. Saat itu, masyarakat terbelah menjadi 2 kubu, yakni kubu Jokowi dan kubu Prabowo. Mereka tidak jarang saling berdebat, mengejek dan saling melempar hate speech di media sosial.

Alih-alih tetap saling mendukung pilihan dan melanjutkan permusuhan di media sosial, namun, ada kabar yang mencengangkan, yakni kedua calon presiden dan wakil presiden yang kalah dalam pemilihan presiden 2019, yakni Prabowo dan Sandiaga Uno diangkat menjadi Menteri oleh presiden terpilih yaitu Jokowi. Maka kemudian @MuhammadiyahGL mencuitkan sebuah gambar sebagai berikut:



**Gambar 4. 7 @MuhammadiyahGL**  
**Sumber: Twitter @MuhammadiyahGL**



Dalam Tweetnya tersebut @MuhammadiyahGL menulis:  
*“Dulu kalian ngotot-ngototan pilih satu atau dua, ternyata sebenarnya dulu kita sedang milih 11-12. Beli satu gratis 2.”*

Tidak hanya @MuhammadiyahGL saja, @NUgarislucu pun demikian. Kerap kali ia mengomentari isu atau berita yang sedang viral di media sosial. Misalnya, tatkala Natal tiba, banyak orang muslim memperbincangkan hukum mengucapkan selamat natal kepada umat kristiani. Tidak hanya itu, di momen natal tahun lalu, tepatnya 2022 tersebar video viral para Muslimah berjilbab sedang membersihkan gereja. Salah satu orang bernama Muhammad Assaewad membagikan video tersebut dengan membubuhi tulisan:  
*“Pesan saya “Jika siswi ini Muslimah” jangan sampai toleransi kebablasan, ya dik! Belajarlah ilmu agama dan akidah dengan baik.”*



**Gambar 4. 8 @NUgarislucu**  
**Sumber: Twitter @Nugarislucu**

Alih-alih mendukung pendapat Muhammad Assaewad, @NUgarislucu malah meresponya dengan humor yang tidak terduga, ia menulis: *“Mungkin pikiran siswi itu “ayo rek dibersihkan. Eman-eman izin pendiriane angel loh.”*

### **3. Pelaksanaan @NUgarislucu dan @MuhammadiyahinGL**

Dalam pelaksanaannya, HM mengaku bahwa dulu di tahun 2015 atau di saat @NUgarislucu masih baru ia dkk. membagi tugas. Masing-masing admin memiliki jobdesk yang jelas, misalnya, siapa yang mencari ide konten, siapa yang bakal bikin atau merangkum ide tersebut menjadi sajian konten yang siap diposting, siapa yang bakal posting, dan juga siapa yang membuat gambar ketika diperlukan. Namun, seiring berjalannya waktu jobdesk tersebut tidak dapat berjalan. Pasalnya, kata HM, semua memiliki kesibukan masing-masing. Dan tentu saja HM tidak bisa memaksa kepada teman-

temannya harus melakukan ini dan itu sebab akun @NUgarislucu bukanlah akun yang bersifat profit, namun non profit.

“Ya, dulu kami memang pernah merencanakan semua itu dengan rapi. Tapi pada akhirnya kami anulir karena beberapa admin itu yang hanya menyumbang ide, juga fokus di tempat lain. Jadinya hanya beberapa yang tersisa. Nah, kami pengen orang itu ngetweet tidak berdasarkan antusias. Karena sedang pengen ngomong gini, jadinya orang setiap hari ngetweet. Kalau bisa, idealnya orang ngetweet itu ya idealnya satu hari sekali dua kali, ya sudah selesai. Atau besoknya lagi. Dan itu justru orang akan melihat kami secara manusiawi, ini benar-benar orang. Bukan sesuatu yang dikonsep. (Wawancara pada Senin, 18 Juli 2022).

Namun demikian, meski HM mengatakan bahwa tidak ada perencanaan dalam hal pelaksanaan. Sejatinya, HM dkk. masih memperhatikan ihwal perencanaan dan pelaksanaan. Misalnya, dalam banyak konten HM dkk. mengedepankan konten yang berhubungan dengan komunikasi antarumat agam yang lain.

“Akan tetapi, kami lebih menekankan pada komunikasinya, kayak bagaimana komunikasi kita dengan Muhammadiyah, bagaimana komunikasi kita dengan Kristen, Hindu, dan yang kayak gitu-gitu saja. Jadi biar mereka yang nganggap bahwa di mana-mana ada diskriminasi, nggak kok, sebenarnya kami masih santai-santai mawon. Jadi, yang paling utama kita pengen munculkan di permukaan ya tadi semangatnya Gus Dur.” (Wawancara pada Senin, 18 Juli 2022).

Rupanya, NZ dkk, pengelola @MuhammadiyahGL pun demikian. Ia mengaku bahwa mula-mula di awal lahirnya @MuhammadiyahGL NZ dkk. membuat semacam *road map* atau perencanaan serta pelaksanaan yang bakal dibuat oleh @MuhammadiyahGL ke depan, seperti konten yang bakal diangkat, desain seperti apa yang bakal Digambar, serta jam berapa mesti posting,

dll. Namun, lambat laun, kata NZ, capek juga kalau seperti itu terus. Menurutnya, media sosial kalau mau diseriusi memang menguras tenaga dan sangat melelahkan. Alhasil, perencanaan, konsep, dan pelaksanaan yang dirancang hanya bertahan kurang dari satu tahun, setelah itu, semuanya mengalir. Siapa yang sedang longgar, dialah yang bakal bikin konten dan sekaligus posting. Materi dan segala macam yang berhubungan konten kini sifatnya insidental.

“Pada awalnya memang kami membuat semacam perencanaan. Biasa orang baru memulai kan cita-citanya, keinginannya, semangatnya menggebu-gebu. Kami akan membuat konten yang seperti ini, nanti setiap pesan kita akan menaikkan konten yang seperti ini. Nanti pada momen tertentu kita akan membuat konten seperti ini. Pada awalnya memang iya. Tapi, lama-lama ya capek juga. Ya memang media sosial itu kalau diseriusi ya memang harus serius. Tidak bisa setengah-setengah untuk menekuni media sosial. Seiring dengan berjalannya waktu dan kesibukan teman-teman. Akhirnya, rencana hanyalah tinggal rencana. Pada akhirnya kita mengalir saja.” (Wawancara pada Senin 18 Juli 2022)

Alhasil, NZ dkk. tidak piker panjang ihwal persiapan, materi, dan pelaksanaannya. Bagi mereka, apa saja yang mau diangkat dijadikan status, tinggal dinaikan saja. Meski demikian NZ dkk. ingin menampilkan materi atau konten yang berbeda dengan media meanstream milik Muhammadiyah. Menurutnya, materi yang berbeda akan menambah khazanah dan perspektif yang berbeda.

“Apa yang mau dijadikan status ya sudah kita naikan. Tidak terus semuanya terkonsep, terencana. Tapi, pada momen-momen tertentu, misal milad Muhammadiyah, kita memiliki konten khusus yang harapannya berbeda dengan konten yang diangkat media-media mainstream di Muhammadiyah, sehingga nampak ada perbedaan antara kita dengan teman-teman akun yang lain. Untuk sekarang kita lebih ke insidental. Karena kami mempunyai kesibukan masing-

masing yang tidak bisa ditinggal. Pada akhirnya, ya, kami harus milih mana yang bakal kita seriusin dan mana yang bakal kita bercandaain (Wawancara pada Senin, 18 Juli 2022).

### C. Analisis Data

Pada dasarnya strategi dakwah adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) berdakwah untuk mencapai sebuah tujuan. Tujuan yang dimaksud tidak lain adalah terjadinya perubahan dalam diri masyarakat maupun lingkungan menjadi lebih baik. Strategi juga dapat berarti “kemampuan yang mahir dalam menyelesaikan dan merencanakan sesuatu”.

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi, terdapat beberapa strategi yang dilakukan oleh pengelola akun Twitter @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL. Di antaranya adalah sebagai berikut:

#### 1. Penentuan Tujuan Dakwah

Pengelola akun Twitter @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL dalam melaksanakan dakwahnya, mereka ingin menunjukkan pengetahuan keislaman yang toleran dan moderat dalam beragama. Tujuan awal dari akun Twitter @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL adalah sebagai *counter* kalangan atau internal NU dan Muhammadiyah sendiri. @NUgarislucu mula-mula ingin meng*counter* @NUgarislurus yang sempat membuat ricuh menjelang Mukatamar NU ke-33 di Jombang pada tahun 2015. Pada saat itu, situasi di tubuh internal NU

memanas jelang Mukatamar NU ke-33. Hal demikian dipicu oleh @NUgarislurus. Bagaimana tidak membuat suasana runyam, pasalnya, pada setiap konten atau postingan @NUgarislurus ia kerap kali mengancam kesatuan internal NU dengan mencacimaki warga NU yang tidak sependapat dengannya. Bahkan, Tindakan provokatifnya sering kali menyerang tokoh-tokoh NU yang dihormati seperti Gus Dur, Prof. Quraish Shihab, dan KH. Aqil Siradj. Kala itu, serangan yang dilancarkan @NUgarislurus tidak hanya di Twitter saja, namun mereka juga aktif menyerang di FB dan juga web yang bernama pejuangislam.com yang digawangi oleh Ustaz Lutfi Bashari. @NUgarislurus mengklaim dirinya sebagai pejuang islam yang memperjuangkan kemurnian ajaran Rosulullah. Tidak hanya itu, mereka juga mengklaim mempejuangkan dan mengembalikan NU ke jalan yang benar, yakni NUnya Mbah Hasyim Asyari. Bagi @NUgarislurus NU sekarang digerogoti oleh ajaran sesat yang dihuni oleh para kaum liberalis dan orientalis.

Berangkat dari situ, @NUgarisluru ingin meredam gejala di tubuh NU dengan cara *guyon* atau humor, atau lebih tepatnya adalah menertawakan @NUgarilurus yang menjadi penghambat atau benalu menjelang Muktamar ke-33 di Jombang.

Demikian pula dengan @MuhammadiyahinGL, mula-mula akun ini dibuat ingin menunjukkan bahwa wajah Muhammadiyah itu tidak tunggal. Selama ini, stigma yang berkembang di

masyarakat adalah orang Muhammadiyah itu identik dengan orang yang serius, garing, tidak mudah diajak bercanda. NZ, dkk. ingin membuktikan bahwa tidak semua orang Muhammadiyah seperti stigma yang dikenal masyarakat. Orang Muhammadiyah juga banyak yang tidak kaku, bahkan lucu, sebagai contoh adalah KH. AR. Fachruddin dan banyak yang lain.

Baik @NUgarislucu maupun @MuhammadiyahGL tujuan awalnya adalah ingin memperbaiki situasi dan kondisi di tubuh internal mereka sendiri. Namun, seiring berjalannya waktu, kedua akun tersebut ingin khalayak umum mengetahui nilai-nilai moderat dan santun dalam beragama Islam. Jangkauan yang ingin dicapai adalah nilai-nilai Islam yang toleran, santun, dan moderat dapat mencapai seluruh masyarakat Indonesia. Bukan hanya untuk kalangan umat Muslim saja, tetapi ditujukan pula untuk semua kalangan, dan bahkan umat dari agama lain.

Dari sajian data di atas, penulis dapat mengelompokkan tujuan dari @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL menjadi 3 bagian. Di antaranya adalah:

a) Mengkampanyekan Toleransi

Mengkampanyekan Toleransi beragama yang dimaksud di sini adalah @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL menjadi garda terdepan mempromosikan toleransi beragama di kancah media sosial. Pasalnya kebebasan beragama di Indonesia dari

waktu ke waktu selalu mengalami kemunduruan, bahkan bisa dibilang sebagai kemerosotan. Padahal, dulu, Indonesia dikenal sebagai negara yang toleran, mengayomi berabagai macam pemeluk agama, baik itu umat Islam, Katholik, Kristen, Budha, Hindu, maupun Konghucu. Semua melebur menjadi satu kesatuan sebagai bangsa Indonesia, yang kaya akan etnis, suku, pulau, tradisi, bahasa, dan budaya. Bahkan, keadaan di dunia maya atau media sosial juga tidak berbeda jauh dengan di kehidupan nyata, alias tidak baik-baik saja. Kerap kali ujaran kebencian, hoaks, persekusi, praktek intoleransi sangat mudah ditemui di media sosial. Hasil riset Miscrosoft pada tahun 2022 menyatakan bahwa Indonesia adalah negara yang paling tidak sopan di Asia Tenggara. Hasil riset tersebut merujuk pada 3 faktor yang melatarbelakangi, yakni *pertama*, maraknya ujaran kebencian, *kedua*, tingginya resiko terpapar hoax, dan *ketiga*, adalah tingginya diskriminasi (Microsoft, 2020).

Toleransi beragama yang dimaksud tidak hanya merawat persaudaraan, menghormati pilihan dengan antarpemeluk agama lain. Namun, lebih dari itu, @NUgarislucu dan @MuhammadiyahinGL menjadi tauladan atau contoh bagaimana merawat dan merajut toleransi antar internal anggota, baik dalam tubuh NU maupun Muhammadiyah. Meski kita dilahirkan atau besar di organisasi yang sama, yakni sama-sama dari NU dan



Muhammadiyah, tidak menutup kemungkinan tercetusnya konflik yang berkepanjangan, seperti dalam tubuh NU, yakni NU Garis Lurus. Maka, dakwah @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL tidak lain adalah untuk kalangan internal sendiri.

Lebih lanjut, dakwah yang dilakukan oleh @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL tidak hanya bagi kalangan internal saja, tetapi juga ditujukan untuk eksternal, yakni sama-sama muslim tetapi dari organisasi yang berbeda. Kita tahu bahwa hubungan NU dan Muhammadiyah mengalami pasang surut. Perbedaan yang kentara di antara keduanya adalah terletak pada pandangan *fiqh ubudiyah* seperti qunut, wiridan, dan penentuan 1 syawal. Perbedaan macam ini kemudian lambat laun tidak lagi menjadi satu persoalan yang menarik perhatian. Berkat interaksi yang dilakukan oleh @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL, semua menjadi lebih cair dan menyenangkan.

#### b) Komitmen Kebangsaan

Selain mengkampanyekan toleransi beragama, @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL memiliki peran dalam menguatkan kebangsaan. Buktinya, tatkala banyak warganet yang saling berdebat, menghina, dan mempermalukan satu sama lain di media sosial sebab pilihan politik yang berbeda, @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL menertawakan

tindakan demikian. HM dan NZ, dkk. secara cerdas mengomentari isu yang berpotensi memecah belah bangsa dengan kepala dingin. Misalnya, selepas pemilu usai, kemudian capres dan cawapres yang kalah, yakni Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno dipilih menjadi pembantu presiden atau menteri, @MuhammadiyahGL melempar komentar demikian:

*“Dulu kalian ngotot-ngototan pilih satu atau dua, ternyata sebenarnya dulu kita sedang milih 11-12. Beli satu gratis 2.”*

Sementara itu, HM bertekad untuk memerangi bahkan memiliki agenda besar, yakni polarisasi ini berakhir. Kita tahu bahwa tiap kali tahun politik, kerap kali benturan Masyarakat, lebih-lebih polarisasi di media sosial menganga lebar. Untuk itu, peran @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL dalam hal ini sangat krusial dalam memupuk persaudaraan dan kebangsaan masyarakat Indonesia.

#### c) Antikekerasan

Selain bertujuan mengkampanyekan toleransi dan memperkuat kebangsaan, @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL juga memiliki tujuan mulia, yakni antikekerasan. Hal demikian dibuktikan dengan interaksi @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL dengan beberapa akun

garis lucu yang lain, seperti @Katolikgarislucu @Hindugarislucu, dll.

Meski mereka berbeda, namun mereka menghindari kekerasan. Hal demikian dibuktikan dengan gaya komunikasi yang digunakan oleh @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL menunjukkan bahwa tidak adanya perbedaan antara satu golongan dengan golongan yang lain. Bahkan, kerap kali @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL berkelakar atau saling lempar joke satu sama lain.

## 2. Persiapan Materi, Penyusunan dan Pelaksanaan Strategi

Sebelum melaksanakan sebuah strategi diperlukan adanya persiapan terlebih dahulu. Pengelola @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL sebelum melakukan dakwahnya di media sosial melakukan pengumpulan data dasar dan perkiraan kebutuhan, agar dapat memperoleh ketepatan dalam menentukan sebuah strategi yang dilakukan.

Pengelola @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL menganalisis terlebih dahulu isu yang akan digunakan untuk berdakwah, agar dakwah dapat tersampaikan dengan tepat. Kemudian menyusun sebuah rencana dan pesan apa saja yang cocok disampaikan di media sosial. Serta menentukan isu apa yang tepat untuk berdakwah di Twitter.

Dengan demikian dalam persiapan pelaksanaan strategi hendaknya melakukan kegiatan penelitian terlebih dahulu. Pengelola @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL meneliti terlebih dahulu bagaimana keadaan masyarakat di media sosial ini dan dakwah apa yang tepat agar masyarakat dapat menerimanya. Persiapan adalah tahap pematangan. Pengelola @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL memanfaatkan media sosial untuk berdakwah di media sosial. Mempersiapkan konten-konten serta materi-materi yang tepat. Konten dan materi yang akan disebarakan diseleksi terlebih dahulu sebelum disebarakan. Materi yang digunakan oleh @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL bersumber pada *dawuhnya* kiai, dan kehidupan pesantren. Namun demikian, diolah menjadi bahasa Twitter yang dapat dinikmati banyak orang dan ramah dengan algoritma Twitter. Di antaranya adalah:

#### 1) Humor

Humor adalah senjata andalan yang dimiliki oleh @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL. Sebagai contoh adalah peristiwa tatkala artis kenamaan Indonesia, Dedy Corbuzer memeluk Islam. Saat itu @NUgarislucu mencuit demikian:



**Gambar 4. 9 @NUgarislucu**  
*Sumber: @NUgarislucu*

*Tweet* di atas merupakan respon dari *tweet* @Katolikgarislucu pasca viralnya pemberitaan kepindahan artis kenamaan Indonesia, Dedy Corbuzier. @NUgarislucu menimpali, “*Siap, ndan. Ajaran-ajaran baik dari sampean tetap kami pertahankan.*” Jawaban tersebut adalah ciri khas dari pergaulan atau obrolan santri di pesantren yang identik dengan humor yang bersumber dari *kalam ulama*, yakni *al muhafadzotu ala qodimi sholih, wal akhdu biljadidil ashlah*, yang memiliki arti merawat hal-hal baik di masa lalu, dan memperbarui hal baru yang kurang baik.

Setelah tujuan dakwah ditetapkan, maka perlu adanya sebuah penyusunan rencana. Pengelola @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL sudah menentukan tujuan dakwahnya, yaitu mengkampanyekan toleransi beragama, memperkuat kebangsaan, dan mengikis perbedaan. Target awalnya memang

hanya untuk kalangan internal saja. Namun, seiring berjalannya waktu dan banyak yang simpati dengan akun mereka. Maka kemudian @NUgarislucu dan @MuhammadiyahinGL memperlebar sayapnya untuk menyebarkan tujuan-tujuan tersebut kepada para pengikutnya yang notabene bukan hanya dari kalangan internal saja.

Untuk itu, pengelola @NUgarislucu dan @MuhammadiyahinGL mendesain segala kontennya yang mereka peroleh dari dawuhnya kiai, kehidupan pesantren, maupun kitab, dikemas dengan gaya bahasa ala Twitter dengan khas humor dan satir. Dengan begitu, konten-konten @NUgarislucu dan @MuhammadiyahinGL sekalipun mengkritik tajam terhadap kehidupan sosial maupun agama bisa diterima banyak orang dengan lapang dada, sehingga tidak mengundang kegaduhan atau perselisihan.

## 2) Insidental dan *Trending / Viral*

Sejatinya, pelaksanaan strategi memerlukan penataan dan pelaksanaan yang terarah, efektif, efisien. Segala yang dilakukan ketika proses pelaksanaan strategi harus terpusat pada tercapainya tujuan yang telah direncanakan. Namun, pengelola @NUgarislucu dan @MuhammadiyahinGL mengaku mengalir saja melakukan itu semua.

Dulu, di awal kelahirannya baik @NUgarislucu dan @MuhammadiyahinGL menjalankan rangkaian strategi seperti perencanaan, dan pelaksanaan. Namun, seiring berjalannya waktu pengelola @NUgarislucu dan @MuhammadiyahinGL tidak lagi menjalankan itu. Mereka lebih ke sporadis atau incidental. Meski demikian konten @NUgarislucu dan @MuhammadiyahinGL tidak pernah sepi alias selalu ramai. Buktinya, pengikut dua akun tersebut dari hari ke hari selalu bertambah drastis.

Selain mengunggah konten-konten keagamaan. @NUgarislucu dan @MuhammadiyahinGL kerap kali mengangkat isu-isu dan kejadian yang ramai terjadi. Maka kemudian, pengelola @NUgarislucu dan @MuhammadiyahinGL memanfaatkan Twitter yang notabene media sosial yang ramai digunakan oleh masyarakat. Tidak hanya itu, mereka juga memiliki media sosial lain seperti facebook, instagram, dan twitter. Konten yang diunggah di Twitter kemudian ditransfer ke berbagai media lain.

Kejelian dan kecerdikan yang dimiliki oleh pengelola @NUgarislucu dan @MuhammadiyahinGL patut diajungi jempol. Sebagaimana yang telah penulis jelaskan di teori, Twitter memiliki simbol hastag (#) yang menunjukkan apa yang sedang viral, trending, atau topik hangat yang sedang dibicarakan oleh banyak netizen atau warganet. Dengan adanya hastag yang

menunjukkan *trending topic* dimanfaatkan oleh HM dan NZ dkk. untuk melancarkan visi dan misi mereka, yakni mengkampanyekan toleransi beragama. Kerap kali HM dan NZ dkk ikut serta meramaikan atau memberi komentar terhadap isu atau berita yang sedang viral. Namun demikian, HM dan NZ dkk tetap dalam koridor yang tepat alias *on the track*, mengomentari sesuatu yang sedang gaduh diperbincangkan dengan humor. Sebagai contoh, misalnya, tatkala sedang viral video para Perempuan berjilbab membersihkan gereja. HM justru melihat perspektif *out of the box* yang boleh jadi tidak terpikirkan oleh orang-orang. Ia mengomentari, “barangkali para perempuan itu mikir, eman-eman kalau tidak dibersihkan, izin pembuatannya sangat sulit soalnya.”

Tidak hanya memberi komentar yang sifatnya lucu, membuat suasana cair. Namun, hal demikian kalau kita telaah lebih lanjut, itu merupakan sebuah satir kritik sosial terhadap pemerintah dalam memberikan izin Pembangunan tempat ibadah.

Hal serupa juga dilakukan oleh NZ dkk. sebagai contoh, misalnya, tatkala tahun politik 2019, media sosial sangat pengap. Isu yang kerap kali viral adalah isu hate speech, antar cebong dan kampret. NZ dkk. tidak ralat dalam perdebatan itu, ia memanfaatkannya dengan cara yang unik, yakni menyuguhkan realita yang dapat memalukan netizen yang saling bertikai, yaitu



ketika momen Prabowo dan Sandiaga Uno dilantik menjadi menteri. NZ menulis di tweetnya: “Dulu kalian ngotot-ngototan pilih satu atau dua, ternyata sebenarnya dulu kita sedang milih 11-12. Beli satu gratis 2.”

Walhasil, HM dan NZ dkk. berkat kejelian dan daya kreatifitasnya, mereka berhasil memanfaatkan *trending topic* untuk digunakan sebagai bahan dan senjata untuk menjalankan startegi dakwahnya.

Aspek	@NUgarislucu	@MuhammadiyahGL
Latar belakang	Lahir pada Maret 2015. Motif atau alasan utama dari pembuatan akun Twitter @NUgarislucu tidak lain adalah sebagai tandingan dari akun Twitter @nugarislurus.	Lahir pada Mei 2018. Motif atau alasan utama dari pembuatan akun ini adalah ingin merespon dan membuktikan kalau anak-anak Muhammadiyah juga bisa lucu sebagaimana anak-anak NU.
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kampanye Toleransi</li> <li>2. Komitmen Kebangsaan</li> <li>3. Antikekerasan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kampanye Toleransi</li> <li>2. Komitmen Kebangsaan</li> <li>3. Antikekerasan</li> </ol>
Materi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dawuh Kiai</li> <li>2. Kehidupan Pesantren</li> <li>3. <i>Trending topic</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dawuh Ustadz</li> <li>2. Kehidupan Pesantren</li> <li>3. <i>Trending topic</i></li> </ol>
Persiapan, Proses, dan Pelaksanaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Humor</li> <li>2. Mengalir</li> <li>3. <i>Hot News/trending topic</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Humor</li> <li>2. Insidental</li> <li>3. Viral</li> </ol>

**Tabel 4.1 Temuan Data**

### 3. Penguatan Moderasi di Media Sosial

Selain strategi dakwah yang dipaparkan di atas, akun Twitter @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL juga berkontribusi dalam penguatan moderasi beragama di media sosial. Pengelola @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL memiliki agenda besar, yakni mengakhiri polarisasi yang tersebar di media sosial.

Sebagaimana diketahui bahwa keadaan media sosial, utamanya Twitter di Indonesia tidak sedang baik-baik saja. Kerap kali ujaran kebencian, hoaks, persekusi, praktek intoleransi sangat mudah ditemui di media sosial. Hasil riset Microsoft pada tahun 2022 menyatakan bahwa Indonesia adalah negara yang paling tidak sopan di Asia Tenggara. Hasil riset tersebut merujuk pada 3 faktor yang melatarbelakangi, yakni *pertama*, maraknya ujaran kebencian, *kedua*, tingginya resiko terpapar hoax, dan *ketiga*, adalah tingginya diskriminasi (Microsoft, 2022).

Dalam menjalankan misinya untuk menguatkan moderasi beragama, yakni adanya fleksibilitas dalam pemahaman Islam serta dukungan kepada kehidupan yang damai, harmonis dan toleran, termasuk pengakuan terhadap hak-hak minoritas di media sosial, @NUgarislucu dan @MuhammadiyahinGL memiliki cara atau pendekatan yang mereka lakukan, di antaranya adalah sebagai berikut:

1) @NUgarislucu dan @MuhammadiyahinGL dalam Isu Intern Organisasi.

Sebagaimana dijelaskan di bab sebelumnya, latar belakang lahirnya akun @MuhammadiyahinGL adalah untuk meredam gejolak intern NU yang memiliki pandangan berbeda. @NUgarislucu berupaya menetralkan dan mencairkan suasana agar pertikain yang dilakukan oleh sama-sama orang NU mereda.

Serupa dengan @NUgarislucu, mula-mula lahirnya @MuhammadiyahinGL ditunjukkan untuk kalangan internnya saja, yakni menunjukkan wajah sesungguhnya Muhammadiyah yang tidak tunggal. Orang Muhammadiyah juga bisa *guyon* tidak melulu orang Muhammadiyah kaku. Dalam praktiknya, tentu saja kedua akun tersebut menggunakan ciri khas mereka, yakni *guyonan* dan *satire*.

## 2) @NUgarislucu dan @MuhammadiyahinGL dalam Isu Intern Umat Islam

Tidak dipungkiri bahwa meski sama-sama umat Islam, kerap kali terjadi perdebatan, pertikaian, bahkan ujaran kebencian, yang menyoal tata cara beribadah. Sebagai contoh misalnya, warga NU tatkala menjalankan salat shubuh, mereka berdoa qunut, sementara orang Muhammadiyah tidak menjalankannya. Tidak jarang, baik warga NU maupun Muhammadiyah, saling melemparkan kritik pedas maupun kritikan tajam. Hubungan NU dan Muhammadiyah mengalami pasang surut. Namun, hadirnya @NUgarislucu dan @MuhammadiyahinGL belakangan mampu mencairkan suasana dan ketegangan. Hal demikian dibuktikan pada cuitan @MuhammadiyahinGL pada 18 Juli 2019: *“Apabila seorang umat akan menerima pemberkatan dari @KatholikG apakah harus mengalami pentahlilan dari @NUgarislucu?”*

Lalu @NUgarislucu membalasnya dengan:  
“Pemberkatan setelah tahlil adalah bentuk kebaktian kepada orang tua”.



**Gambar 4. 10 @NUgarislucu**  
**Sumber: @NUgarislucu**

Interaksi di atas menunjukkan adanya sikap saling mengerti dan persahabatan yang sudah cair, seolah-olah mereka adalah karib sejati yang sudah dekat, yang menghhilangkan batas-batas sekat perbedaan.

### 3) @NUgarislucu dan @MuhammadiyinGL dalam Isu Lintas Agama

Tidak hanya menguatkan persaudaraan antargolongan, sesama umat Islam saja, namun, @NUgarislucu dan @MuhammadiyinGL pun berinteraksi dan berkomunikasi dengan saudara lintas iman, seperti @katolikgarislucu, @hindugarislucu, @budagarislucu, dan sebagainya. Komunikasi intens yang dinamis dan harmonis membuat hubungan menjadi semakin erat, mengikis perbedaan, dan sikap saling curiga. Meski

dalam berinteraksi @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL tidak jarang menyindir akun @katolikgarislucu. misalnya, pada suatu kesempatan, tepatnya pada Juni 29 tahun 2019, bertepatan dengan masuk Islamnya artis kenamaan, Dedy Corbuzier @katolikgarislucu mencuit, *“hari ini, kami serahkan Dedy Corbuzier ke @NUgarislucu untuk selanjutnya silahkan disunat dan diarahkan.”* Kemudian @Nugarislucu menjawab, *“siap, ndan. Ajaran-ajaran baik dari sampean tetap kami pertahankan.*

Hal demikian menunjukkan bahwa adanya kedekatan antara @NUgarislucu dan @katolikgarislucu. Andai saja *tweet* semacam itu tidak disampaikan dengan cara *guyon* bukan tidak mungkin akan terjadi perselisihan di antara kedua pihak.

Alhasil, upaya penguatan moderasi beragama di media sosial yang dilakukan oleh @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL sesuai dengan semboyan yang digaungkan oleh tokoh NU, KH. Achmad Shidiq, yakni *Ukhuwah Nahdliyah, Ukhuwah Wathoniyah, dan Ukhuwah Basyariah*, yang memiliki arti persaudaraan antarumat NU/ antar organisasi, persaudaraan antarumat bernegara, dan persaudaraan antarumat manusia.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan semua sajian data dan analisa di atas, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Dalam menjalankan startegi dakwah, baik @NUgarislucu dan @MuhammadiyahinGL, sama-sama memiliki tujuan untuk mengkampanyekan moderasi beragama melalui media sosial, utamanya Twitter. Dengan moderasi beragama akan memperkuat kebangsaan dan merayakan perbedaan sebagai fitrah. Dakwah kedua akun tersebut menggunakan *tweet* (cuitan) yang dikemas dalam humor dan *satire*. Humor atau *guyonan* merupakan cara jitu untuk mencairkan ketegangan yang timbul dari isu-isu ujaran kebencian, intoleransi, intimidasi, dan persekusi. Sedangkan *satire* adalah cara atau senjata yang *luwes* untuk mengangkat beragam tema agama, sosial, maupun politik. Sumber materi/konten @NUgarislucu dan @MGL diambil dari *hot news/trending topic*, keseharian kehidupan pesantren, *dhawuh kiai* maupun nasihat ustadz, yang kemudian diramu dan diolah sesuai dengan gaya bahasa, karakter, dan algoritma Twitter. Proses perencanaan maupun pelaksanaannya dieksekusi secara insidental agar kedua akun tersebut terkesan sebagai akun biasa yang tidak memiliki kepentingan polarisasi apa pun, justru mengkampanyekan toleransi di media sosial.

Penguatan moderasi beragama di media sosial, utamanya Twitter, yang dilakukan oleh @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL menysar ke berbagai macam golongan yang meliputi isu intern organisasi, intern umat Islam dan lintas umat beragama.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Peneliti menyadari dalam penelitian ini belum sempurna, terdapat kelemahan, kekurangan, dan keterbatasan, di antaranya adalah:

1. Kurangnya eksplorasi dalam teknis, baik dari segi teori maupun dalam penyampaian penelitian. Penelitian ini hanya berfokus pada isu moderasi beragama. Padahal, penelitian ini dapat dieksplorasi dalam banyak hal, seperti isu sosial, politik, ekonomi, dll.
2. Wawancara secara online dengan pengelola admin @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL pada Senin, 18 Juli 2022, dirasa kurang maksimal, karena keterbatasan waktu dan tempat.

## **C. Saran**

Bagi masyarakat, akun @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL merupakan penyegar dan peredam atas isu-isu maupun *tweet-tweet* yang mencoba menimbulkan perpecahan. Akun tersebut juga bisa memberi pengetahuan dan pembelajaran terhadap masyarakat –khususnya pengguna sosial media *Twitter*- dalam menyikapi isu-isu dan *tweet-tweet* yang mengandung moderasi beragama. Adapun saran dari penulis adalah:

- a. Semoga dengan kehadiran akun Twitter @NUgarislucu dan @MuhammadiyahGL ini dapat membuka mata masyarakat akan



pentingnya merawat kerukunan dan moderasi beragama, baik di dunia nyata maupun dunia maya.

- b. Peneliti sangat berharap agar pertikain di dunia maya, Twitter khususnya tidak terulang lagi dan segera selesai.
- c. Semoga dengan penelitian ini dapat menjadi sebuah kontribusi dan mengkaji sebuah makna, pesan yang akan disampaikan dalam moderasi beragama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2018). *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah*. PT RajaGrafindo Husada.
- Adi, A. P. (2009). *Panduan Cepat Menguasai Twitter* (1st ed.). Kompas Gramedia.
- Affandi, Y. (2015). *Tafsir Ayat-Ayat Dakwah Kontemporer*. CV Karya Abadi Jaya.
- Al-Hadar, H. J. (2020). *Tuhan Ada di Hatimu* (3rd ed.). Noura Books.
- Ali Aziz, M. (2017). *Ilmu Dakwah* (6th ed.). Kencana.
- Amin, M. (1997). *Dakwah Islam dan Pesan Moral*. Al-Amin Press.
- Amin, S. M. (2013a). *Ilmu Dakwah* (1st ed.). Amzah.
- Amin, S. M. (2013b). *Ilmu Dakwah* (1st ed.). Amzah.
- Asad, M. (2019, June 23). *Akun Garis Lucu dan Dialog Antaragama*. Alif.Id.
- Ayu Rizaty, M. (2022). *Pengguna Twitter di Indonesia Capai 18,45 Juta pada 2022*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-twitter-di-indonesia-capai-1845-juta-pada-2022>
- Aziz, A. (2017). *Ilmu Dakwah* (6th ed.). Kencana.
- Aziz, A. (2020). Akar Moderasi Beragama di Pesantren. *Ar-Risalah*, 18.
- Bahr, A.-N. F., & I. (2008). *Meniti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Para Da'i* (1st ed.). Amzah.
- Basit, A. (2013). *Filsafat Dakwah* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Daryono, I. A. (2017). Muhammadiyah Garis Lucu, Mungkinkah? In *mojok.co*.
- Dewi Purnamasari, D. (2022, July 31). Kicau Jenaka Penangkal Intoleransi. *Kompas*, 8–8. <https://www.kompas.id/baca/polhuk/2022/07/30/kicau-jenaka-penangkal-intoleransi>
- Faiqah, N., & Pransiska, T. (2018). Radikalisme Islam vs Moderasi Islam: Upaya Membangun Wajah Islam Indonesia yang Damai. *Al-Fikra*, 17.
- Ghoni, A. (2014). Dakwah Bi Al-Qolam Studi Historis Terhadap Korespondensi Dakwah Nabi Muhammad SAW. *Fakultas Dakwah Dan Komunikasi IAIN Walisongo*, 1, 29.

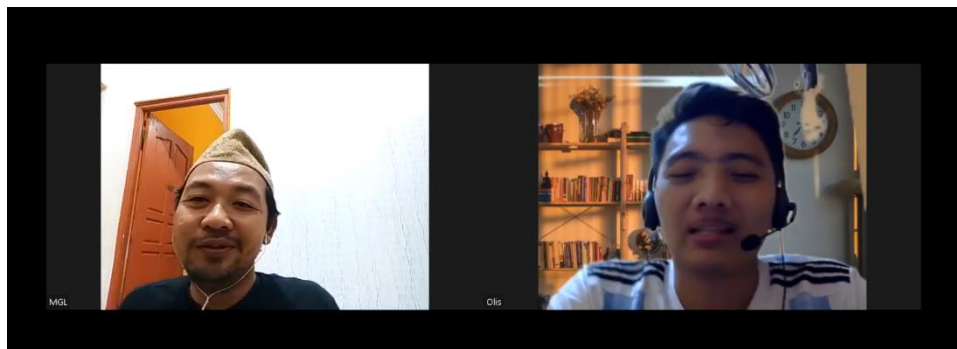
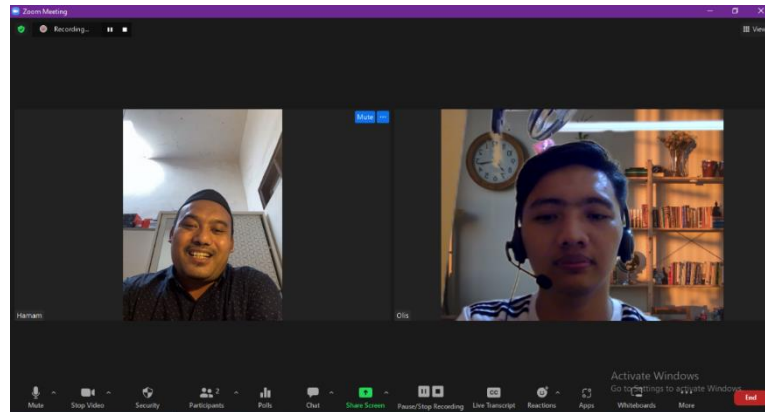
- Harrera, A. E. P. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Twitter Oleh Ridwan Kamil Dan Ganjar Pranowo Telah Sesuai Dengan Fungsi Utama Media Massa. *The Messenger*, 8.
- Hasanuddin. (1996). *Hukum Dakwah*. Pedoman Ilmu Jaya.
- Hernawati, S. (2019). Attempts on Deradicalisation of Religious Generation of Millenials Through the Utilization of Institutional Website or Social Media Account . *Atlantis Press*, 140, 34–36.
- Hidayat, A. (2017). Masjid Tolak Salatkan Pemilih Ahok, Begini Reaksi Warga. In *Tempo.co*. <https://metro.tempo.co/read/850115/masjid-tolak-salatkan-pemilih-ahok-begini-reaksi-warga/full&view=ok>
- Hidayat, K. (2019). Hoaks dan Agama. In *Koran Kompas Edisi 8/1/2019* (p. 12).
- Hidayatullah, A., & D, K. T. D. (2019). Inklusifitas Dakwah Akun @NUgarislucu di Media Sosial. *Islamic Communication Journal*, 4, 5.
- Indrawan, R., & Yaniwati, P. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Campuran*. PT. Refika Aditama.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons.
- Kholis, N. (2021). Dakwah Virtual, Generasi Z dan Moderasi Beragama. *Iqtida*, 2, 166.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknis Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (1st ed.). Prenadamedia Group.
- Kumparannews. (2019). *Dakwah Garis Lucu NU-Muhammadiyah / kumparan.com*. <https://kumparan.com/kumparannews/dakwah-garis-lucu-nu-muhammadiyah-1547175616360531881>
- Maarif, A. S., Audah, A., Rakhmat, J., Harun, L., Rais, M. Am., Rahardjo, M. D., Madjid, N., Shihab, Q., & Siradj, S. A. (2012). *Menuju Persatuan Umat: Pandangan Intelektual Muslim Indonesia*. Penerbit Mizan.
- Maghfiroh, E. (2016). Komunikasi Dakwah Dakwah Interaktif melalui Media Komunikasi. *Jurnal Komunikasi*, 1, 15.
- Maria, C. S. S. (2020). *Pesan Dakwah Akun Twitter NU Garis Lucu*.
- Microsoft. (2020). *Digital Civility Index Global Report*. Microsoft. Microsoft. (2020)[https://www.microsoft.com/enus/digital-skills/digital-civility?activetab=dc\\_i\\_reports%3Aprimaryr4](https://www.microsoft.com/enus/digital-skills/digital-civility?activetab=dc_i_reports%3Aprimaryr4)
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.

- Muhammad, A. (2021). Tikungan Tajam Moderasi Beragama. In *Koran Kompas Edisi 3/4/2021*.
- Munir, M. (2009). *Ilmu Dakwah*. Amzah.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)* (1st ed.). Kencana.
- Nazir, M. (2005). *Metode Penelitian* (1st ed.). Ghalia Indonesia.
- Poernomo, I. I. Haris. I. S. dan H. S. (2018). Analisis Konten Dakwah Bil Qalam KH. Aceng Zakaria (Hidayah Fil Masail Fiqhiyyâh Muta'aridhah. *Prosiding Komunikasi Penyiaran Islam, 1*, 1.
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial. *Jurnal Managemen Dan Kewirausahaan, 5*.
- Rasyad, S. (1986). *Manajemen Dakwah* (1st ed.). Bulan Bintang.
- RI, D. A. (2016). *Al-Quran dan Terjemahannya* (3rd ed.). Maghfirah.
- RI, K. A. (2019a). *Moderasi Beragama (I)*. Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.
- RI, K. A. (2019b). *Tanya Jawab Moderasi Beragama* (1st ed.). Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.
- Rozak, D. A., & Pd, M. (2021). Pengaruh Intensitas Mengakses Akun Twitter Muhammadiyahin Garis Lucu @MuhammadiyahinGL Terhadap Persepsi Followers Tentang Muhammadiyah. *Skripsi*.
- Saerozi. (2003). *Ilmu Dakwah* (1st ed.). Ombak.
- Saputra, W. (2011). *Pengantar Ilmu Dakwah* (2nd ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- Septianto, B. (2021). *Kronologi Bom Katedral Makassar: Satpam Tahan Pelaku Masuk Gereja*.
- Shihab, M. Q. (2019). *Wasathiyah: Wawasan Islam tentang Moderasi Beragama* (1st ed.). Lentera Hati.
- Sigit, K. A., & Hasani, I. (2022). *Intoleransi Semasa Pandemi* (1st ed.). Pustaka Masyarakat Setara.
- Staquf, Y. C. (2020). *PBNU Perjuangan Besar Nahdlatul Ulama* (1st ed.). Mataair Publishing.
- Sukayat, T. (2015). *Ilmu Dakwah Perspektif Filsafat Mabadi 'Asyarah* (1st ed.). Simbiosis Rekatama Media.
- Sulthon, M. (2015). *Dakwah dan Shadaqat Rekonseptualisasi dan Rekonstruksi Gerakan Dakwah Awal* (1st ed.). Pustaka Pelajar.

- Syailendra Persada. (2021). *Ini Kronologis Lengkap Terduga Teroris Serang Mabes Polri*.
- Syarifudin, A. P. (2020). Konstruksi Nilai Peace Building Dalam Humor Akun Twitter NU Garis Lucu. *Masters Thesis*, 3.
- Syeirazi, M. K. (2020). *Wasathiyah Islam, Anatomi, Narasi, dan Gerakan Islam* (1st ed.). alif.id.
- Tanzeh, A. (2009). *Pengantar Metodologi Penelitian* (1st ed.). Teras.
- Tempo. (2018). Inspirasi dari Dai Zaman Kini. In *Majalah Tempo Edisi 18 Juni 2018* (p. 23).
- Tirto. (2022). *Soal Pria Tendang Sesajen di Gunung Semeru, Polisi Kejar Pelaku*. <https://tirto.id/soal-pria-tendang-sesajen-di-gunung-semeru-polisi-kejar-pelaku-gnvr>
- Wachid, A. (2005). *Wacana Dakwah Kontemporer* (1st ed.). Pustaka Pelajar.
- Watie, E. D. S. (2011). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *The Messenger*, 3.
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan* (1st ed.). Kencana.
- Z. Dolgopolova. (1986). *Mati Ketawa Cara Rusia* (1st ed.). Pustaka Grafitipers.

# LAMPIRAN

## DOKUMENTASI WAWANCARA



Wawancara pada Senin, 18 Juli 2022 dengan admin  
@NUGarislucu dan @MuhammadiyahinGL



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH**

Jl. Pandawa Pucangan Kartasura Sukoharjo Telp. (0271) 781516 Fax. (0271) 782774  
Homepage : [www.iain-surakarta.ac.id](http://www.iain-surakarta.ac.id) E-mail: [luc@iain-surakarta.ac.id](mailto:luc@iain-surakarta.ac.id)

Nomor : B- 1901/In.10/F.I/PP.01.1/06/2022 Surakarta, 09 Juni 2022  
Lampiran : -  
Perihal : Permohonan Wawancara

Kepada Yth.  
Bpk/Ibu/Sdr/i., Nuzuz Zaman (Admin Muhammadiyahgarislucu)  
di-

Tempat

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Islah., M. Ag  
NIP : 19730522 200312 1 001  
Pangkat : Pembina/(IV/a)  
Jabatan : Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
UIN Raden Mas Said Surakarta

Memohon izin wawancara bagi mahasiswa kami:

Nama : Nur Kholis  
NIM : 171211146  
Progam Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Waktu : 20 Juni 2022 — 30 Juni 2022  
Keperluan : Mencari data dan informasi terkait penyusunan Skripsi

Demikian surat ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**



Islah., M. Ag  
19730522 200312 1 001





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH  
Jl. Pandawa Pucangan Kartasura Sukoharjo Telp. (0271) 781516 Fax. (0271) 782774  
Homepage : www.iain-surakarta.ac.id E-mail : [iud.uin@iain-surakarta.ac.id](mailto:iud.uin@iain-surakarta.ac.id)

Nomor : B- 1861/In.10/F.I/PP.01.1/06/2022 Surakarta, 06 Juni 2022  
Lampiran : -  
Penhal : Permohonan Wawancara

Kepada Yth.  
Bpk/Ibu/Sdr/i., Hamam Muhlisun (Admin NUGaristlucu)  
di-

Tempat

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Islah., M. Ag  
NIP : 19730522 200312 1 001  
Pangkat : Pembina(IV/a)  
Jabatan : Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
UIN Raden Mas Said Surakarta

Memohon izin wawancara bagi mahasiswa kami:

Nama : Nur Kholis  
NIM : 171211146  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Waktu : 20 Juni 2022 — 30 Juni 2022  
Keperluan : Mencari data dan informasi terkait penyusunan Skripsi

Demikian surat ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

Dr. Islah., M. Ag  
NIP 19730522 200312 1 001

## INTERVIEW GUIDE

1. Apa yang melatarbelakangi lahirnya akun Twitter @NUgarislucu?
2. Apa misi dan visi akun Twitter @NUgarislucu?
3. Bagaimana perencanaan dalam membuat konten?
4. Apakah ada perencanaan konten? Misalnya, bulan ini harus buat ini, diatur dengan sedemikian rupa, dischedule, dll?
5. Boleh dikasih contoh, bagaimana mengimplemantasikan dawuh kiai ke Twitter?
6. Apakah ada tim khusus yang mengelola akun @NUgarislucu, ada berapa adminnya?
7. Apakah ada cerita atau tanggapan dari PBNU dengan adanya akun Twitter @NUgarislucu?
8. Pernah gak sih, para admin @NUgarislucu diundang PBNU kemudian diajak masuk ke struktural?
9. Apakah ada evaluasi setiap bulan atau setiap minggu dari para admin @NUgarislucu?
10. Apakah ada rencana menyiapkan kader-kader baru untuk meneruskan akun @Nugarislucu?
11. Apa yang melatarbelakangi lahirnya akun @muhamdiyingl?
12. Dapat *feedback* dari IAD nggak, Mas, waktu itu?
13. Selain menjawab dari tulisannya mas Iqbal, kira-kira apa visi dan misi dari akun Twitter @muhamdiyingl ini, Mas?
14. Bagaiamna perencanaan konten yang dibuat di akun Twitter @muhaamdiyingl?
15. Adakah tim khusus di akun Twitter @muhamdiyingl?
16. Bagaimana proses perekrutan di tim ini, Mas?
17. Adakah *jobdesk* khusus di tim @muhammadiyigl, Mas?
18. Apa filosofi *tagline* di profil akun Anda “Menceriakan Indonesia, Menggembirakan semesta” ? Apakah memang sejak awal *quotenya* seperti itu?
19. Bagaimana respon Pengurus Pusat (PP) Muhammadiyah dengan lahirnya akun ini?
20. Apakah ada sesi evaluasi di group?
21. Bagaimana tanggapan dari teman-teman Muhammadiyah terhadap akun ini, Mas?
22. Adakah rencana regenerasi untuk pengelola akun ini?
23. Apakah tidak ada rasa takut atau kekhawatiran ketika akun Muhammadiyah berinteraksi dengan akun-akun yang notabene agama lain semacam katolik, Kristen, hindu, sementara membawa nama Muhammadiyah?
24. Pernah gak akun ini buat sesuatu yang bisa dikomersilkan?

25. Apa, *sih*, sebenarnya peran akun ini di Twitter, Mas?
26. Apa suka dan duka mengelola akun ini?
27. Apakah web Muhammadiyahin garis lucu ini dikelola oleh tim yang sama di Twitter?
28. Apasih profesi sebenarnya dari tim muhammadiyahinl ini?

## Transkrip Wawancara

Nama : AH

Jabatan : Admin @NUgarislucu

Waktu : 18 Juli 2022, pukul 16.00 WIB

Tempat : Zoom Meeting

### 1. Apa yang melatarbelakangi lahirnya akun Twitter @NUgarislucu?

Jadi pada tahun 2015, itu, kan, awal-awal mau diselenggarakan Muktamar NU di Jombang ke-33 Kita punya inisiatif untuk membuat akun, yang berangkat dari obrolan ringan. Berangkat dari keresahan kita kalau di NU itu biasanya menjelang Muktamar itu ada intrik-intrik kecil itu, kan. Kayak beberapa kandidat bikin campaign apa. Dulu kita kenal NU garis lurus yang cukup mencuri perhatian juga. Dan gaungnya itu lebih kerasa pada tahun 2015. Kemudian, di tahun berikutnya, yakni Muktamar selanjutnya ini, kan, gaungnya sudah lumayan reda.

Sehingga dari obrolan itu, kita juga nyimak beberapa teman yang coba membela dalam tanda kutip nama NU, mungkin beberapa orang sudah menyerangnya habis-habisan. Dan ketika pembelaan itu dilancarkan, serangan balikknya, justru yang terjadi adalah kontestasi menjadi lebih memanas dan tidak kondusif. Pada akhirnya, kami dan teman-teman, ayolah bikin apa gitu biar menjadi lebih santai, lebih adem. Muktamar itu ya biar g panas gitu, lho. Gak ada pihak yang dirugikan.

Jadi, di tahun 2015, kami dan teman-teman, yang waktu itu aktif di media pondok. Jadi kita punya komunitas gitu ngumpul dan akhirnya bikin sebuah akun di Twitter awalnya, yang kemudian kita kasih nama @NUgarislucu. Kita mencoba menghadirkan @Nugarislucu itu karena memang awalnya ya dari @nugarislucu itu sendiri bahwa kita membidik isu-isu yang ada di internal NU. Kami memunculkan sisi lain dari kelucuan-kelucuan di antara kiai-kiai NU. Kita banyak mendapatkan di beranda-beranda FB, guyonan-guyonan antar kiai kita munculkan. Kemudian anekdot-anekdot banser kita tampilkan, khas-khas gojlok-an anak pondok kita munculkan, yang tiba-tiba—tidak tahu—kok mencuri perhatian. Artinya, orang-orang tertarik dengan gaya seperti itu di tengah isu-isu yang memanas di antara komponen yang ada di NU terkait waktu Muktamar saat itu. Nah, baru berjalan beberapa bulan, satu bulan kalua tidak salah, kita direspon sama tokoh-tokoh nasional, ada Gus Mus yang ikut meretweet, ada Ning Alisa wahid yang juga ikut retweet.

Kemudian, setelah dapat respon para tokoh, kami pada akhirnya mulai sadar, ternyata twitter ini cukup fektif untuk menyampaikan ide atau pesan. Tidak hanya itu, selepas itu, followers kita naik drastis. Saya memperkirakan 1 hari bisa 1000 sampai 2000. Lalu, kita mulai berpikir, (platform) ini kayaknya efektif untuk menyampaikan ide terkait yang kita obrolkan selama ini. “ayolah kita counter tokoh-tokoh yang menyerang, yang dalam tanda kutip ingin melemahkan NU. Nah cara mengcounternya itu sudah kita sepakati, misalnya gak pakai emosi, gak nyebut nama, tapi kita kasih gojlokon ala anak pondok, yang rupanya itu efektif. Efektif dalam arti lumayan dapat respon yang baik dari teman-teman. Dan responnya pun terbilang respon yang positif karena adem, jadi guyon gitu. Dan kita tahu dulu ada nama akun Nu Garis Lurus. Awalnya sih hanya bikin plesetan. Tapi pada akhirnya, akun kami justru yang malah lebih dikenal. Entah mengapa, setelah kita eksis, kira-kira 6 bulanan setelah kita eksis atau berdiri, tenggelam lah dia. Tenggelam itu artinya stagnan, kalau tidak salah di angka 8-9 ribu. Sementara itu, waktu itu kita sudah mencapai 80-90 ribu followers. Dan lama-lama dia g posting. Ini artinya, kayaknya adminnya sudah angkat tangan ini.

Dari awal, kami mengelola akun ini tidak ada kepikiran kalau nanti bakal jadi besar. Ya, gak pernah kepikiran, gimana sih caranya biar akun ini jadi besar. Pokoknya kita ya ngetweet-ngetweet aja. Sampai akhirnya respon orang-orang, para tokoh itu sangat bagus. Saya tidak membayangkan sedikit pun sebelumnya. Bahkan menjelang tahun 2015, bertepatan dengan tahun politik, kita juga mulai berpikir, kenapa kita gak bikin suasana jadi riang saja. Ini orang sudah panas-panasan. Akhirnya ya kita mulai berpikir ke arah sana. Dan saya juga g nyangka waktu itu, ayolah kita mulai membahas isu-isu politik itu, gimana situasinya biar santai gitu. Saya juga nggak nyangka juga ternyata menuai respon yang baik. Dan g nyangka juga ternyata politikus pada follow kita. Kalau gak salah ada Pak Pramono Anum, kemudian Budiman Sudjatmiko, dll.

Nah, pada akhirnya kita mulai ngobrol terkait isu politik, tapi kita ambil dari sisi humornya saja. Setelah berjalan satu tahun lebih, teman-teman Gusdurian yang selama ini kami kenal hanya via medsos aja, yang giat di isu-isu kemanusiaan, ikut respon juga keberadaan kami. Bahkan, mba Allisa juga mulai ngechat-ngechat kami, maksudnya DM secara pribadi, ia apresiasi dengan apa yang selama ini kami lakukan. Kemudian, muncullah suatu pikiran bahwa kenapa nggak kita hidupkan kembali semangat Gusdur.

Kalau pemikirannya kita gak bisa lah. Artinya kita tidak mampu menjangkau apa yang beliau lontarkan dalam tulisan-tulisannya. Setidaknya semangat beliau untuk rekonsiliasi di semua segmen, semua lini kebangsaan. Akhirnya kita mulai mengangkat isu-isu yang itu, tentang kemanusiaan, tentang menghindari perpecahan, dan yang macam-macam, kita ambil dari semangat Gus Dur. Jadilah satu trem dalam imajinasi kita, seandainya hari ini Gus Dur masih ada kira-kira beliau akan ngetweet apa?

Jadilah tema yang seperti itu jadi tema besar kami. Kemudian, kita ngobrol bareng, kami dulu juga Gus Durian. Artinya, kami baca-baca tulisan Gus Dur sudah biasa sejak awal. Sudah tahu lah pemikiran beliau. Cuman, kan, yang sulit menunagkan itu dalam bentuk tweet. Kita juga bukan orang yang humoris. Orang humoris dalam arti kalau ngobrol bisa cekekekan itu. Kalaupun dikatakan humoris ya humoris pas ngobrol di warung kopi. Kalau ngobrol di forum kita tidak sehil orang-orang yang ngobrol di podcast-podcast itu. Tapi kita punya pemikiran yang sama. Sementara mereka bisa menyampaikan ide dengan enak, mengapa kita nggak? Toh, kita nggak kekurangan bahan, bahkan ulama atau tokoh-tokoh kita kalau ngaji lama. Artinya apa, ya nyaman. Nah kemudian kepikiran, ayolah ngaji-ngajinya ulama kita, kita translate, ya dalam bentuk tulisan. Tapi ya dengan sajian yang bisa diterima di Twitter. Artinya, di Twitter itu butuh kalimat pendek, bahasanya pun bukan Bahasa Jawa, meski kadang juga tetap pakai Bahasa Jawa sebab tidak enak kalau ditranslate ke Bahasa Indonesia. Nah, akhirnya sampai saat ini, menjadi sebuah kebiasaan, kalau kita pengen punya ide, ya sebentar gitu mendengarkan ceramah-ceramahnya para kiai, atau guyonannya para kiai, akhirnya kita jadikan bahan tweet. Kayak gitu. Ya, itu ya sekilas sejarahnya.

Oya, waktu itu, awal-awal, kami sempat ganti HP karena sehari followers bisa nambah 1000 hingga 3000.

Sampai pada akhirnya, beberapa komunitas dari kalangan kami, yang dari Kristen, Hindu, Katolik, Budha, ikut gabung dengan kami. Tanpa kami sadari juga, kami gak menyangka dari awal, bahwa tweet kami rupnaya dinikmati oleh kalangan mereka. Kalangan-kalangan yang menganggap bahwa kami itu eksklusif, ternyata mereka nyaman, misalkan orang Kristen. Saya pernah bikin polling ya waktu itu di Twitter yang isinya, saya pengen tahu followers kami itu dari agama apa saja? Saya kasih pilihan ada Islam, ada Kristen. Rupanya Kristennya banyak banget. Bahkan hamper 40%nya. Waktu itu follower kami masih 500 ribuan.

Kemudian muncul akun-akun garislucu, ada Budaya garis lucu, Hindu garislucu, Ktolik garislucu dll. Silakan saja. Kayaknya mereka memotret apa yang kita lakukan, apa yang kita sampaikan untuk dijadikan gaya mereka untuk ngetweet. Gitu. Dulu awalnya kemunculan muhammadiyah garis lucu, pikir saya, ini hanya buat akun saja biar dikira sangain saja. Ternyata tidak, benar. Saya kontak beberapa teman, mereka memang kader-kader Muhammadiyah juga. Bahkan di awal-awal dulu kami kenal, meraka bilang, kita pengen kayak NU yang bisa nyantai kalau mau ngobrol, bisa cair. Ya monggo bikin saja, gitu jawab kami. Akhirnya kami sering gojlokan dengan mereka, ya sekadar gojlokan membawa hal yang kelihatannya krusial, yang menurut orang banyak itu tabu untuk dibicarakan, karena nyerempet-nyerempet organisasi, nyerempet-nyerempet kepentingan, kami hilangkan semua itu dengan gaya kami di sana. Jadi, kami gojloki Muhammadiyah, begitupun sebaliknya. Jadi biasa.

## 2. Apa Misi dan visi akun Twitter @NUgarislucu?

Sampaikan kebenaran walaupun itu lucu. Itu quotes yang sengaja kami pilih karena kami itu ilmunya terbatas, kan. Sehingga untuk menyatakan kebenaran itu adalah sebuah kebenaran, kami, kan, harus melewati beberapa proses yang panjang. Untuk menyatakan ayat Qur'an ini cocok dengan suatu kasus ini, kan, g bisa langsung. Nah, makanya yang bisa kami lakukan adalah menyampaikan kebenaran versi kita \_\_harusnya ada tanda kurungnya, sih\_\_ yang kami sampaikan dengan cara lucu. Sebenarnya di hadis itu, kan, ada, walau sebenarnya kami gak bikin plesetan, hanya perspektif yang berbeda, yakni sampaikan kebenaran walaupun itu pahit.

Nah, kadang orang memahami hadis itu dengan terjemahan mereka secara bebas, yang kami pikir justru menimbulkan masalah. Kayak ketika mereka tahu kebenaran yang harus disampaikan, maka yang dilakukan adalah menyampaikan itu meskipun kalimatnya kasar, meskipun orang mendengarnya g enak. Gapapa kalau benar katakaa benar meskipun orang lain gak enak mendengernya. Nah, itukan salah jadinya yang mereka terjemahkan dari hadis itu. Nah, kita bikin yang lain, kalau kami gak bisa menyampaikan kebenaran dengan cara yang benar, minimal ambil sisi lucunya, kita itu sebenarnya tidak pengen nasihat, cuman pengen ngajak guyon dengan semua orang, yang terjadi biar semua orang tidak pada merasa benar.

Nah, kalua misi sebenarnya kita gak punya misi. Dari awal ya ngalir saja. Intinya, akun kami baik itu di Twitter, FB, IG, itu pengen semua ide yang disampaikan atau yang disampaikan teman-teman itu jauh dari tendensi apapun. Kalau pengen sampaikan, sampaikanlah. Kalau gak bisa menyampaikan karena kalimat kita terbatas barangkali diksi terbatas. Sekarang orang itu gitu, ya. Gak bisa menyampaikan dengan benar, akhirnya menyampaikan dengan emosional. Akhirnya yang keluar bukan nasihat malah sesuatu yang bikin semua jadi runyam. Kalau g bisa memberikan yang baik, ya jadikan guyon saja. Artinya jadikan sesuatu itu santai, biar orang jatuhnya guyon biar jatuhnya sesuatu yang enak dibicarakan atau diobrolkan. Ya karena kalau orang sedang emosi, kemudian ngetwet, hal yang paling sulit mereka lakukan adalah guyon. Nah, itu yang sebenarnya pengen kita sajikan. Kalau ngetweet selama pikiran kita gak fresh, jernih, ya jangan ngetweet. Makanya guyon saja. Di Twitter terlalu banyak orang serius. Kalau orang serius, buat apa kami ikutan serius, sama halnya kalau orang pada ke barat buat apa kami ikutan ke barat. Ternyata yang tidak disadari dari kebanyakan orang itu bagaimana mereka bisa menyampaikan guyonan dalam menghadapi banyak kasus, banyak masalah. Meskipun kelihatannya sederhana, kan, ya. Masa guyon g bisa. Dan ternyata g bisa juga, lho, ya. Coba kita cermati di sosmed, gak banyak orang itu yang bisa guyon.

### 3. Bagaimana perencanaan dalam membuat konten?

Kita mencoba dan terus mencoba setiap isu yang muncul di permukaan kita ambil sisi menariknya. Kalau sisi human interest dan kedekatan emosional kemanusiaan itu sudah banyak, itu justru akan memunculkan masalah baru. Kadang masalah kecil di sosmed, kemudian karena orang-orang dari latar belakang sosial, HAM dan macam-macam itu lebih memakai pendekatan bahwa ini harus kita respon, ini menyangkut kemanusiaan. Padahal hal sepele. Itu contoh kecil. Akhirnya yang terjadi justru gelombang orang-orang yang mulai membahas yang terlalu dalam, padahal itu sepele. Kita, setiap ada kasus itu kita bidik semuanya dari sisi uniknya, dari sisi lucunya. Selalu ketemu, ya, apapun itu temanya. Kemudian orang karena seringkali serius nggak menemukan itu, padahal gampang menemukannya. Kita mencoba tidak berpihak. Bahkan, kita gini, lho, kita menjadi gak objektif karena kita berpihak, ya. Apapun itu. Makanya di NU sendiri, –memang ikut struktural di kampung. Atau di partai mana pun\_\_ kami mencoba tidak berpihak kepada mereka secara personal.

Nah, kalau itu yang kita ambil posisinya, akhirnya kita bisa membidik dari sisi lucunya. “Ini sebenarnya dia sedang gini kok, ia sedang menyampaikan dari sisi gini.” Nah, maka ketemulah satu ide untuk membuat sebuah tulisan. Nah, PR berikutnya, kita di Twitter dituntut untuk membuat kalimat yang secara diksi menarik, kemudian harus kita olah, yang secara konten dia punya sisi humor. Nah itu yang kadang ada yang g nyambung, dan ada yang nyambung tentang joke yang kita bikin. Lalu kalimat itu bisa dipahami oleh semuanya. Itu yang paling terakhir. Alhasil, pokoknya ya itu, kita latihan ngotak ngatik isu, kemudian dijadikan sajian yang menarik. Misalnya, dulu ada polarisasi besar antara cobong dan kampret. Semua pihak pengen selesai, tapi di sisi lain semua pihak mangkel dengan dua belah pihak ini tadi. Atau ada pihak yang senang yang kemudian merawatnya terus menerus menjadi amunisi.

Nah, saya tidak menemukan titik temu dari semuanya ini. Baru ketika kita membidik dari dua-duanya, kemudian kita angkat menjadi isu yang patut kita tertawakan, akhirnya responnya bagus. Contoh saya pernah ngetweet, kalimat pastinya saya lupa, kira-kira begini: “biarkanlah kampret dan cebong ini terus bertengkar di twitter, toh ini bakal menjadi cerita kita waktu nyangkruk di surge”. Oh di dunia dulu ada dua komunitas ini ya. Jadi mereka jadi mikir, loh ternyata saya pernah menjadi posisi orang yang ditertawakan. Saya pengen kayak-kayak gitu, maksudnya ide-ide muncul dari sudut pandang kami. Kami mencoba bidiknya dari sisi yang itu.

Apapun itu, termasuk ketika politisi ada kesalahan statement, kesalahan apapun, tokoh, itu kan kalau ketemu orang yang gak suka bakal digoreng sampai gosong gitu kan. Kalau kita ngambil, sebetulnya dia itu pengen gini, lho. Cuma kalimatnya ini. Kita pelesetkan dari sisi positifnya. Akhirnya ketemulah kalimat-kalimat yang orang responnya bagus. Justru itu yang kami pengen, maksudnya orang atau netizen itu jadinya gak baper dengan semua masalah yang



berseliweran di sekitar kami. Ya udah gitu aja. Ide-idenya dari sana, dari temen-temen.

Selain itu, kita menghindari pembicaraan yang umum, agar kalau orang pengen ngetweet itu kan biasanya acuannya ini apa yang rame, menilik trending topic. Kita gak suka dengan cara-cara yang seperti itu. Maksudnya trending topik ya kita tertawakan saja. Jadi itu hal yang umum terjadi justru akan membuat orang-orang yang punya kepentingan bisa mengerahkan opini. Karena orang sudah membicarakan semuanya, kan.

Jadi, kalau bisa kami bikin trending sendiri saja. Beberapa kali kami bisa bikin trending. Misalkan, selepas kenal dengan akun-akun populer seperti ala santri. Ayo kita bikin cerita-cerita apa gitu di saat orang sedang membicarakan satu kasus yang berlarut-larut. Jangan biarkan mereka seperti itu. Kemudian kita bikin cerita-cerita lucu seperti share pengalaman ketika melanggar di pondok. Pada akhirnya, itu bisa menggeser apa yang sedang trending. Itu sering kami lakukan kalau memang ada trending yang membuat keruh suasana. (((sering kali membuat trending baru untuk mengcounter trending yang sifatnya memperkeruh suasana))). Itu bisa kami lakukan setelah kami punya kira-kira 600 ribuan followers dan kami rasa kayaknya gak sulit bikin trending sendiri. Toh biasanya, yang trending itu juga followersnya medioker, yang cuman puluhan atau ratusan ribu.

#### **4. Apakah ada perencanaan konten? Misalnya, bulan ini harus buat ini, diatur dengan sedemikian rupa, dischedule, dll?**

Ya, dulu kami memang pernah merencanakan. Tapi pada akhirnya kami anulir karena beberapa admin itu yang hanya menyumbang ide juga fokus di tempat lain. Jadinya hanya beberapa yang tersisa. Nah, kami pengen orang itu ngetweet tidak berdasarkan antusias. Karena sedang pengen ngomong gini, jadinya orang setiap hari ngetweet. Kalau bisa, idealnya orang ngetweet itu ya idealnya satu hari sekali dua kali, ya sudah selesai. Atau besoknya lagi. Dan itu justru orang akan melihat kami secara manusiawi, ini benar-benar orang. Bukan sesuatu yang dikonsep. Kan ada itu orang dengan kepentingan tertentu, disuruh ngetweet berkala. Nanti sampean mgetweet jam sekian-jam sekian. Tweetnya jadi serba kepentingan kan. Nah, jadi orang tahu kalau kita manusia biasa, bahkan kadang kita gak ngetweet sama sekali dalam seminggu.

Ya kadang ngetweet juga. Dan alhamdulillah setiap tweet kami responnya tinggi. Apalagi di IG. Dulu kita di Twitter untuk mendapat retweet puluhan ribu itu biasa ya. Kemudian, setelah kami ekspansi ke IG, yang mana itu adalah tweet di Twitter juga, tinggal ditransit dalam bentuk gambar gitu. Itu responnya tinggi di IG. Di IG itu, apapun respon kami itu gak jauh dari 20 ribu like di sana. Maksudnya orang-orang memang tertarik ya dengan gaya-gaya seperti itu. Jadi, yang kayak dischedule g pernah. Jadi kami mengalir saja. Kalau ada isu yang mau diangkat, diangkat saja. Dan kami nggak latah. Nggak latah itu maksudnya

gini bicara politik setiap saat. Akhirnya, lama-lama orang akan punya pandangan kalau akun ini suka politik. Dan kita harus tahu kalau kita sering ngobrol politik, kita bakal dijauhi lho sama anak muda. Anak muda itu tema-tema yang gak disukai salah satunya kan tema-tema politik. Nah, karena basic kami anak santri, kalau bisa tema keagamaan yang kami kemas dengan menarik. Jadi kalau kami ngetweet tentang politik kita batasi sudah. Sesekali gapapa.

Jadi kami bisa ngetweet politik, budaya, sosial, dan macam-macam. Yang lebih banyak adalah keagamaan, yakni keagamaan yang orang bisa merasakan bahwa agama ini enak kok. Tapi, kami lebih menekankan pada komunikasinya, kayak bagaimana komunikasi kita dengan Muhammadiyah, bagaimana komunikasi kita dengan Kristen, Hindu, dan yang kayak gitu-gitu saja. Jadi biar mereka yang nganggap bahwa di mana-mana ada dikriminasi, nggak kok, sebenarnya kami masih santai-santai mawon. Jadi, yang paling utama kita pengen munculkan di permukaan ya tadi semangatnya Gus Dur.

Kedua, gimana, sih, konten keagamaan pesantren bisa tersampaikan ke semua lini. Dari sekian followers kami yang santri paling hanya beberapa persen saja. Sisanya pasti orang luar atau non santri, bahkan orang Kristen menikmati konten kami setiap saat. Jadi kami kan nggak enak kalau ngomongnya satu sisi. Dan walaupun kami ngobrol tentang keagamaan ya setidaknya keagamaan yang bisa ditangkap oleh mereka. Kami tahu di luar kita itu ada orang non muslim, ada orang yang sama sekali nggak kenal Islam, ada yang sudah mulai kenal kemudian mencoba memahami, akan sangat disayangkan apabila setiap hari yang muncul adalah isu-isu keagamaan yang memantik emosi. Akhirnya apa? Yang mau kenalan jadi malas g mau kenalan, yang nggak kenal sama sekali akan menganggap agama apa sih bertengkar terusan.

Nah kita pengen ada di sisi itu. Kita dan teman-teman, ayok kita mengambil posisi di sana. Beberapa kali ada orang yang bilang di Twitter, bahkan beberapa kali di acara tv bilang, “kalau baca akun ini saya jadi punya harapan besar tentang keberagaman di Indonesia. Akhirnya, enak ya kalau berislam kayak cara mereka. Bisa welcome dengan siapapun”. Itu yang pertama. Tapi memang g selalu itu ya. Kalau itu terus yang kami angkat jadinya kami kayak Gusdurian. Kita bukan gusdurian. Kita tampil di semuanya, menyajikan apapunya yang membuat orang adem. Itu saja. Jadi kami bukan perwakilan dari agen kemanusiaan. Bukan. orang-orang santri yang ngobrol santai dengan siapapun. itu saja. Kan udah tahu semua, bahwa di belakang akun ini adalah santri. Oke kita pertahankan. Bila orang tahu, ya beginilah gaya santri kalau ngobrol dengan siapapun.

**5. Boleh dikasih contoh mas Hamam, gimana mengimplemantasikan dawuh kiai ke Twitter?**

Banyak, sih. Coba kita flashback ke tweet-tweet kita yang sudah lewat. Misal, saat, Gus Baha membaca fenomena Sunni & Syiah itu kan unik sudut pandangnya. Beliau tidak saling menyalahkan mereka. Itu sebenarnya kan sensitive. Setiap isu itu kami angkat, ada kedua belah pihak yang tidak suka. Ada pihak yang kena diskriminasi. Kemudian kami kasih guyonan: kalau di Suriah, Sunni Syiah bertengkar habis-habisan. Kalau di Indonesia jangan coba-coba. Karena di sini kita ngopi bersama.

Biar Indonesia punya cara sendiri untuk memecahkan isu sektarian sunni dan syiah. Kita gak seperti mereka. Jadi, semua orang punya cara, kita bandingkan orang Suriah kayak gitu. Orang Indonesia nggak kok. Kita guyonan bisa. Dan dengan guyonan gak bakal ada konflik. Mereka punya hak hidup juga.

**6. Apakah ada tim khusus yang mengelola akun @NUgarislucu, ada berapa adminnya?**

Ada beberapa yang jelas. Tapi, semuanya anonim. Kita itu lebih nyaman kalau akun ini muncul atas nama akun saja. Bukan personal. Kalau personal itu akan lebih mudah untuk diarahkan yang sifatnya personal juga. Kalau orang tahu ada siapa di balik akun kami. Orang akan berkata,” sampeyan ngomong gitu enak.”

Ada beberapa dari Langitan, tidak bisa kami sebutkan namanya. Ada yang dari Surabaya, dari Pati juga ada, dari Nganjuk pun ada beberapa nggak satu aja. Kira-kira ada 4.

**7. Apakah ada cerita atau tanggapan dari PBNU dengan adanya akun Twitter @NUgarislucu?**

Kami sudah membayangkan sebelumnya kalau semua admin ini muncul di permukaan. Otomatis tidak bisa sesimple kalau kami di balik layar. Akan sedikit rumitlah barangkali. Maka ketika pihak PBNU pernah mengundang kami, NU online juga pernah pengen ketemu dengan kami. Sebenarnya kalau personal ada yang kenal juga, tapi kami minta ke mereka untuk tidak membocorkan siapa admin di balik akun ini.

Kalau diundang secara resmi kami pernah, beberapakali, misalnya dulu saat bukalapak bikin talkshow. Walhasil, kalau itu sifatnya umum, kami menghindari hal itu. Kalau untuk keperluan wawancara macam sampeyan buat skripsi, tentu kami respon. Kami juga pernah wawancara dari media luar, Mas Jim, dari pihak Kompas, Kumparan juga pernah. Tapi, kan, ngomong gini aja off the record, setelah ini tidak ada yang nyebut kami. Bahkan nama kami juga tidak boleh ditampilkan. Intinya PBNU responnya baik, tidak mempermasalahkan keberadaan kami bahwa kami mengganggu kepentingan PBNU, tidak. Justru

kami ngomong fair ke mereka bahwa dengan adanya nama NU di akun kami, kami punya tanggung jawab besar. Dan kami tidak mungkin membuat statement yang merugikan NU. Kami semakin menjaga diri biar tidak keblabasen.

**8. Pernah g sih, para admin @NUgarislucu diundang PBNU kemudian diajak masuk ke struktural?**

Itu nggak. Kan di NU udah punya media yang solid. Kalau sekedar menjadi kontributor diminta tulisan pernah lah. Tapi kalau secara khusus diminta menjadi tim nggak lah. Kami lebih nyaman di sini saja. Toh ini pun tidak kami gencarkan. Bahkan, masing-masing teman punya platform versi cetak, tapi udah g ada lagi.

**9. Apakah ada evaluasi setiap bulan atau setiap minggu dari para admin @NUgarislucu?**

Evaluasi lebih ke ngobrol bareng aja, sih. Gimana ya kemarin topik yang kita angkat, traffiknya seperti apa, kok sedikit. Ya hanya seperti itu, kembali ke teman-teman, semua punya kepentingan yang sama. Tidak ada untuk kepentingan tertentu. Keluarkan aja semua ide sampeyan-sampeyan. Lalu, kalau ada yang salah, ya biasalah salah ngomong, kemudian kami koreksi bareng-bareng. Tapi sejauh ini kok aman. Kami g pernah kontroversi. Ya kami gak perlu itu barangkali. Orang-orang melakukan itu (kontroversi) kan biasanya biar rame. Kami nggak lah.

Dengan ini orang-orang sudah nyaman, responnya sudah baik. Intinya gak perlu kayak orang-orang yang pansos nyari isu biar rame. Kami kan nggak. Jadi, harapan kami adalah harapan yang kelihatan sederhana mungkin. Tapi ya kami harus cermatin. Ya, seperti situasi politik akhir-akhir ini.

Kita punya agenda besar, polarisasi ini berakhir. Udah itu saja. Karena di semua pemikiran kami mengarahnya ke sana. Minimal sudah tidak ada lagi kelompok yang antar satu yang lain itu menjatuhkan karena pilihan. Kalau yang dijatuhkan tokoh silakan ya. Karena ya memang konsekuensi, siapapun yang nyalon di negeri ini, mereka harus siap kalau kepribadian mereka dibongkar, aib mereka muncul. Selama ini yang kita tahu kan itu semua. Asal tidak memecah rakyat ini menjadi beberapa bagian dan kemudian berpanjang-panjang, ya g masalah.

**10. Apakah ada rencana menyiapkan kader-kader baru untuk meneruskan akun @Nugarislucu?**

Pada intinya kami welcome. Beberapa admin sudah ada yang mulai mengundurkan diri. Kemudian ada juga yang masuk baru. Jadi 4 admin tadi tidak semuanya orang lama. Kalau pengkaderan kami mengalir saja lah. Intinya sampai kapanpun, selagi bisa ngetik ya sudah. Ya ngetik bareng-bareng gitu. Intinya para admin ini adalah teman-teman cangkruk kemudian kami ajak bergabung. Tentunya tidak sembarang juga kami mengajak. Yakni, orang yang tidak mudah kegeret kepentingan tertentu.

## Transkrip Wawancara

Nama : NZ  
Jabatan : Admin @muhammadiyahGL  
Waktu : 18 Juli 2022, pukul 19.00 WIB  
Tempat : Zoom Meeting

### 1. Apa yang melatarbelakangi lahirnya akun @muhamdiyngl?

Jadi akun ini sebenarnya lahir pada tahun 2017, dan media pertama kami tadinya di Facebook. Pada saat itu, bertepatan dengan viralnya tulisan Iqbal Aji Daryono (IAD) di mojok.co dengan judul “Muhammadiyah Garis Lucu Mungkinkah?”. Untuk menjawab artikel itu, awalnya, kami iseng saja sebenarnya. Kami cek di Facebook (FB) rupanya belum ada akun Muhammadiyah Garis Lucu. Ya, akhirnya kita buat saja. Kalau tidak salah waktu itu akhir bulan Februari 2017. Nah, kemudian, sekitar satu tahunan kami mencoba melebarkan sayap, membuat akun di Twitter dan Instagram di tahun 2018. Ya, sesimple itu sebenarnya. Ada yang menanyakan Muhammadiyah Garis Lucu Mungkinkah. Nah, lho ini lo ada. Meskipun gak ada yang lucu sih sebenarnya.

### 2. Dapat *feedback* dari IAD nggak, Mas, waktu itu?

Dari awal, begitu akun FB dibuat, kita langsung dapat *feedback* dari mas Iqbal. Ketika kami membuat akun itu, kami melihat *friendlist* FB kami. Kira-kira siapa, nih, yang bisa menyambungkan dengan mas Iqbal. Ternyata ada teman yang ada akses ke mas Iqbal. Akhirnya kita komunikasi dan alhamdulillah dapat *feedback* positif dari dia. “*Wooo, jebule ono akune.*” Kemudian ia (mas Iqbal) langsung posting di Facebooknya. Dan salah satu yang membuat akun ini bisa berkembang, langsung ataupun tidak langsung, berkah interaksi dengan akun IAD tersebut.

### 3. Selain menjawab dari tulisannya mas Iqbal, kira-kira apa visi dan misi dari akun Twitter @muhamdiyngl ini, Mas?

Dari artikel IAD itu, kemudian kita tersadar “Oh iya ya. Memang benar dan seterusnya.” Di artikel itu (Muhammadiyah Garis Lucu Mungkinkah?) Iqbal menulis bahwa sebenarnya kesehariannya bersama teman-temannya, di komunitas Muhammadiyah, itu ya lucu. Aktivitas, interaksi, ngobrolnya, diskusinya, itu ya lucu. Banyak kejadian yang membuat keakraban dengan teman-teman lainnya. Tetapi, yang nampak ke permukaan selama ini adalah hal-hal yang sifatnya serius, tidak bisa guyon. Padahal kesehariannya ya banyak hal-hal yang lucu, tetapi tidak muncul dan tidak bisa menjadi arus utama di permukaan seperti teman-teman NU yang memang terkenal woles, santai, pintar membuat *joke-joke* untuk menghidupkan suasana.

Nah, tantangan itu kemudian kita jawab dengan membuat akun Muhammadiyah Garis Lucu. Jadi, ingin menampilkan sisi lain dari Muhammadiyah yang tidak melulu serius, tidak melulu anti Tahayyul, Bidah, Churafat (TBC) tetapi juga memunculkan hal-hal di masyarakat yang plural, dari teman-teman Nahdliyin, teman-teman dari agama lain, komunitas lain yang di situ ternyata wajah Muhammadiyah itu banyak. Ada banyak varian di Muhammadiyah, tergantung di mana Muhammadiyah itu ada dan eksis. Itu yang ingin kita munculkan ke permukaan. Tapi, di sisi lain, kehadiran kita justru semakin menguatkan kalau Muhammadiyah itu gak bisa lucu.

#### **4. Bagaimana perencanaan konten yang dibuat di akun Twitter @muhaamdiyingl?**

Pada awalnya memang kami membuat semacam perencanaan. Biasa orang baru memulai kan cita-citanya, keinginannya, semangatnya menggebu-gebu. Kami akan membuat konten yang seperti ini, nanti setiap pesan kita akan menaikkan konten yang seperti ini. Nanti pada momen tertentu kita akan membuat konten seperti ini. Pada awalnya memang iya. Tapi, lama-lama ya capek juga. Ya memang media sosial itu kalau diseriusi ya memang harus serius. Tidak bisa setengah-setengah untuk menekuni media social.

Seiring dengan berjalannya waktu dan kesibukan teman-teman. Akhirnya, rencana hanyalah tinggal rencana. Pada akhirnya kita mengalir saja. Apa yang mau dijadikan status ya sudah kita naikan. Tidak terus semuanya terkonsep, terencana. Tapi, pada momen-momen tertentu, misal milad Muhammadiyah, kita memiliki konten khusus yang harapannya berbeda dengan konten yang diangkat media-media mainstream di Muhammadiyah, sehingga nampak ada perbedaan antara kita dengan teman-teman akun yang lain. Untuk sekarang kita lebih ke insidental. Karena kami mempunyai kesibukan masing-masing yang tidak bisa ditinggal. Pada akhirnya, ya, kami harus milih mana yang bakal kita seriusin dan mana yang bakal kita bercandaain.

#### **5. Adakah tim khusus di akun Twitter @muhamadiyingl?**

Kami ada tim, juga ada groupnya. Hanya memang yang bisa fokus dan secara penuh, ya, sementara saya. Teman-teman yang pada awalnya bergabung itu, menjadi sau tim, memang tidak semua punya waktu di sela-sela aktivitasnya untuk *mengup* isu-isu tertentu atau melakukan aktivitas di medsos. Karena itu, ya, sementara ini yang bisa fokus hamper 70%, ya, saya. Perlu diketahui di tim ini ada 5 orang.

#### **6. Bagaimana proses perekrutan di tim ini, Mas?**

Tim ini memang kami buat sejak awal terbentuknya akun itu di FB. Sampai saat ini tidak ada penambahan anggota baru di tim admin. Memang orang-orangnya,

ya, itu, minimal di group WhatsApp (WA) tidak ada yang keluar. Admin kita tersebar di berbagai wilayah.

**7. Adakah *jobdesk* khusus di tim @muhammadiyah, Mas?**

Tadinya ada. Tapi sekarang, siapa yang sempat, yang bisa, ya dia yang naikan. Akhir-akhir ini kami jarang membuat desain, *quote*. Awal-awal dulu kami sering membuat. Paling sekarang tweet-tweet biasa, link berita mengomentari apa gitu.

**8. Apa filosofi *tagline* di profil akun Anda “Menceriakan Indonesia, Menggembirakan semesta” ? Apakah memang sejak awal *quotenya* seperti itu?**

Itu ya iseng saja. Tidak, dulu tidak seperti itu. Itu berkembang dengan seiring keluarnya tema Muktamar Muhammadiyah ke-48. Kemudian kami mengikuti dan membuat *quote* yang kira-kira bisa nyambung dengan topik Muktamar. Salah satu poin yang sedang berkembang, kan, internasionalisasi Muhammadiyah, muncul di tema muktamar. Akhirnya kita membuat, apa yang bisa kami angkat untuk menjadi *tagline* kami, kemudian disepakati, ya keluarlah *tagline* itu.

**9. Bagaimana respon Pengurus Pusat (PP) Muhammadiyah dengan lahirnya akun ini?**

Yang jelas, akun resminya PP saling *follow* dengan kami. Selibuhnya kita kurang tahu. Kami pernah mendapat apresiasi, tapi bukan dari PP, melainkan dari majalah Suara Muhammadiyah. Jadi akun paling apa gitu, saya lupa tahun 2020 atau 2021 gitu, majalah Suara Muhammadiyah waktu itu mengadakan semacam *award-award*. Dengan begitu kami anggap bahwa rupanya upaya kami menjadi sumbangsih untuk mengenalkan Muhammadiyah di media social. Ya itu saja sih. Tidak lebih.

**10. Apakah ada sesi evaluasi di group?**

Di group itu hanya ngalir saja, sih. Tidak ada hari tertentu, ada evaluasi gitu. Intinya mengalir saja.

**11. Bagaimana tanggapan dari teman-teman Muhammadiyah terhadap akun ini, Mas?**

Ya, tentu saja ada pro kontra, khususnya pada awal-awal kelahiran akun ini. Ada yang *like*, *follow*, ada juga yang sinis. Disadari atau tidak, diakui atau tidak, lahirnya akun ini memang menimbulkan pro dan kontra di keluarga Muhammadiyah di media sosial. Tetapi sampai saat ini, setelah lahirnya akun ini semakin banyak akun-akun yang dibuat warga Muhammadiyah di media sosial dan diafiliasikan kepada Muhammadiyah. Jadi kalau kita lihat, *timeline* di media sosial itu, kan, semakin ramai dan semakin banyak akun – akun yang



berafiliasi dengan Muhammadiyah, misalnya di Twitter itu ada buku pembaharu dan lain sebagainya, yang mereka barangkali generasi muda yang semakin aktif dan menyadari pentingnya dakwah di media sosial. Sebelum akun ini lahir, khususnya di Twitter, akun-akun itu belum ada. Sekarang alhamdulillah semakin banyak yang sadar, yang mau berpartisipasi untuk berdakwah untuk menyuarakan tentang Muhammadiyah di media sosial, khususnya di Twitter.

**12. Adakah rencana regenerasi untuk pengelola akun ini?**

Sejauh ini belum, tapi bukan tidak mungkin nanti kita bisa menambah orang, biar lebih segar. Sejauh ini, belum memiliki undang-undang yang mengatur admin Muhammadiyah garis lucu dibatasi satu periode, 2 periode, dll. Kita bebas-bebas saja. Tidak ada aturan yang mengatur ihwal itu. Tapi ya bukan tidak mungkin juga, suatu saat akan dikelola oleh mereka yang lebih muda.

**13. Apakah tidak ada rasa takut atau kekhawatiran ketika akun Muhammadiyah berinteraksi dengan akun-akun yang notabene agama lain semacam katolik, Kristen, hindu, sementara membawa nama Muhammadiyah?**

Sejak awal akun-akun itu lahir, kami sudah berinteraksi. Kalau dibuat *timeline* kami lebih dulu ada. Setelah akun NU garis lucu lahir, kemudian kami, disusul akun-akun yang lain, seperti protestan garis lucu, hindu garis lucu, katolik garis lucu, dll. Dengan hadirnya mereka dan kita saling interaksi semoga menjadi sebuah bentuk kontribusi kita para admin yang tidak saling mengenal ini di media sosial membawa dampak positif di dunia nyata. Tidak hanya antar kami para admin, akan tetapi para umat di mana kami bernaung. Walhasil, Indonesia menjadi lebih damai, lebih tenang, lebih sejuk. Kalau ada apa-apa tidak mudah dikotori, tidak mudah marah, dan semua bisa disikapi dengan penuh woles.

**14. Pernah gak akun ini buat sesuatu yang bisa dikomersilkan?**

Sejauh ini, kita pernah membuat kaos di Facebook, bahkan kaos itu pernah dibuat dan dijual oleh IAD. Kami diberikan desain itu, kemudian kami cetak. Alhamdulillah pada saat itu lumayan. Kalau dipikir-pikir rupanya capek juga buat kaos ini. Hanya sekali itu kami membuat kaos. Tetapi kalau ada event, paling sering kita sukanya nyolek-nyolek yang *followernya* banyak, yang punya buku banyak, dll, alhamdulillah mereka mau berbagi *giveaway* dengan *follower* kami. Kami kerjasama dengan teman-teman, yang dalam tanda kutip berhasil kami provokasi untuk berbagai atau membuat *giveaway* dengan *followers* kami. Barangkali hanya sekadar itu. Kalau mau buat kaos lagi kayaknya *nggak* dulu. Capek mengurusnya. Sudah pernah, sudah punya pengalaman soalnya. Pada intinya, gak ada aspek yang sifatnya profit dari akun kami. Kami aktif di media sosial hanya buat *have fun* saja.

## 15. Apa, *sih*, sebenarnya peran akun ini di Twitter, Mas?

Pada periode tahun 2018 – 2020 itu adalah tahun yang memang relatif panas di media social. Waktu itu terjadi polirasisai besar-besaran. Nah, ada banyak pihak yang mencoba menarik Muhammadiyah ke dalam pusaran itu. Tapi, kami di Muhammadiyah tetap melihat kontestasi yang mencoba menarik ke dalam politik praktis, pada saat itu, kan, orang sering mengasosiasikan Muhammadiyah itu dengan 01, yakni Prabowo. Kemudian, banyak yang membawa isu-isu yang sifatnya sara. Nah, kami dengan teman-teman yang lain secara tidak terkoordinir dengan akun-akun garis lucu itu, meskipun saya tidak menutup mata barangkali di antara akun-akun itu ada yang memiliki kecenderungan politik tertentu terhadap salah satu pihak yang berkontestasi.

Tetapi, secara umum, kehadiran akun-akun garis lucu pada masa-masa krusial itu menjadi penghibur dan penyejuk *timeline*. Contoh yang cukup ramai adalah sara yang mengaitkan dengan salah satu orang yang tidak boleh disalatkan. Saat itu, kan, cukup ramai. Kita berupaya untuk mendudukkan sesuatu pada tempatnya, bahwa hal-hal seperti itu disikapi dengan santai saja. Tidak perlu kita tertarik dalam isu itu. Kemudian selain itu misalnya panggilan cebong kampret, kami yang kadangkala ketika isu yang muncul menyudutkan kubu cebong, kadangkala ikut manasi juga, dalam artian untuk bercanda saja.

Akan tetapi kalau sebaliknya, isunya yang diserang misalnya kampret, kita juga bisa berbuat untuk manasi juga. Kan asik itu melihat orang bertengkar juga asik. Tetapi pada prinsipnya adalah kami mengambil sisi positifnya, tetap berada di tengah mana yang benar ya kita katakan benar, mana yang tidak benar ya kita katakan tidak benar. Meskipun pada saat itu kecenderungan warga Muhammadiyah ada di salah satu pihak. Kita berupaya mendudukkan perkara pada tempatnya.

Semoga kami berharap, ini kan sudah mulai mendekati tahun-tahun momen yang agak panas lagi, masyarakat Indonesia, khususnya di media sosial, jauh lebih dewasa dibandingkan ketika ada kontestasi serupa pada tahun 2019. Apa, *sih*, manfaatnya kalau kita bertengkar di media sosial itu. Gak ada manfaatnya. Kecuali mereka yang memang matapencahariannya yang terkait dengan itu. Mereka yang kerja sebagai profesi kalau orang menyebut *buzzer rp* itu. Kalau dia bekerja seperti itu ya seperti itu. Cuma yang lain ya gak usah ikut-ikutan, harus disikapi dengan woles saja. *Toh*, pada akhirnya, kontestasi yang sifatnya negatif itu tidak akan membawa kemajuan bagi masyarakat dan bangsa kita. Justru akan memundurkan bangsa.

## 16. Apa suka dan duka mengelola akun ini?

Lebih banyak sukanya kami mengelola akun ini, kita lebih banyak teman. Meskipun tidak semuanya mengenal di dunia nyata. Jauh lebih banyak yang kami tidak kenal dari berbagai golongan, agama, dari lintas profesi, dan itu membuka mata kita bahwa Indonesia itu asik seperti ini. Interaksi antar orang tidak ada sekat, mau ejek-ejekan, *gojek*, *guyon*, semua bisa dilakukan selama kita masih berada pada batas-batas atau koridor-koridor di mana kita harus

menempatkan diri. Jangan sampai *offside*, ya kalau *offside* jangan sampai ketahuan wasitlah. Kalau kami bisa menempatkan diri, kami jadi bisa memperkaya wawasan.

Dukanya, terutama pada awal-awal berdirinya akun, mendekati masa-masa pilpres itu, ya, dukanya kadangkala banyak teman sesama Muhammadiyah berseberangan sikap. Ketika berseberangan sikap ada yang menganggap bahwa yang membuat akun ini bukan orang Muhammadiyah, oknum dari golongan lain yang ingin menjelekkkan Muhammadiyah. Pada awalnya ,ya, merasa sakit hati juga. Lama-lama kalau menemukan yang seperti itu, ya, kita *gojekin* saja. Ada yang kepancing, dapat satu ikan. Dua ikan dan seterusnya. Lama-lama ya kita buat *enjoy* saja.

**17. Apakah web Muhammadiyahin garis lucu ini dikelola oleh tim yang sama di Twitter?**

Ya, dari kami juga. Memang tidak banyak konten yang kami buat sendiri. Kebanyakan mengambil dari sumber lain atau beberapa media yang memang sudah eksis, sudah terpublikasikan, kemudian kami kumpulkan di website kami. Baru sebatas itu, agar kalau orang mencari referensi tentang kelucuan warga Muhammadiyah ada tambahan sumber referensi.

**18. Apasih profesi sebenarnya dari tim muhammadiyah ini?**

Kebetulan kami semua lintas profesi. Pekerjaannya macam-macam. Ada yang organisasi ortom muhammadiyah, ada yang psikolog, ada yang dokter, juga pengusaha. Kami semua lintas profesi dan pilihan politiknya beda-beda. Yang jelas kesamaanya semuanya orang Muhammadiyah.

## **CURRICULUM VITAE**

Nama : Nur Kholis  
TTL : Rembang, 08 November 1994  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Prodi : KPI  
NIM : 171211146  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat Rumah : Karang Sari, Sulang, Rembang  
Email : cholisnoer47@gmail.com  
No.HP : 085334050086  
Riwayat Pendidikan : SD N Karang Sari  
SMP PGRI 1 Rambipuji  
SMK Maarif NU Kencong  
UIN Raden Mas Said Surakarta  
Riwayat Organisasi : Blogger Rembang  
HMPS KPI UIN Raden Mas Said Surakarta  
JQH al-Wustha



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH  
Jl. Pandawa Pucangan Kartasura Sukoharjo Telp. (0271) 781516 Fax. (0271) 782774  
Homepage : [www.iain-surakarta.ac.id](http://www.iain-surakarta.ac.id) E-mail: [iud.uin@iain-surakarta.ac.id](mailto:iud.uin@iain-surakarta.ac.id)

### SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

Tim Turnitin Fakultas Ushuluddin dan Dakwah (FUD) UIN Raden Mas Said Surakarta menerangkan bahwa setelah melakukan cek plagiasi skripsi dengan menggunakan perangkat lunak **Turnitin** maka pihak di bawah ini:

Nama : Nur Kholis  
NIM : 171211146  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : STRATEGI DAKWAH PENGELOLA AKUN TWITTER @NUGARISLUCU DAN @MUHAMMADIYINGL DALAM MENGUATKAN MODERASI BERAAGAMA  
Hasil Turnitin : 2 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiasi dengan "Similarity Index" di bawah 30 persen.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagai syarat pelaksanaan munaqosyah.

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

Sukoharjo, 04/09/2023

Dean,  
Wakil Dekan I,



Dr. Hj. Kamila Adnani, M.Si.  
NIP. 19700723 200112 2 003

### Skripsi Nur Kholis

#### ORIGINALITY REPORT

<b>2%</b>	<b>1%</b>	<b>0%</b>	<b>1%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

#### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	Submitted to IAIN Surakarta Student Paper	<b>1%</b>
<b>2</b>	<a href="http://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>

Exclude quotes On Exclude matches < 1%  
Exclude bibliography On