

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM**

#### **A. Deskripsi Komunitas Pejuang Subuh**

‘Shalat subuh berjamaah seramai shalat jum’at’, merupakan motto dari sebuah perkumpulan atau komunitas muslim dan muslimah dari berbagai kalangan ini. Komunitas yang bersinergi untuk saling memotivasi, mengingatkan dan melakukan kegiatan bersama untuk berdakwah melalui seruan shalat subuh berjamaah di masjid. Berawal dari keprihatinan pada kondisi masjid yang hanya ramai oleh kakek-kakek dan bapak-bapak ketika shalat subuh dan sangat jarang anggota shalat subuh yang masih muda, yang kemudian mendorong sekelompok anak muda membuat komunitas ‘Pejuang Subuh’.

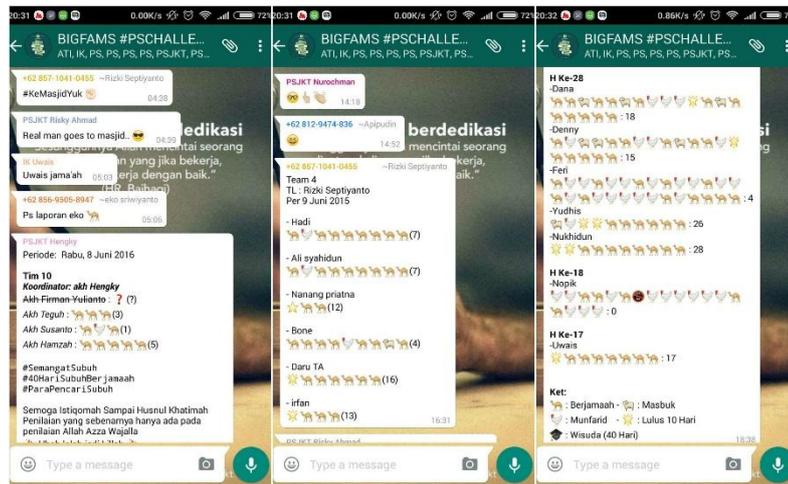
Komunitas ini terbentuk sejak tahun 2012, tepatnya pada bulan Ramadhan. Arisakti Prihatwono dan kedua temannya yaitu Hadi E. Halim dan Imam Rivani, ketiga anak muda tersebut memiliki obsesi untuk membuat jamaah shalat subuh seramai jamaah shalat jum’at. Berawal dari Hadi yang merasa malu melihat jamaah subuh di masjid kebanyakan di isi oleh orang tua. Dilihat dari latarbelakang Hadi yang merupakan seorang mualaf pada tahun 1997, yang memiliki nama asli Hadi Emanuel Halim. Sejak usia balita ikut ayahnya yang seorang Kristen dan dibesarkan oleh neneknya dengan pendidikan Katolik yang kuat. Meskipun dia merupakan seorang *mualaf*, tetapi rasa keprihatinannya dapat menggerakkan yang lain.

Pada awal pergerakan komunitas ini, ia mulai mengajak Imam untuk bantu membangunkannya untuk shalat subuh tepat waktu di masjid. Pada pertengahan tahun 2012, mereka mampu menjalankan shalat subuh berjamaah di masjid selama 40 hari secara berturut-turut tanpa terputus. Hadi merasa termotivasi untuk melakukan shalat subuh tepat waktu setelah membaca buku *How To Master Your Habits* karya Felix Siau. Setelah mereka berdua dapat melakukan hal tersebut, mereka mulai mengajak Arisakti untuk ikut menjalankan ibadah yang sama

Pada 1 Agustus 2012 mereka mulai mengajak anak-anak muda melalui media sosial, yakni *Twitter* dan *Facebook*. Namun, respon yang didapat lebih banyak melalui *Twitter*. Kegiatan rutin yang dilakukan di *Twitter* pada saat itu adalah mengunggah kegiatan shalat subuh berjamaah mereka pada waktu subuh. Tujuannya untuk menyemangati serta memotivasi anak muda muslim lainnya untuk tidak melewatkan shalat subuh.

Komunitas tersebut memiliki visi dan misi, visinya yaitu shalat subuh berjamaah seramai shalat jum'at. Sedangkan misi dari komunitas ini adalah (1) membangun *ikhwan* dan *akhwat* untuk melaksanakan shalat subuh, kata *ikhwan* dan *akhwat* dalam KBBI mempunyai arti saudara, (2) mencetak *mujahid* dan *mujahidah* subuh atau dalam KBBI *mujahid* dan *mujahidah* berarti orang yang berjuang membela demi agama, (3) memelihara dan menjaga perjuangan *mujahid* dan *mujahidah* untuk kepentingan umat.

Sosial media digunakan sebagai medium utama karena banyak anak muda yang dekat dengan sosial media. Kembali kepada target yang dicari oleh Pejuang Subuh yaitu anak muda. Tidak sembarang anak muda yang mereka akan rekrut sebagai bagian dalam komunitas tersebut, Pejuang Subuh juga memiliki kriteria bagi mereka yang ingin bergabung di dalam komunitasnya. Terdapat syarat agar dapat dianggap menjadi anggota resmi Pejuang Subuh, yaitu bagi semua calon cukup mendaftarkan diri melalui akun *Facebook* atau *Twitter* resmi Pejuang Subuh, kemudian calon anggota akan dikelompokkan berdasarkan daerah masing-masing melalui grup *WhatsApp*, setelah mendaftar untuk calon anggota laki-laki mereka diwajibkan untuk melakukan shalat subuh berjamaah di masjid sebanyak 40 hari tanpa terputus dan melapor sedangkan untuk calon anggota perempuan mereka diwajibkan untuk melakukan shalat subuh sebanyak 30 hari tanpa terputus dan melapor. Apabila ditengah jalan calon anggota telat atau tidak shalat subuh di masjid maka mereka harus mengulang dari awal



**Gambar 2.1. Absen shalat subuh calon anggota**

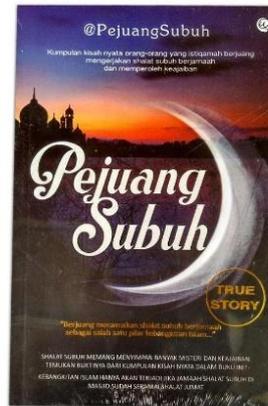
(Sumber : <http://news.netmedia.co.id>)

Dapat dilihat dari gambar di atas, bahwa mereka menggunakan simbol tertentu dalam mencatat absen. Simbol yang digunakan seperti gambar unta yang berartikan calon anggota melaksanakan shalat subuh berjamaah di masjid tepat waktu. Ada juga gambar domba yang berartikan calon anggota melaksanakan shalat subuh berjamaah di masjid tetapi mereka menjadi *makmum masbuk*, artinya mereka terlambat datang ke masjid. Berikutnya ada gambar ayam yang berarti calon anggota melakukan shalat subuh sendirian atau Pejuang Subuh menggunakan istilah *munfarid* bagi mereka yang shalat sendirian. Gambar bitang digunakan untuk mereka yang sudah lulus melakukan shalat subuh sebanyak 10 hari tanpa terputus. Dan simbol terakhir adalah gambar toga yang berartikan calon anggota dapat dinyatakan lulus setelah mengerjakan shalat subuh sebanyak 40 kali tanpa terputus.

Dalam grup *WhatsApp* tidak hanya digunakan untuk melapor saja, tetapi para anggota yang berada dalam grup tersebut mereka saling membangunkan teman-temannya untuk shalat subuh. Para calon anggota yang sudah berhasil menjalankan shalat subuh sesuai dengan ketentuan, mereka akan dinyatakan lulus atau yang biasa mereka sebut sebagai *mujahid*. Tidak hanya itu, mereka yang sudah lulus juga akan mendapatkan pin *muhajid* Pejuang Subuh.

Berkat penggunaan sosial media dalam membangun komunitas tersebut, saat ini Pejuang Subuh sudah tersebar di 20 kota diantaranya Jakarta, Depok, Bogor, Tangerang, Bekasi, Bandung, Medan, Palu, Makassar dan Palembang. Sosial media memiliki peran yang sangat penting dalam menunjang interaksi antar anggota Pejuang Subuh. Dapat dikatakan bahwa komunitas ini merupakan bagian atau sekelompok individu yang menjadi bagian dari masyarakat saat ini yang tidak terlepas dipisahkan dengan pengaruh modernitas. Terbukti bahwa komunitas ini selalu turut berpartisipasi secara aktif di dalam dunia maya. Meskipun sosial media memiliki peran lebih banyak dalam perkembangan komunitasnya, Pejuang Subuh selain menggunakan sosial media mereka juga meluncurkan buku tepatnya pada bulan Februari 2014. Buku tersebut memuat kumpulan kisah-kisah nyata orang-orang yang istiqomah berjuang mengerjakan shalat subuh berjamaah dan memperoleh keajaiban. Tujuan dari peluncuran buku tersebut sama dengan tujuan komunitas di sosial media yaitu untuk

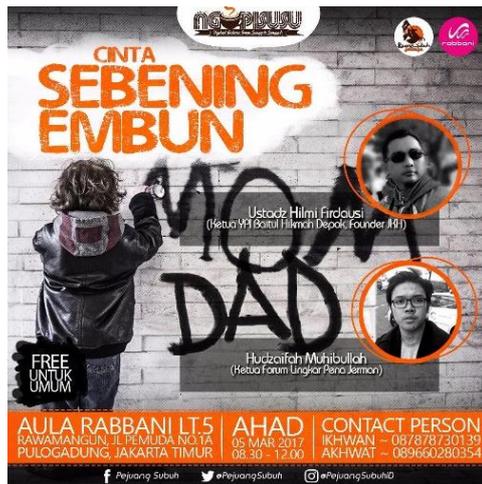
memotivasi umat Muslim yang lain terutama anak muda untuk terbiasa melakukan shalat subuh.



**Gambar 2.2. Buku Pejuang Subuh karya Hadi E. Halim**

(Sumber : [www.bukalapak.com](http://www.bukalapak.com))

Dalam bukunya tidak hanya berisi tentang kisah-kisah yang dapat memotivasi pembacanya, tetapi dalam bukunya Pejuang Subuh juga menjelaskan program-program yang sering dilakukannya, diantaranya adalah shalat subuh berjamaah di masjid Al-Azhar Kebayoran Jakarta setiap minggu ketiga dengan ustadz Bachtiar Nasir, pengajian bulanan yang dilaksanakan setiap minggu pertama tiap bulan, taaruf antar anggota komunitas Pejuang Subuh dan mencetak Pejuang Subuh baru yang istiqomah dengan mensosialisasikan 40 hari shalat subuh berjamaah tanpa putus yang dilanjutkan dengan program lima waktu tabir pertama, serta aktif menggunakan sosial media sebagai sarana komunitas (Halim : 2014).



**Gambar 2.3. Poster kegiatan Ngopisusu Pejuang Subuh**

(Sumber : <http://twitter.com/PejuangSubuh>)

Kegiatan awal Pejuang Subuh yang hanya mengajak orang lain untuk shalat subuh di masjid, kini sudah berkembang. Tidak hanya mengajak, tetapi komunitas tersebut saat ini juga sudah mempunyai berbagai macam kegiatan. Salah satu kegiatannya adalah Ngopi Susu atau singkatan dari Ngobrol Parkara Iman Sungguh-Sungguh. Ngopi Susu adalah kajian yang dilakukan oleh Pejuang Subuh yang diadakan pada minggu pertama setiap bulan. Pada gambar 2.3 merupakan salah satu contoh kegiatan ngopi susu yang diadakan oleh Pejuang Subuh dengan mengajak Ustad Hilmi Firdaus yang merupakan ketua YPI Baitul Hikmah Depok dan sebagai *founder* JKH dan Hudzaifah Muhibullah yang merupakan ketua Forum Lingkaran Pena Jerman sebagai pengisi acara. Kegiatan lainnya adalah Dakwah *on the Street*, kegiatan yang diadakan tiap bulan. Dalam kutipan berita detik.com Pejuang Subuh juga biasanya mengundang publik figur seperti Terry Putri, Caesar, Indadari dan ustadz-ustadz ternama seperti

Ustadz Felix Siau dan Ustadz Salman Al-Farisi. Kegiatan ini biasa dilakukan ditempat yang ramai seperti pada saat *Car Free Day* dan di Kebun Binatang Ragunan. Dalam kegiatan ini, para anggota Pejuang Subuh biasanya membagikan jilbab gratis dan juga pin Islami kepada orang-orang (<https://news.detik.com/berita/d-3236854/kegiatan-pejuang-subuh-dakwah-on-the-street-hingga-traveling-masjid>, diakses 3 November 2017).

## **B. Identitas Virtual Pejuang Subuh**

Pada awal perkembangannya, komunitas Pejuang Subuh mulai dikenal ketika banyak unggahan mengenai kegiatan shalat subuh berjamaah mereka pada waktu subuh. Bahkan unggahannya tentang kegiatan tersebut acap kali menjadi *tranding topic*. Sebelum menggunakan *WhatsApp* untuk absen harian bagi calon anggota, *Twitter* lebih dulu digunakan untuk absen. Setiap calon anggota diwajibkan melapor kegiatan shalat subuh mereka melalui *Twitter*. Menurut Arisakti, para calon anggota harus *mention* ke akun Pejuang Subuh yang kemudian akan di *retweet*.

Berbicara seputar komunitas Pejuang Subuh tentu tidak dapat dipisahkan dari hasil perkembangan teknologi saat ini, terutama sosial media yaitu *Twitter*. *Twitter* dapat dibilang memiliki peran yang penting dalam perkembangan komunitas Pejuang Subuh. Pemilihan pembahasan mengenai sosial media *Twitter* dan perkembangan komunitas tersebut dalam bab ini juga disebabkan oleh fakta, bahwa perkembangan komunitas Pejuang Subuh yang ditampilkan di sosial media merupakan salah satu

faktor perkembangan dan bertahannya komunitas Pejuang Subuh hingga saat ini.

Suatu komunitas pasti memiliki keunikan masing-masing, mereka juga pasti memiliki identitas yang berbeda-beda. Begitu juga dengan komunitas Pejuang Subuh, mereka memiliki identitas di sosial media sebagai perkumpulan orang-orang yang menyuarakan shalat subuh berjamaah. Mereka menampilkan identitas diri sebagai komunitas yang berjuang meramaikan shalat subuh berjamaah sebagai salah satu pilar kebangkitan Islam dan menjadikan jamaah shalat subuh bagaikan shalat jum'at.

Akun sosial media yang dimiliki oleh komunitas ini tidak hanya *Twitter*, mereka juga menggunakan *Facebook* dan *Instagram* dalam pengembangan komunitasnya. Jika *Twitter* lebih banyak digunakan untuk menyampaikan opini, *Facebook* lebih banyak digunakan untuk berkomunikasi dengan sesama anggota dari berbagai daerah lainnya. Sifat *Facebook* yang terbuka mempermudah mereka dalam berkomunikasi dua arah. Sampai saat ini akun *Facebook* Pejuang Subuh memiliki 18.747 *follower* dan 18.574 orang yang menyukai akun tersebut. Dalam akunnya mereka juga sering memberikan informasi untuk kegiatan sosial atau kegiatan lainnya. Sifat media online yang interaktif membuat para penggunanya mempunyai kesempatan untuk memberikan komentar ataupun saran secara langsung.



**Gambar 2.4. Foto Profil *Facebook* dan *Instagram* Pejuang Subuh**

(Sumber : <http://www.facebook.com/PejuangSubuhID>)



**Gambar 2.5. Foto Profil *Twitter* Pejuang Subuh**

(Sumber : <https://twitter.com/PejuangSubuh>)

Berikut adalah foto yang digunakan sebagai foto profil dalam akun Pejuang Subuh yaitu akun *Facebook*, *Instagram* dan *Twitter*. Logo yang digunakan dalam semua akunnya memiliki gambar yang sama, hanya saja *background* dari logo tersebut yang berbeda. Foto profil tersebut diambil

dari akun utama Pejuang Subuh. Dalam akun tambahan atau akun Pejuang Subuh tiap daerah ada beberapa yang menggunakan logo resmi Pejuang Subuh, namun ada juga yang menggunakan gambar masjid, atau hanya memasang foto yang bertuliskan Pejuang Subuh.

Dalam kolom bio di *Instagram* dan *Twitter* atau dalam *Facebook* masuk dalam kolom *about*, Pejuang Subuh menuliskan kalimat sebagai berikut, “Mari jadi bagian Kebangkitan Islam, dengan meramaikan Sholat Subuh seramai Sholat Jum’at” dalam akun *Instagram*, “Berjuang meramaikan sholat Subuh berjamaah sebagai salah 1 pilar kebangkitan Islam. Cita-cita kami jamaah sholat Subuh bagaikan sholat Jumat” dalam akun *Twitter*, dan “Berjuang merasmaikan sholat Subuh berjamaah di Masjid, cita-cita kami jamaah sholat Subuh seramai sholat Jum’at” dalam akun *Facebook*.

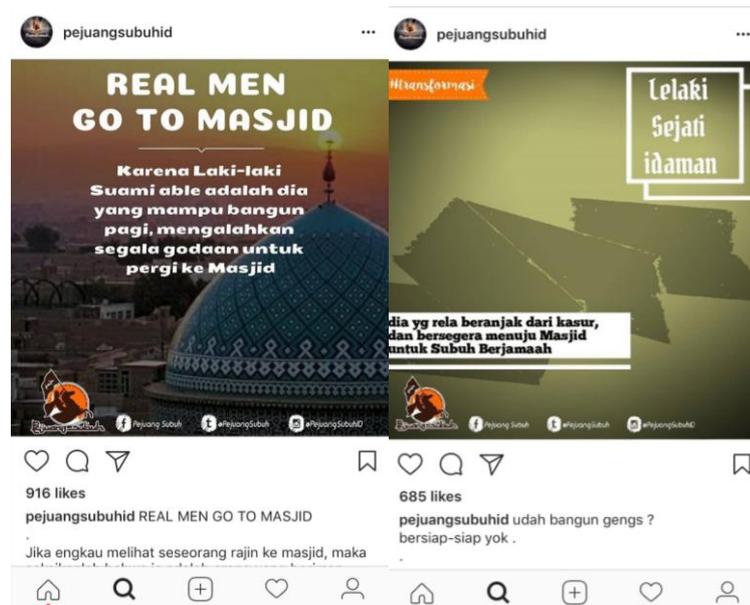


**Gambar 2.6. Kegiatan sosial dan event Pejuang Subuh**

(Sumber : <http://www.facebook.com/PejuangSubuhID>)

Dalam gambar tersebut komunitas ini memberikan informasi terkini mengenai aktivitas komunitas mereka. Seperti yang peneliti dapatkan dari Facebook mengenai kegiatan-kegiatan yang mereka lakukan yaitu mereka mengadakan kegiatan seperti yang terdapat pada gambar, kegiatan tersebut adalah wakaf 1 juta Al-Qur'an untuk Negeri. Selain itu mereka juga mengadakan acara #hijrahitukeren. Acara yang diadakan pada tanggal 21 September lalu di Nareswara Ballroom jalan MT. Haryono Jakarta yang dibuka untuk umum tersebut bertujuan untuk mereka yang ingin berubah menuju yang lebih baik. Dalam acaranya mereka membagikan *flyer* mengenai pentingnya shalat subuh dan apa yang harus dilakukan, ditambah lagi dengan adanya pelayanan konsultasi hukum gratis, seperti permasalahan hukum bagi mereka yang ingin berhijrah.

Kegiatan-kegiatan tersebut mereka tujukan dalam sosial media. Selain itu, sosial media mereka gunakan untuk memperkenalkan dan menjaring para anggota baru. Selain *Facebook*, sosial media *Instagram* yang fokus kontennya adalah visual atau gambar, membuat akun tersebut lebih menarik. Dalam akun *Instagram*, Pejuang Subuh kini sudah memiliki *follower* sebanyak 40.100 dan sudah mengunggah 1.195 foto. Selain dalam akun *Twitter*, peneliti juga melihat bahwa dalam akun *Instagram* Pejuang Subuh terdapat kategorisasi terhadap umat Muslim. Hal tersebut dapat terlihat dalam beberapa postingannya, salah satunya sebagai berikut,



**Gambar 2.7. Ajakan shalat subuh dan gambaran laki-laki idaman**

(Sumber : <https://www.instagram.com/pejuangsubuhid>)

Identitas virtual sering ditampilkan melalui cara berpakaian dan cara mereka menuliskan identitas mereka pada setiap profil di sosial media. Penampilan mereka bila dilihat dari akun sosial media yaitu untuk mereka laki-laki berjenggot dan menggunakan peci. Sedangkan perempuan kebanyakan menggunakan jilbab syar'i atau jilbab yang lebar dan ada beberapa yang menggunakan cadar. Perbincangan mengenai serba-serbi keagamaan terlihat mendominasi status dalam sosial media mereka. Sebagai contoh, Pejuang Subuh dengan misinya untuk meramaikan shalat subuh berjamaah di masjid sering menjelaskan keutamaan-keutamaan shalat subuh, manfaat shalat subuh dan tidak jarang mereka juga memberikan kata mutiara mengenai shalat subuh. Hal ini menunjukkan internet merupakan

media yang dapat menampung eksistensi kelompok dominan dalam ‘ruang publik’.

Dari unggahan tersebut adalah salah satu ajakan untuk seorang Muslim agar shalat subuh di masjid, tetapi secara tidak langsung Pejuang Subuh juga memberikan kategorisasi untuk seorang Muslim yang dipandang ideal seperti ketika seorang tersebut mampu bangun pagi untuk shalat subuh. Dikatakannya juga dalam salah satu unggahannya bahwa mereka yang dapat melakukan hal tersebut diakui sebagai laki-laki sejati dan Pejuang Subuh menggunakan istilah ‘*suami-able*’. Dari unggahan yang lain mereka juga menyebutkan bahwa shalat subuh adalah jalan awal yang perlu dilewati sebelum melakukan kegiatan yang lainnya.

Mereka yang merupakan komunitas yang membawa nilai Islam justru menggunakan kata sapaan kepada yang lain dengan sapaan ‘geng’, ‘gengs’ atau ‘genk’. Sering kali mereka juga menggunakan kalimat-kalimat yang tidak asing bagi anak muda sekarang seperti ‘kuy’ atau ‘kuy ah’. Tanpa meninggalkan nilai Islami mereka juga membaaur dengan sesuatu yang sedang menjadi tren saat ini.

Dalam pencarian di media sosial dapat kita jumpai beberapa akun Pejuang Subuh, hal ini terjadi karena Pejuang Subuh sudah menyebar ke berbagai daerah di Indonesia. Salah satunya, apabila kita mencari Pejuang Subuh di *Twitter* kita akan menemukan akun @PejuangSubuh yaitu akun utama dari komunitas tersebut. Selain itu ada juga @PejuangSubuhDPK, @PejuangSubuhTNG, @PejuangSubuhBMJ, @PejuangSubuhBdg,

@PejuangSubuhBGR, @PejuangsubuhMLG, @PSAkhwat,  
@PejuangSbhMedan, @PejuangSubuhPku, @PejuangSubuhSBY,  
@PejuangSubuhJOG dan masih banyak lagi. Begitu juga dipencarian  
*Instagram* dan *Facebook*, Pejuang Subuh di tiap daerah memiliki akunnya  
masing-masing. Jumlah *follower* dari tiap akunnya pun tidak jauh berbeda  
dengan akun utamanya, rata-rata *follower* sudah mencapai 1.000 lebih.

### C. Kontestasi Identitas Muslim di Sosial Media

Pada era digital, gerakan sosial media mempunyai ciri tersendiri, dimana generasi muda Muslim sebagai motor penggerak gerakan-gerakan tersebut memanfaatkan kecanggihan teknologi komunikasi dalam menunjang visi misi gerakan. Generasi muda Muslim adalah bagian dari *net generation*, sebuah generasi yang menurut Sugihartati (2014 : 100) merupakan komunitas *cyberspace* yang paling dinamis dan menjadi aktor yang aktif membangun interaksi dan memanfaatkan jejaring dalam dunia maya karena *net generation* tumbuh besar dalam konteks akselerasi perkembangan teknologi informasi yang luar biasa cepat.

Berkembangnya sosial media saat ini, membuat banyak komunitas yang menggunakannya sebagai penawaran identitas, salah satunya adalah komunitas yang menunjukkan nilai Islam. Tidak jarang sosial media digunakan untuk memproduksi dan mereproduksi figur-figur muslim yang dianggap dapat mewakili nilai-nilai islami. Selain itu, sosial media juga sering digunakan untuk memperkenalkan dan menjaring para anggota baru.

Dalam dunia *online*, keberadaan figur-figur muslim sesungguhnya sudah sangat mudah ditemukan. Bahkan sesuai penelusuran penulis dalam media visual tersebut telah banyak komunitas-komunitas muslim yang mengusung tema Islam.

Sosial media yang sifatnya terbuka dan bisa digunakan oleh siapa saja, seolah memberikan ruang kepada komunitas-komunitas minorita yang kurang mendapat tempat di masyarakat. Seperti yang dijelaskan oleh Anissa (2017) mengenai salah satu identitas komunitas Muslim yang terdapat dalam akun Instagram @gerakannikahmuda yang memiliki jumlah *followers* sebanyak 242.000. Akun yang aktif sejak bulan Februari 2016 ini dikelola oleh penerbit Gaul Fresh yang menerbitkan buku #IndonesiaTanpaPacaran yang ditulis oleh La Ode Munafar. Kelompok tersebut menampilkan identitasnya dalam sosial media dengan mengajak anak-anak muda untuk menikah muda, hal ini dimaksudkan untuk mengurangi maksiat.



**Gambar 2.8. Tampilan Instagram Gerakan Nikah Muda**

(Sumber : <https://www.instagram.com/gerakannikahmuda>)

Dalam akunnya juga terdapat beberapa kategorisasi untuk calon suami ideal sebagai berikut :

Kriteria suami ideal (1) Bagus agama dan akhlaknya (2) bertanggungjawab (3) mencukupi nafkah istri (4) gemar beribadah (5) lemah lembut (6) penuh perhatian (7) adil (8) suka membantu istri (9) pemberani (10) si pecanda (11) pemaaf. Laki-laki sejati adalah dia yang tak pernah malu memuliakan istrinya dimanapun.

Selain mengajak kepada generasi muda untuk menikah muda, mereka juga memberikan beberapa kriteria calon suami ideal menurut Gerakan Nikah Muda. Mereka juga sering mengunggah foto orang-orang yang sudah menikah muda yang berpose sedang berdampingan menggambarkan kemesraan dengan ditambahkan *caption* seperti 'kuatkan tekad untuk segera merubah dirimu menjadi yang terbaik dengan jalan menikah misalnya'. Seorang perempuan selalu digambarkan dengan mereka yang menggunakan jilbab yang lebar dan ada beberapa yang menggunakan cadar.

Selain komunitas tersebut, dalam media internet kita juga dapat menemukan komunitas dakwah online yaitu *One Day One Juz* (ODOJ). Mereka memanfaatkan *instant messaging* (*WhatsApp* dan *Blackberry Messenger*) untuk perekrutan, koordinasi, dan komunikasi anggota komunitas. Kiprah komunitas ODOJ terlihat dari suksesnya komunitas ini dalam mengadakan acara membaca Al-Qur'an serentak bersama 50.000 umat Muslim pada tahun 2014 di Jakarta yang berhasil meraih penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI).



**Gambar 2.9. Tampilan *Twitter* One Day One Juz (ODOJ)**

(Sumber : <https://twitter.com/onedayonejuz>)

Komunitas yang digagas oleh para Alumni Rumah Qur'an untuk memfasilitasi dan mempermudah dalam membaca Al-Qur'an dengan target masing-masing anggotanya menyelesaikan tilawah Al-Qur'an satu juz sehari. Komunitas ini juga dapat kita temui dalam akun *Twitter* @onedayonejuz dengan jumlah *followers* 77.100. Dalam akun *Twitter*

mereka juga sering mengunggah berbagai kegiatan seperti *roadshow* tausiah umum ‘Pahlawan dalam persepsi Islam’, ngaji *on the street*. Tidak hanya itu, sama seperti Pejuang Subuh yang selalu mengunggah mengenai keutamaan shalat subuh, ODOJ juga mengunggah mengenai keagungan Al-Qur’an.

Masih banyak komunitas yang menunjukkan nilai Islam dalam akun sosial media. Ini membuktikan bahwa kemudahan yang diberikan oleh sosial media memberikan dampak yang besar salah satunya bagi perkembangan suatu komunitas. Beragam komunikasi dan informasi dapat disebarluaskan secara cepat dalam hitungan detik, mengalahkan media konvensional cetak dan elektronik. Komunitas-komunitas tersebut menawarkan dan menyebarkan berbagai identitas yang berbeda-beda. Hal tersebut membuat Islam seolah bersifat tidak tunggal, karena setiap komunitas terutama mereka yang membawa nilai Islam memiliki cara pandang yang berbeda-beda. Tidak jarang dari mereka yang menggunakan kekuatan Islam untuk kepentingan tertentu, seperti halnya kepentingan politik dan lain sebagainya.



**Gambar 2.10. Tampilan *website* Muhammadiyah**

(Sumber : <http://www.muhammadiyah.or.id>)



**Gambar 2.11. Tampilan *Twitter* Muhammadiyah**

(Sumber : <https://twitter.com/muhammadiyah>)

Jika kedua kelompok sebelumnya dijelaskan bahwa mereka berkembang melalui sosial media. Lain halnya dengan Muhammadiyah yang sudah berdiri sejak tahun 1912. Organisasi yang didirikan oleh K.H Ahmad Dahlan yang bertujuan untuk memurnikan ajaran Islam yang dianggap banyak dipengaruhi hal-hal mistik pada saat itu dan mencoba

untuk mengajak kembli kepada ajaran Islam yang sebenarnya berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits (www.muhammadiyah.or.id/sejarah, diakses 9 November). Fokus utama mereka adalah pendidikan. Dapat kita lihat sendiri dengan banyaknya lembaga sekolah yang dinaungi oleh Muhammadiyah. Organisasi yang dapat dibilang sudah besar dan mendapatkan ruang di masyarakat ini ketika dilihat dari akun sosial media justru mereka memiliki *followers* lebih sedikit dibandingkan komunitas Islam yang lain yaitu sebanyak 126.000 *follower*. Kemasan dalam akun sosial media *Twitter* Muhammadiyah terlihat kurang menarik, pendekatan kepada pengguna sosial media lainnya juga tidak segenre akun-akun lainnya, yang lebih gencar dalam menyebarkan dan menawarkan identitas Islam kelompok tersebut.



**Gambar 2.12. Tampilan website NU**

(Sumber : <http://www.nu.or.id>)



**Gambar 2.13. Tampilan Twitter NU**

(Sumber : <https://twitter.com/NahdatulUlama1>)

Sama dengan Muhammadiyah, Nahdatul Ulama atau yang lebih dikenal dengan sebutan NU juga merupakan organisasi yang sudah besar di Indonesia. NU menganut paham Ahlussunah Wal Jama'ah. Organisasi ini sudah berdiri sejak 1984 ([www.nu.or.id/sejarah](http://www.nu.or.id/sejarah), diakses 9 November 2017). Mereka juga menggunakan sosial media untuk perkembangan organisasi tersebut. Tetapi bila dilihat dari akun *Twitter* yang dimilikinya, jumlah *followers*-nya tetap lebih sedikit dibanding kelompok lainnya terlebih bila dibandingkan dengan akun milik Muhammadiyah *follower* NU terlihat lebih sedikit yaitu sebanyak 2.122 *follower*. Sama dengan Muhammadiyah, tampilan dalam akun NU terlihat monoton dan tidak menarik. Walaupun mereka sudah bergabung dalam *Twitter* sejak tahun 2012, tetapi postingannya terbilang sedikit.