



## Komunikasi Vaksinasi COVID-19 Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah di *Twitter*

### *COVID-19 Vaccinations Communication of Nahdlatul Ulama and Muhammadiyah in Twitter*

Dimas Subekti <sup>1\*</sup>

<sup>1</sup> Master of Government Affairs and Administration, Jusuf Kalla School of Government, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia. Email: dsubekti05@gmail.com

\* Penulis Korespondensi

#### Article Info

##### Article History

Received  
28 Aug 2021  
Revised  
13 Oct 2022  
Accepted  
13 Oct 2022

##### Keywords:

Communication,  
COVID-19  
Vaccination,  
Twitter.

##### Kata kunci:

Komunikasi,  
Twitter,  
Vaksinasi  
COVID-19.

**Abstract:** Besides the government, many stakeholders also participated in spreading COVID-19 vaccination information in social media, including the two largest Islamic organizations, Nahdlatul Ulama and Muhammadiyah. This study was intended to describe the communications conducted by both organizations which were related to COVID-19 in the social media platform Twitter. The analysis was conducted using the NVIVO 12 method. This study discovered that Muhammadiyah utilized Twitter more frequently than Nahdlatul Ulama. The messages delivered by both Twitter accounts consisted of inconsistencies in COVID-19 policies, health protocols, COVID-19 collaboration vaccinations, and awareness towards the vaccinations.

**Abstrak:** Selain pemerintah, berbagai pihak turut serta dalam menyampaikan vaksinasi Covid 19 melalui media sosial, termasuk dua organisasi besar Islam, Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah. Penelitian ini bertujuan menjelaskan komunikasi yang dilakukan Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah terkait dengan vaksinasi COVID-19. Adapun media sosial yang dianalisis adalah *Twitter*. Metode analisis yang digunakan adalah NVIVO 12, dan dilengkapi dengan menggunakan analisis *chart*, *cluster*, dan *word frequency*. Penelitian ini menemukan bahwa *Twitter* telah menjadi media sosial penting yang digunakan Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah dalam mengkomunikasikan vaksinasi COVID-19. Meskipun demikian, analisis ini menemukan bahwa intensitas penggunaan akun *Twitter* Muhammadiyah lebih tinggi dibandingkan dengan akun *Twitter* Nahdlatul Ulama. Pesan-pesan yang disampaikan oleh akun *Twitter* keduanya di antaranya adalah inkonsistensi kebijakan COVID-19, protokol kesehatan, kolaborasi vaksinasi COVID-19, dan kesadaran vaksinasi COVID-19.

## PENDAHULUAN

Muhammadiyah adalah sebuah gerakan pembaharuan sosial yang berbasis nilai-nilai keagamaan Islam. Muhammadiyah mendefinisikan dirinya sebagai gerakan Islam, dakwah *amar makruf nahi munkar* dan *tajdid*, bersumber Alquran dan As-sunnah serta berdasar Islam (Anwar, 2018). Nahdlatul Ulama, di sisi lain, merupakan organisasi tradisional moderat di Indonesia yang mengikuti mazhab Syafi'i, Hanafi, Maliki, dan Ahmad. Nahdlatul Ulama menganut ideologi dan prinsip *wasathiyat al-Islam*, yang mengambil jalan tengah antara kecenderungan ekstrim *aqli* (rasionalis) dan ekstrim *naqli* (skripturalis). Nahdlatul Ulama mengidentifikasi Alquran, As-sunnah, dan kemampuan akal, ditambah dengan realitas empiris sebagai sumber pemikirannya (Ismail, 2011). Keduanya merupakan organisasi Islam besar di Indonesia, baik dilihat dari segi jumlah anggotanya maupun banyaknya cabang yang tersebar di seluruh penjuru Indonesia (Luthfi, 2019). Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama mempunyai peran penting dalam kehidupan politik serta proses demokratisasi pada era Reformasi di Indonesia (Fealy et al., 2010). Sikap dan tindakan yang tergambarkan dari komunikasi dua organisasi tersebut memiliki pengaruh yang besar termasuk di era pandemi COVID-19, khususnya kebijakan vaksinasi COVID-19 pemerintah Indonesia.

Salah satu isu penting selama pandemi adalah isu haram vaksin COVID-19 di Indonesia. Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui Fatwa Nomor 14/2021 telah menetapkan vaksin COVID-19 dari AstraZeneca adalah haram. Alasannya, proses pembuatannya memanfaatkan enzim yang berasal dari babi sebagaimana dikemukakan Ketua MUI bidang Fatwa, Asrorun Ni'am Sholeh. Meski dinyatakan haram, MUI menyatakan hukum

penggunaan vaksin AstraZeneca yang disuntikkan pada masyarakat adalah diperbolehkan. Izin dikeluarkan dengan lima alasan mendasar, yakni kebutuhan mendesak, resiko jika tidak dilakukan vaksin, keterbatasan stok, jaminan keamanan dan keterbatasan kapasitas pemerintah (Azanella, 2021).

Lembaga *Bahtsul Masail* Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (LBM PBNU) dan Lembaga Pemeriksa Halal dan Kajian Halal Thayiban (LPH-KHT) Pimpinan Pusat Muhammadiyah mendukung Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk melakukan kajian tentang kehalalan beberapa jenis vaksin (Muhyiddin, 2021). Dihadapkan pada isu ini, peran Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama sebagai organisasi Islam besar menjadi sangat penting terutama menyangkut sejauh mana dukungan mereka terhadap keberhasilan vaksinasi. Oleh karena itu, komunikasi mereka di media sosial seperti *Twitter* menjadi penting dan menarik dikaji. Media sosial merupakan seperangkat alat *online* yang dirancang untuk memungkinkan dan mempromosikan interaksi sosial. Karakteristik utama media sosial adalah partisipasi, keterbukaan, percakapan, keterlibatan, dan keterhubungan (Haro-de-rosario et al., 2018). Media sosial seperti *Twitter* memungkinkan organisasi membangun jaringan komunikasi baru untuk berinteraksi dengan warga dan pemangku kepentingan (Meijer & Torenvlied, 2014), termasuk dalam mengomunikasikan vaksinasi Covid 19.

Beberapa penelitian tentang Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama telah banyak dikerjakan, dan biasanya berkaitan dengan pendidikan keagamaan, perbedaan pandangan hukum Islam dan strategi dakwah baik melalui media sosial *Facebook* maupun media massa. Sebaliknya, penelitian ini fokus pada komunikasi Nahdlatul Ulama dan

Muhammadiyah di *Twitter* berkaitan dengan vaksinasi COVID-19 di Indonesia. Tujuannya untuk menjelaskan komunikasi Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama terkait vaksinasi COVID-19 di *Twitter*. Dengan begitu, akan didapatkan gambaran jelas mengenai bagaimana organisasi masyarakat berbasis agama khususnya NU dan Muhammadiyah memiliki peran penting dalam mengkomunikasikan vaksinasi COVID-19. Ini penting dikerjakan karena pandangan agama melalui organisasi masyarakat dalam penyampaian pesannya menjadi solusi sentral untuk memberikan pemahaman yang komprehensif bagi umat. Dengan begitu, masyarakat tidak gegabah dalam menghadapi pandemi COVID-19 karena dampaknya yang begitu menyeluruh bagi sebagian tatanan kehidupan manusia, termasuk persoalan kegiatan keagamaan (Ginting et al., 2021). Transmisi informasi mengambil peran penting dalam mengatasi pandemi COVID-19, dan ini dilakukan oleh berbagai pihak, termasuk kalangan tokoh agama dalam organisasi masyarakat. Peran tokoh agama dalam menghadapi COVID-19 berperan sebagai peredam kekalutan umat, corong informasi, dan figur tauladan (Aula, 2020).

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknis analisis data NVIVO 12 plus dengan menggunakan fitur *chart analysis*, *cluster analysis* dan *word frequency analysis*. NVIVO 12 plus adalah Bantuan Komputer Perangkat Lunak Analisis Data Kualitatif. NVIVO 12 plus bertujuan untuk memudahkan penelitian kualitatif menjadi lebih efektif dan efisien dalam menganalisis data (Zamawe, 2015). Sumber data penelitian adalah akun media sosial *Twitter* @NahdlatulUlama dan @Muhammadiyah. Alasannya karena dua organisasi tersebut merupakan organisasi

Islam terbesar di Indonesia. Kemudian, data tersebut dielaborasi dengan data yang didapat melalui media online yang kredibel seperti *kompas.com*, *Tempo.com*, *republika.co.id*, *detiknews.com*, *liputan6.com* dan CNN Indonesia. Sumber data media daring ini hanya sebagai data sekunder, sebagai penguat data primer yang didapat melalui akun *Twitter* @Muhammadiyah dan @NahdlatulUlama.

Periode waktu pengumpulan data dalam penelitian ini, yakni dari Oktober 2020 sampai Juni 2021. Hal ini karena dalam rentang waktu tersebut, pemerintah Indonesia memutuskan dan mengimplementasikan kebijakan vaksinasi COVID-19. Pertama kali data dikumpulkan dengan meng-*Ncapture* akun media sosial *Twitter* Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah. Kemudian, mengimpor ke NVIVO 12 plus, selanjutnya mengolah data menggunakan fitur *chart*, *cluster* dan *word frequency analysis*. Data yang diambil berkaitan dengan konten komunikasi, narasi komunikasi, dan intensitas komunikasi. Jumlah data dari akun *Twitter* Muhammadiyah yang didapatkan menggunakan *Ncapture* dan pengolahan *software* NVIVO 12 plus dari periode waktu yang telah ditentukan sebanyak 2876 *tweet* dan 43 *retweet*. Sebaliknya, akun media sosial *Twitter* Nahdlatul Ulama (NU) sebanyak 2134 *tweet* dan 1020 *retweet*.

Analisis dilakukan dengan melakukan koding dari hasil *Ncapture* akun *Twitter* Muhammadiyah dan NU. Kemudian, membuat *nodes* berdasarkan hasil koding, terkait dengan konten di akun *Twitter* yang berhubungan dengan topik vaksinasi COVID-19. Setelah itu, membuat *cases* dalam hal ini Muhammadiyah dan NU. Langkah terakhir adalah menggunakan fitur *chart* analisis untuk menampilkan data konten komunikasi akun media sosial *Twitter* Muhammadiyah dan NU.

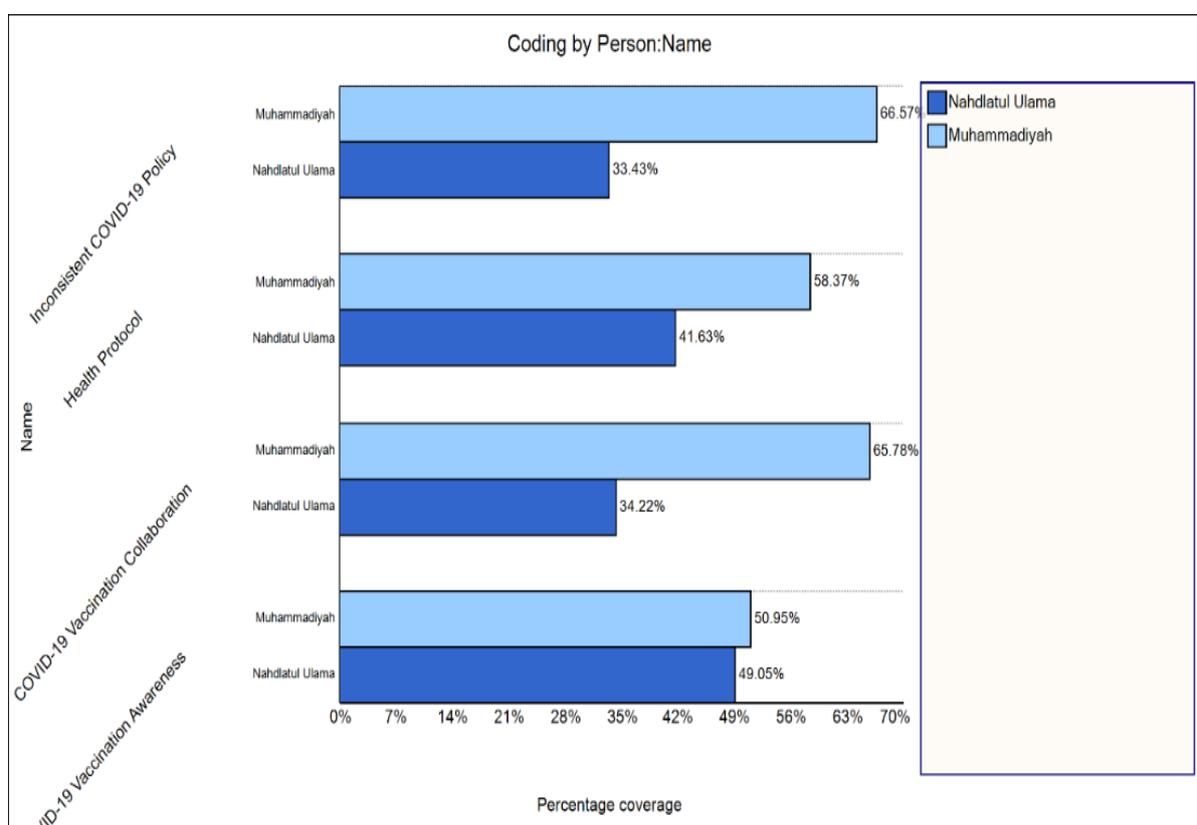
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Konten Komunikasi Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah di Twitter

Media sosial adalah sekumpulan aplikasi berbasis internet, beralaskan pada ideologi dan teknologi Web 2.0 sehingga memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten oleh penggunaanya (Kaplan & Haenlein, 2010). Dalam kasus ini, konten komunikasi yang dilakukan

Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah di *Twitter* berkaitan dengan vaksinasi COVID-19 adalah tentang inkonsistensi kebijakan COVID-19, protokol kesehatan, kolaborasi vaksinasi COVID-19, dan kesadaran vaksinasi COVID-19.

Gambar 1 merupakan hasil *chart analysis* NVIVO 12 plus untuk menjelaskan konten komunikasi Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah di *Twitter* berkaitan dengan vaksinasi COVID-19.



**Gambar 1. Konten Komunikasi di *Twitter***

Gambar 1 menampilkan data dalam bentuk persentase aktifitas konten yang dimuat oleh akun media sosial *Twitter* Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama (NU) tentang vaksinasi COVID-19. Persentase ini membandingkan dari dua akun tersebut, konten komunikasi mana yang paling tinggi dibahas sehingga semakin tinggi persentase yang ditampilkan dalam konten komunikasi

terkait dengan vaksinasi COVID-19, maka semakin besar pembahasannya di akun *Twitter*-nya.

Gambar 1 menunjukkan bahwa dalam konten inkonsistensi kebijakan COVID-19 di *Twitter*, Muhammadiyah memiliki angka yang tinggi, yakni sebesar 66.57%, sedangkan Nahdlatul ulama memiliki angka hanya sebesar 33.43%.

Pada konten protokol kesehatan di *Twitter*, Muhammadiyah memiliki angka sebesar 58.37%, sedangkan Nahdlatul Ulama memiliki angka hanya sebesar 41.63%. Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama (NU) mengajak masyarakat untuk menaati protokol kesehatan agar penularan COVID-19 bisa ditekan. Masyarakat diminta untuk menaati protokol kesehatan dengan menerapkan empat M, yakni memakai masker, mencuci tangan dengan sabun, menjaga jarak dan menjauhi kerumunan (Suryani, 2021). Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) dan Pimpinan Pusat Muhammadiyah dalam hal ini mengimbau agar umat Islam menghindari aktivitas di tempat ibadah seperti di masjid dan mushala sementara waktu imbas penularan COVID-19 yang tengah melonjak.

Sekretaris Jendral Pimpinan Pusat Nahdlatul Ulama, Helmy Faishal Zaini, mengimbau agar umat Islam beribadah di rumah untuk menekan angka penularan COVID-19. Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah menghimbau untuk selalu mematuhi instruksi dan imbauan dari pemerintah, termasuk patuhi protokol kesehatan yang telah ditetapkan selama menghadapi pandemi COVID-19. Peran aktif tokoh agama sangat penting untuk menjadi teladan dalam mengampanyekan dan mempraktikkan protokol kesehatan agar terhindar dari wabah COVID-19 (CNNIndonesia, 2021b).

Selanjutnya, pada konten kolaborasi vaksinasi COVID-19, konten ini memiliki maksud bahwa Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama (NU) melalui *Twitter* mengajak untuk saling berkerjasama dan mendukung kebijakan vaksinasi COVID-19 di Indonesia. Muhammadiyah memiliki angka yang tinggi, yakni sebesar 65.78%, sedangkan Nahdlatul Ulama hanya memiliki angka sebesar 34.22%. Hal ini menunjukkan bahwa Muhammadiyah sering membahas kolaborasi vaksinasi

COVID-19 dibandingkan Nahdlatul Ulama di *Twitter*.

Pada konten kesadaran vaksinasi COVID-19, Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama (NU) melalui *Twitter* memuat komunikasi berkaitan dengan mengajak masyarakat untuk sadar bahwa vaksinasi COVID-19 itu penting untuk memutus penyebarannya. Gambar 1 menunjukkan bahwa akun *Twitter* Muhammadiyah memiliki konten kesadaran vaksinasi COVID-19 sebesar 50.95%, sedangkan Nahdlatul Ulama memiliki angka sebesar 49.05%. Hal ini menunjukkan bahwa dua organisasi tersebut sering membahas tentang konten kesadaran vaksinasi COVID-19 di media sosial *Twitter*.

Vaksinasi dinilai sebagai salah satu cara efektif untuk mengatasi pandemi COVID-19. Meski demikian, masih ada sebagian masyarakat yang ragu, bahkan menolak melaksanakannya. Dua ormas Islam terbesar di Indonesia, yakni Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama (NU) mendorong masyarakat untuk tidak ragu melaksanakan vaksinasi COVID-19 melalui *Twitter*. Ketua Umum Pimpinan Pusat Muhammadiyah, Haedar Nashir, menyampaikan sebaiknya warga negara mengutamakan keselamatan jiwa secara keseluruhan dalam upaya mengatasi pandemi COVID-19 dengan melakukan vaksinasi. Sebelumnya, dorongan kepada umat dan masyarakat untuk melaksanakan vaksinasi COVID-19 sembari terus menerapkan protokol kesehatan juga disampaikan Ketua Umum Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU), KH Said Aqil Siroj (Mukhtar, 2021).

Kemudian, vaksin COVID-19 Astrazeneca yang awalnya ditetapkan haram melalui fatwa MUI, kemudian direvisi melalui Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 2/2021 tentang Produk Vaksin COVID-19. Vaksin tersebut berstatus halal dan aman digunakan serta efektif menyelamatkan jiwa manusia dari

kebinasaan. Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama sepakat dengan fatwa MUI tersebut sehingga dua organisasi tersebut mengajak masyarakat untuk melakukan vaksinasi COVID-19 dan tidak ada alasan untuk menolaknya (Ilham, 2021).

Konten komunikasi Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama di *Twitter*, yakni inkonsistensi kebijakan COVID-19, protokol kesehatan, kolaborasi vaksinasi COVID-19, dan kesadaran vaksinasi COVID-19 memiliki hubungan satu dengan yang lainnya. Hasil *cluster analysis* pada tabel 1 menunjukkan konektivitas dari konten komunikasi tersebut. Konektivitas antar konten membantu untuk memahami topik komunikasi Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama di *Twitter* seputar vaksinasi COVID-19.

Tabel 1 menunjukkan bahwa konten komunikasi Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama di *Twitter* memiliki konektivitas. Konektivitas ini didapatkan melalui analisis data menggunakan *software* NVIVO 12 plus dengan fitur *cluster analysis*. Prosesnya adalah mencentang *nodes* yang telah dibuat sebelumnya untuk kemudian di masukan

ke dalam fitur *cluster analysis* NVIVO 12 plus. Basis analisis fitur ini adalah kesamaan kata dari konten komunikasi tentang vaksinasi COVID-19 yang dimuat akun *Twitter* Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama (NU). Data yang ditampilkan pada tabel 1 merupakan hasil dari *software* NVIVO 12 plus yang digunakan dalam metode kualitatif. Metode ini termasuk ke dalam metode kualitatif karena NVIVO 12 plus memang merupakan *software* yang dirancang dan diciptakan untuk penelitian kualitatif, bukan kuantitatif. Oleh karena itu, tabel 1 menunjukkan konektivitas terkuat, yakni pada konten-konten tentang inkonsistensi kebijakan COVID-19 dengan protokol kesehatan, diikuti dengan konten protokol kesehatan dengan kolaborasi vaksinasi COVID-19

Konektivitas yang paling lemah, yakni pada konten kolaborasi vaksinasi COVID-19 dengan kesadaran vaksinasi COVID-19. Tabel 1 juga membantu menunjukkan koefisien dari konektivitas antar konten komunikasi Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama di media sosial *Twitter*.

Konten A	Konten B	Pearson correlation coefficient
Inkonsistensi kebijakan COVID-19	Protokol kesehatan	0.731133
Protokol kesehatan	Kolaborasi vaksinasi COVID-19	0.706195
Protokol kesehatan	Kesadaran vaksinasi COVID-19	0.703407
Inkonsistensi kebijakan COVID-19	Kolaborasi vaksinasi COVID-19	0.685013
Inkonsistensi kebijakan COVID-19	Kesadaran vaksinasi COVID-19	0.644403
Kolaborasi vaksinasi COVID-19	Kesadaran vaksinasi COVID-19	0.587223

**Tabel 1. Jumlah Koefisien koneksi konten komunikasi**

Tabel 1 menunjukkan bahwa konten komunikasi tentang inkonsistensi kebijakan COVID-19 dengan protokol kesehatan memiliki konektivitas tertinggi, yakni sebesar 0.731133, dilanjutkan dengan konten protokol kesehatan dan kolaborasi vaksinasi COVID-19, yakni sebesar 0.706195. Konten komunikasi tentang protokol kesehatan dengan kesadaran vaksinasi COVID-19 dengan angka sebesar 0.703407, sedangkan konektivitas yang paling rendah pada konten kolaborasi vaksinasi COVID-19 dengan kesadaran vaksinasi COVID-19, yakni hanya sebesar 0.587223.

### Narasi Komunikasi Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah di *Twitter*

Media sosial telah berkembang menjadi komponen integral dari kehidupan sehari-hari. Ini berdampak pada pandangan, nilai, dan sikap orang, serta niat dan tindakan mereka. Sementara itu, media sosial memungkinkan pemerintah dan organisasi untuk berkomunikasi dengan warga sekaligus memungkinkan pelanggan untuk

membuat pilihan berdasarkan informasi. Narasi media sosial menjadi informasi, konsep penting, dan topik sangat penting untuk generasi pengetahuan dan perumusan strategi (Lai & To, 2015).

Dalam konteks permasalahan ini, narasi di *Twitter* Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama menjadi sangat penting untuk melihat komunikasinya dengan vaksinasi COVID-19 di Indonesia. Hasil *word cloud analysis* pada gambar 2 menunjukkan narasi komunikasi di akun media sosial *Twitter* Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama. Gambar 2 membantu memahami narasi yang dibangun oleh dua organisasi Islam besar di Indonesia berkaitan dengan program vaksinasi COVID-19 yang diterapkan oleh pemerintah Indonesia. Beberapa narasi yang muncul di akun *Twitter* Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama, yakni #muhammadiyah, “muhammadiyah”, “nahdlatul”, “COVID-19”, pandemi, bantuan, “indonesia”, “ulama”, “vaksin” “kesehatan”, “program”, #pendidikan, “gerakan”, “masyarakat” dan lain sebagainya.



**Gambar 2. Narasi Komuniiasi di *Twitter***

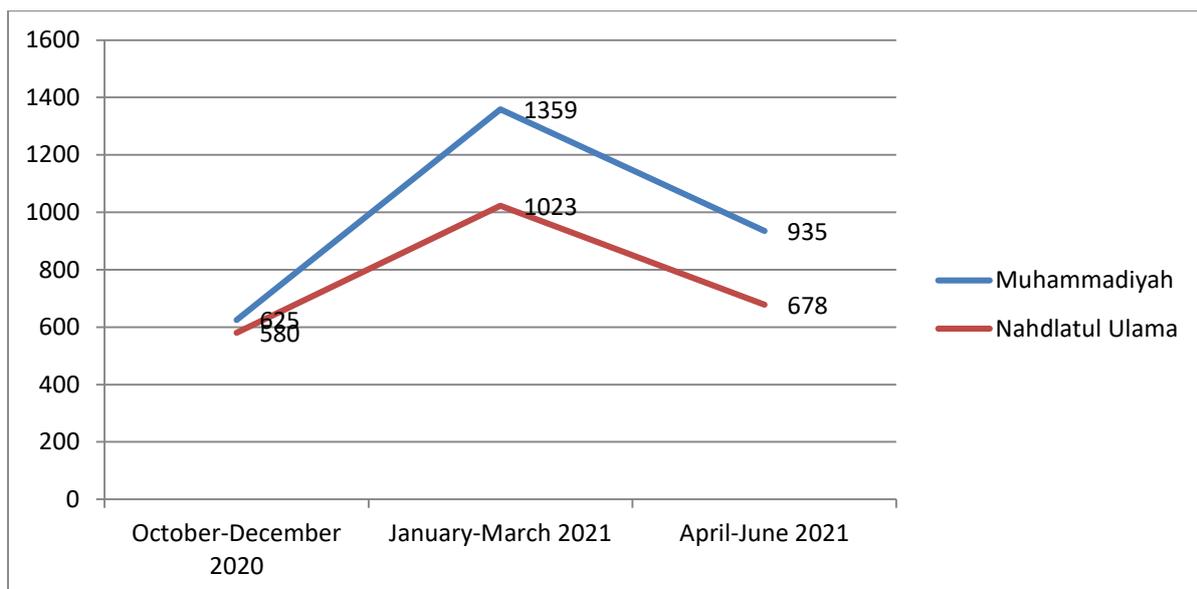
Gambar 2 menunjukkan bahwa Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama memperhatikan pandemi COVID-19 yang melanda Indonesia ditunjukkan dengan muncul kata “COVID-19”, “pandemi” dan “kesehatan”. Organisasi keagamaan seperti Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah mulai menggalang solidaritas untuk bersama-sama dengan warga memerangi pandemi global virus korona. Ini dilakukan dengan cara melakukan sosialisasi dan edukasi ke masyarakat, sukarelawan COVID-19, hingga pelayanan di rumah sakit milik organisasi masyarakat keagamaan diintensifkan untuk membantu pemerintah memerangi COVID-19 (Kumalasanti, 2020). Lebih lanjut, akun *Twitter* Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama membangun narasi tentang program vaksinasi COVID-19 dibuktikan dengan muncul kata “program”, “gerakan”, “vaksin”. Dalam hal ini, Muhammadiyah dan NU gencar mendorong masyarakat agar tidak menyimpan rasa curiga dalam melaksanakan vaksinasi Covid-19. Haedar Nashir, Ketua Umum PP Muhammadiyah, menyampaikan bahwa keselamatan jiwa merupakan tujuan utama syariat Islam. Haedar meminta agar publik menjauhkan egoisme dan rasa ragu tentang vaksin. Ini karena pandemi Covid-19 yang telah menelan korban jiwa nyata adanya. Ketua umum Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU), Said Aqil Siroj, juga turut mendorong umat dan masyarakat agar melaksanakan vaksin (Ilham, 2021).

Selanjutnya, narasi komunikasi di *Twitter* Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama mendiskusikan tentang keadaan masyarakat selama pandemi COVID-19 melanda Indonesia. Hal ini terlihat pada

kata yang muncul, yakni “masyarakat”, “bantuan”, dan “Indonesia”. Dampak negatif COVID-19 dari segi sosial bisa dilihat dari adanya pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yang akhirnya interaksi sosial masyarakat juga menjadi terbatas karena interaksi fisik digantikan dengan interaksi secara digital dan juga banyak yang kurang setuju dengan metode belajar saat ini karena tidak mempunyai akses teknologi untuk belajar secara digital. Dampak negatif lainnya adalah pada perekonomian Indonesia yang menurun secara signifikan karena berbagai halangan yang membuat pendapatan masyarakat berkurang (Hadiwardoyo, 2020).

### **Intensitas Komunikasi Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama di *Twitter***

Data intensitas komunikasi pada gambar 3 didapatkan melalui hasil *ncapture* akun *Twitter* @Muhammadiyah dan @NahdlatulUlama yang kemudian diolah di NVIVO 12 plus. Intensitas komunikasi akun *Twitter* Nahdlatul Ulama pada Oktober sampai Desember 2020 sebanyak 580, sedangkan intensitas komunikasi media sosial *Twitter* Muhammadiyah pada Oktober sampai Desember 2020 sebanyak 625. Intensitas komunikasi Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah meningkat pada Januari sampai Maret 2021 menjadi 1023 dan 1359. Intensitas periode ini menjadi yang tertinggi. Kemudian, intensitas komunikasinya kembali turun pada April sampai Juni 2021. Gambar 3 membantu memperjelas tentang intensitas komunikasi di *Twitter* Nahdlatul Ulama.



**Gambar 3. Intensitas komunikasi Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah di media sosial *Twitter***

Proses pengolahan untuk mendapatkan data pada gambar 3 menggunakan *software* NVIVO 12 plus. Hasil *ncapture* akun media sosial *Twitter* Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama (NU) kemudian dimasukkan ke dalam NVIVO 12 plus. Setelah itu, mengolah *file* dalam bentuk RIS tersebut untuk memilih intensitas berdasarkan *timeline by quarter* atau intensitas komunikasi di *Twitter* per tiga bulan. Kemudian, hasilnya dibandingkan antara intensitas dari akun media sosial *Twitter* Muhammadiyah maupun Nahdlatul Ulama (NU). Gambar 3 menunjukkan bahwa intensitas komunikasi akun *Twitter* Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah tentang vaksinasi COVID-19 di Indonesia pada periode Oktober sampai Desember 2020 tidak begitu tinggi. Ini menjadi gambaran bahwa program vaksinasi COVID-19 pada waktu tersebut masih disusun dan direncanakan oleh pemerintah Indonesia. Pemerintah Indonesia menetapkan hanya enam vaksin COVID-19 yang akan digunakan dalam program vaksinasi masyarakat Indonesia. Enam vaksin tersebut adalah vaksin COVID-19 buatan PT Bio Farma (Persero),

AstraZeneca, Moderna, Pfizer dan BioNTech, China National Pharmaceutical Group Corporation (Sinopharm), dan Sinovac Biotech. Rencana program vaksinasi COVID-19 di Indonesia akan dilakukan dengan dua jalur, yakni jalur program pemerintah dan peserta mandiri. Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto menerbitkan Keputusan Menteri Kesehatan (Kepmenkes) Nomor HK.01.07/Menkes/9860/2020 tentang Penetapan Jenis Vaksin Untuk Pelaksanaan Vaksinasi Corona Virus Disesase 2019 (COVID-19) (Dzulfaroh, 2020).

Pada periode waktu Januari sampai Maret, intensitas komunikasi *Twitter* Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah menjadi yang paling tinggi. Hal ini karena pada waktu tersebut, pelaksanaan program vaksinasi COVID-19 di Indonesia dimulai. Tahap awal vaksinasi COVID-19 di Indonesia akan dimulai Januari 2021 dengan target penerima vaksin sebanyak 40,2 juta orang. Juru Bicara Satgas Penanganan COVID-19, Wiku Adisasmito, mengungkapkan tujuan utama vaksinasi di masa pandemi untuk menciptakan kekebalan komunitas atau *herd immunity*.

Vaksinasi juga diharapkan dapat mengurangi transmisi/penularan COVID-19, menurunkan angka kesakitan, dan kematian akibat virus corona (Dewi, 2021).

Kemudian, pada April sampai Juni 2021, intensitas komunikasinya menjadi yang terendah. Hal ini karena pada waktu tersebut, fokus masuk pada bulan ramadhan dan idul fitri. Lebih lanjut, waktu tersebut kasus COVID-19 di Indonesia kembali meningkat akibat mobilitas masyarakat pada saat libur panjang.

## KESIMPULAN

*Twitter* telah menjadi medium penting yang digunakan oleh Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah dalam berkomunikasi berkaitan dengan vaksinasi COVID-19. Meskipun awalnya vaksin COVID-19 dinyatakan haram melalui penetapan fatwa dari majelis ulama Indonesia, tetapi Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah berkolaborasi untuk mendorong masyarakat menggunakan vaksin. Alasannya, keadaan darurat yang melanda Indonesia. Fatwa tersebut sudah direvisi dengan fatwa MUI Nomor 2/2021 tentang Produk Vaksin COVID-19, yang menjelaskan bahwa vaksin COVID-19 halal.

Konten komunikasi akun *Twitter* Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah, yakni tentang inkonsistensi kebijakan COVID-19, protokol kesehatan, kolaborasi

vaksinasi COVID-19 dan kesadaran vaksinasi COVID-19. Muhammadiyah dominan dalam semua konten komunikasi di media sosial *Twitter* dibandingkan Nahdlatul Ulama.

Konten komunikasi *Twitter* Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah memiliki konektivitas satu dengan yang lainnya. Konektivitas terkuat, yakni pada konten inkondistensi kebijakan COVID-19 dengan protokol kesehatan, sedangkan konektivitas yang paling lemah adalah pada konten kolaborasi vaksinasi COVID-19 dengan kesadaran vaksinasi COVID-19. Narasi komunikasi Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah, yakni berkaitan dengan pandemic COVID-19, program vaksinasi COVID-19 dan keadaan masyarakat Indonesia selama pandemi COVID-19. Lebih lanjut, intensitas komunikasi tertinggi pada Januari sampai Maret 2021. Hal ini karena pada waktu tersebut dimulainya program vaksinasi COVID-19 di Indonesia. Namun, intensitas Muhammadiyah lebih tinggi dibandingkan Nahdlatul Ulama.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah hanya menggunakan satu jenis media sosial, yakni *Twitter*. Penelitian ini merekomendasikan agar penelitian selanjutnya menggunakan beberapa jenis media sosial dan di bandingkan data yang ditemukan. Hal ini berguna untuk membantu dalam melengkapi temuan data tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aanardianto. (2021, Mei 20). *Dukung langkah mengakhiri pandemi, Muhammadiyah bantu sukseskan vaksinasi*. Muhammadiyah. <https://muhammadiyah.or.id/dukung-langkah-mengakhiri-pandemi-muhammadiyah-bantu-sukseskan-vaksinasi/>
- Anshari, F. (2013). Komunikasi politik di era media sosial Faridhian Anshari staff pengajar STT PLN Jakarta. *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 91–101. <https://journal.uui.ac.id/index.php/jurnal-komunikasi/article/view/6469>
- Anshori, I. (2020). *Dinamika pesantren Muhammadiyah & Nahdlatul Ulama: Perspektif sosial, ideologi dan ekonomi*. Nizamia Learning Center.
- Anwar, F., & Haq, I. (2019). Religious moderation campaign through social media at multicultural communities. *Kuriositas: Media Komunikasi Sosial Dan Keagamaan*, 12(2), 177–187. <https://doi.org/10.35905/kur.v12i2.1392>
- Anwar, S. (2018). Manhaj Tarjih Muhammadiyah. *Tajdida: Jurnal pemikiran dan gerakan Muhammadiyah*, 16(1), 1–23. <https://journals.ums.ac.id/index.php/tajdida/article/view/7606>
- Arianto, J. (2017). NGO atau LSM sebagai sarana membangun budaya politik Indonesia. *Pelita Bangsa Pelestari Pancasila*, 12(2), 1–15. <https://pbpp.ejournal.unri.ac.id/index.php/JPB/article/view/4688>
- Aula, S. K. N. (2020). Peran tokoh agama dalam memutus rantai pandemic Covid-19 di media online Indonesia. *Living Islam: Journal of Islamic Discourses*, 3(1), 125–148. <https://doi.org/10.14421/lijid.v3i1.224>
- Azanella, L. A. (2021). *Meski haram, berikut 5 alasan MUI bolehkan penggunaan vaksin COVID-19 AstraZeneca*. Kompas. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/03/20/193000165/meski-haram-berikut-5-alasan-mui-bolehkan-penggunaan-vaksin-covid-19?page=all>
- Clara Sari, A., Hartina, R., Awalia, R., Iriyanti, H., & Zulkifli, N. (2018). *Komunikasi dan media sosial. Research Gate*.
- CNNIndonesia. (2021a). *Cegah hoaks, Jokowi minta Muhammadiyah jelaskan soal vaksin*. Cnnindonesia.com. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20201118144807-20-571381/cegah-hoaks-jokowi-minta-muhammadiyah-jelaskan-soal-vaksin>
- CNNIndonesia. (2021b). *Covid melonjak, NU-Muhammadiyah imbau umat ibadah di rumah*. Cnnindonesia.com. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210618133032-20-656189/covid-melonjak-nu-muhammadiyah-imbau-umat-ibadah-di-rumah>
- Dewi, R. K. (2021). *4 tahapan vaksinasi COVID-19 dan jadwal pelaksanaannya*. Kompas.com. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/01/09/200200965/4-tahapan-vaksinasi-covid-19-dan-jadwal-pelaksanaannya?page=all>
- Dzulfaroh, A. N. (2020). *Rencana vaksinasi november, epidemiolog: Belum ada vaksin corona yang penuhi aspek keamanan*. Kompas.com. <https://www.kompas.com/tren/read/2020/10/24/062900765/rencana-vaksinasi-november-epidemiolog--belum-ada-vaksin-corona-yang-penuhi?page=all>

- Eriyanto. (2021). *Analisis jaringan media sosial: Dasar-dasar dan aplikasi metode jaringan sosial untuk membedah percakapan di media sosial*. Prenada Media.
- Fealy, G., McGregor, K., & Director, I. (2010). Nahdlatul Ulama and the killings of 1965-66: Religion, politics and remembrance. *Indonesia*, 89(89), 37–60.  
<https://hdl.handle.net/1813/54510>
- Fitrotunnisa, S. (2018). Hukum memakai cadar (studi komparatif terhadap putusan hukum Lajnah Bahtsul Masail Nahdlatul Ulama dengan Majelis Tarjih dan Tajdid Muhammadiyah). *Jurnal Penelitian Medan Agama*, 9(2), 227-246.  
<http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/medag/article/view/3972>
- Ginting, N., Pradesyah, R., Amini, A., & Panggabean, H. S. (2021). Memperkuat nalar teologi Islam moderat dalam menyikapi pandemi COVID-19 di pimpinan ranting pemuda Muhammadiyah Bandar Pulau Pekan. *Martabe : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 30-40.  
<https://doi.org/10.31604/jpm.v4i1.30-40>
- Hadiwardoyo, W. (2020). Kerugian ekonomi nasional akibat pandemi Covid-19. *Baskara: Journal of Business and Entrepreneurship*, 2(2), 83–92.  
<https://doi.org/10.54268/baskara.2.2.83-92>
- Haro-de-rosario, A., Sáez-martín, A., & Caba-pérez, M. C. (2018). Using social media to enhance citizen engagement with local government : Twitter or Facebook ? *New Media and Society*, 20(1), 29-49.  
<https://doi.org/10.1177/1461444816645652>
- Herdiansah, A. G. (2016). Peran organisasi masyarakat (Ormas) dan lembaga swadaya masyarakat (LSM) dalam menopang pembangunan di Indonesia. *Sosioglobal: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 1(1), 49–67.  
<https://doi.org/10.24198/jsg.v1i1.11185>
- Hidayatullah, A. (2019). Inklusifitas dakwah akun @NUgarislucu di media sosial. *Islamic Communication Journal*, 4(2), 183-196.  
<https://doi.org/10.21580/icj.2019.4.2.4019>
- Ilham. (2021). *Muhammadiyah dan NU sepakat dorong vaksinasi*. Muhammadiyah.or.id.  
<https://muhammadiyah.or.id/muhammadiyah-dan-nu-sepakat-dorong-vaksinasi/>
- Ismail, F. (2011). The nahdlatul ulama: Its early history and contribution to the establishment of Indonesian State. *Journal of Indonesian Islam*, 5(2), 247–282.  
<https://doi.org/10.15642/JIIS.2011.5.2.247-282>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.  
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kumalasanti, S. R. (2020). *NU dan Muhammadiyah galakkan solidaritas COVID-19*. Kompas.com.  
<https://www.kompas.com/baca/polhuk/2020/03/19/nu-dan-muhammadiyah-galakkan-solidaritas-covid-19>

- Lai, L. S. L., & To, W. M. (2015). Content analysis of social media: A grounded theory approach. *Journal of Electronic Commerce Research*, 16(2), 138-152. <http://www.jecr.org/node/461>
- Luthfi, F., & M Wildana, L. (2019). Sinergitas Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah dalam pengembangan ekonomi Islam di Indonesia. *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam*, 3(2), 137-148. [https://doi.org/10.22236/alurban\\_vol3/is2pp137-148](https://doi.org/10.22236/alurban_vol3/is2pp137-148)
- Ma'arif, B. S., & Siddiq, A. A. (2021). Strategi dakwah Muhammadiyah Jawa Barat era pandemi COVID-19. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 21, 113-130. <https://doi.org/10.15575/anida.v21i2.13735>
- Meijer, A. J., & Torenvlied, R. (2014). Social media and the new organization of government communications : An empirical analysis of Twitter usage by the dutch police. *American Review of Public Administration*, 46(2), 1-19. <https://doi.org/10.1177/0275074014551381>
- Muhyiddin. (2021). *NU dan Muhammadiyah dukung uji halal vaksin lain*. <https://www.republika.co.id/berita/qpy353428/nu-dan-muhammadiyah-dukung-uji-halal-vaksin-lain>
- Mukhtar, U. (2021). *Muhammadiyah dan NU dorong vaksinasi*. <https://republika.co.id/berita/dunia-islam/islam-nusantara/qnvvo98825000/muhammadiyah-dan-nu-dorong-vaksinasi>
- Mutiah, T., Albar, I., Fitriyanto, A. R., & Rafiq, A. (2019). *Etika komunikasi dalam menggunakan media sosial*, 2(1), 14-24. <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/GlobalKomunika/article/view/1561>
- Nursalika, A. (2021). *Jokowi minta dukungan NU sukseskan vaksinasi massal*. <https://www.republika.co.id/berita/qp7o2u366/jokowi-minta-dukungan-nu-sukseskan-vaksinasi-massal>
- Pratiwi, E. A. (2019). Campur tangan asing di Indonesia: Crisis management initiative dalam penyelesaian konflik Aceh (2005-2012). *Historia: Jurnal Pendidik Dan Peneliti Sejarah*, 2(2), 83-90. <https://doi.org/10.17509/historia.v2i2.15630>
- Rahem, Z. (2017). Gerakan progressif Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama menjaga marwah pendidikan keIslaman di Nusantara. *Al Hikmah: Jurnal Studi KeIslaman*, 7(1), 1-10. <https://doi.org/10.36835/hjsk.v7i1.3089>
- Rakhman, M. A., & Haryadi, H. (2020). Dinamika Peran ngo lingkungan hidup dalam arena politik lokal di provinsi Jambi. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 4(4), 1-10. <http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/article/download/1468/1329>
- Rizky, F. (2021). *Covid-19 melonjak tajam, Muhammadiyah ingatkan pemerintah pusat dan daerah*. <https://nasional.sindonews.com/read/465760/15/covid-19-melonjak-tajam-muhammadiyah-ingatkan-pemerintah-pusat-dan-daerah-1624575962>

- Setiadi, A. (2015). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Jurnal Humaniora*, 16(2), 1–7. <https://doi.org/10.31294/jc.v16i2.1283>
- Slamet, A., & Laila, A. F. (2018). Strategi Dakwah Nahdlatul Ulama Dan Muhammadiyah media massa. *Jurnal An-Nida*, 10(1), 87-106. <https://doi.org/10.34001/an.v10i1.748>
- Suherdiana, D., & Muhaemin, E. (2018). The Da'wah of Nahdlatul Ulama and Muhammadiyah in social media of Facebook. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 12(2), 187–200. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v12i1.617>
- Suratnoaji, C., & Yuli, N. (2019). *Buku metode analisis media sosial berbasis big data*. 1–83. <http://repository.upnjatim.ac.id/126/16/metode%20analisis%20Media%20Sosial.pdf>
- Suryani, B. (2021). *NU dan Muhammadiyah minta masyarakat taati protokol kesehatan*. *Harianjogja.Com*. <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2020/12/02/510/1056909/nu-dan-muhammadiyah-minta-masyarakat-taati-protokol-kesehatan>
- Susanto, E. H. (2017). Media sosial sebagai pendukung jaringan komunikasi politik. *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), 379. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.123>
- Wajdi, F. (2018). The discourse of Muhammadiyah and Nahdlatul Ulama with considerations of Geertz's Religion of Java. *Hayula: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 2(1), 49–64. <https://doi.org/10.21009/hayula.002.1.04>
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan media sosial (communications and social media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69–74. <http://dx.doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>
- Zamawe, F. C. (2015). The implication of using NVivo software in qualitative data analysis: Evidence-based reflections. *Malawi Medical Journal*, 27(1), 13–15. <https://doi.org/10.4314/mmj.v27i1.4>