



DOKUMEN NOTULENSI KUPI II

Pondok Pesantren Hasyim Asy'ari Bangsri Jepara Jawa Tengah Indonesia

Hari/Tanggal	: Jum'at, 25 November 2022	Kegiatan	: Halaqah Paralel Sesi 2
Waktu	: Pukul 15.30 - 17.00 WIB	Tempat	: Halaqah Paralel Sesi 2 Kelas 1
Notulis	:		
Tema	: <i>Dakwah Kekinian Jaringan Muda KUPI (Digital dan Non-Digital)</i>		
Kegiatan			

Moderator : **SANTI ANDRIYANI, M.Pd**

- Narasumber** :
- YUNIYANTI CHUZAIFAH, MA, (Purna Bakti Komisioner Komnas Perempuan):** Konteks Seksualitas, Islam dan Buruh Migran, dimana posisi dan peran Ulama Perempuan yang strategis.
 - ANIS HIDAYAH (Komisioner Komnas HAM RI):** Peran negara dalam pemenuhan HAM pekerja migran perempuan dan anggota keluarganya pasca pandemi
 - JUDHA NUGRAHA (Direktur PWNI dan BHI Kemenlu RI):** Peran dan upaya pemerintah dalam program perlindungan dan pemenuhan hak-hak buruh migran dan anggota keluarganya pasca pandemi
 - SITI BADRIYAH (Koordinator Advokasi Kebijakan Migran Care):** Peran masyarakat sipil dalam inisiatif dan integrasi GEDSI dan upaya perlindungan buruh migran perempuan dan anggota keluarganya pasca pandemi.

Halaqah Paralel Sesi 2

Dakwah Kekinian Jaringan Muda KUPI (Digital dan Non-Digital)

Zahra Amin, Moderator: Assalamualaikum. Terima kasih kepada seluruh narasumber dan seluruh peserta KUPI ke 2 yang sudah hadir di Bangsri Jepara. Saya Zahra Amin yang akan kebersamai teman-teman diskusi pada sore ini dengan tema "Dakwah Kekinian Jaringan Muda KUPI (Digital dan Non-digital)". Sebelum masuk ke materi, saya akan

memperkenalkan seluruh narasumber yang telah hadir di tengah-tengah kita, semua. Saya akan memulai dari sebelah samping saya ada Mbak Kalis Mardiasih, beliau adalah pegiat media sosial dan saat ini juga bagian dari media Jaringan Gusdurian dan penulis buku "Kalau hijrah jangan jauh-jauh". Kemudian selanjutnya ada Nyimas An-An Aminah dari Pondok Pesantren Arrisalah Ciamis Jawa Barat. Kemudian yang terakhir ada Mas Sarjoko dari tim media Sekertaris Nasional Jaringan Gusdurian, beliau asli dari Sumatera.

Beberapa hari kemarin ada open mic Jaringan KUPI muda, pada tanggal 20 November 2022. Open mic ini digelar untuk melihat bagaimana respon para anak muda terhadap gerakan KUPI. Dan ternyata tidak ada gap antara anak muda dengan KUPI yang mayoritas diisi oleh generasi tua. Selain itu para senior KUPI juga memerlukan generasi penerus untuk terus menyuarkan keadilan dan kesetaraan. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Nyai Badriyah Fayumi pada saat pembukaan tadi malam menyampaikan bahwa tanggung jawab masa depan KUPI ada di tangan generasi muda, sehingga partisipasi dari anak muda hari ini yang terlibat aktif dalam berbagai gerakan dakwah milenial sangat penting.

Kemudian yang ke dua adalah, metode dakwah hari ini juga semakin beragam. Tidak hanya di ruang pertemuan secara langsung atau non-digital seperti pengajian majlis taklim di mushola-mushola, tetapi juga bisa dilakukan melalui digital. Terutama di masa pandemic peralihan dari non-digital ke digital itu sangat signifikan. Misalnya dengan banyaknya konten dakwah di media sosial, youtube, game dan yang lainnya. Dan itu adalah ruang yang strategis untuk kita menyuarkan visi dan misi atau isu KUPI 2. KUPI 2 mengangkat tema meneguhkan peran ulama perempuan untuk peradaban berkeadilan yang dengan tema ini bisa dijadikan strategi dakwah oleh kupa, baik kupa muda ataupun kupa generasi awal.

KUPI sangat membutuhkan partisipasi anak muda untuk melanjutkan gerakan-gerakan KUPI di masa depan. Karena dengan keterlibatan ini visi, misi dan isu-isu yang diangkat dalam KUPI bisa disampaikan dengan metode dakwah yang mudah diterima oleh kalangan anak-anak muda. Kira-kira itu pembuka dari saya, selanjutnya saya akan berikan kesempatan pertama untuk menyampaikan materinya kepada Mbak Kalis Mardiasih.

KALIS MARDIASIH, NARASUMBER:

Assalamualakium. Teman-teman saya singkat saja, karena harus berbagi waktu dengan teman-teman lain. Betul sekali halaqah ini adalah tips mengoptimasi followers media dakwah kita. Saya kira, saya harus bercerita banyak tentang perjalanan saya. Jadi, dulu saya waktu KUPI I Tahun 2017 saya jadi admin media sosial KUPI dan followers saya waktu itu masih 3000, dan sekarang sudah cukup banyak. Jadi KUPI dan perjumpaan dengan halaqah-halaqah pasca KUPI selanjutnya bagi saya adalah salah satu yang sangat berkesan. Karena dari KUPI saya mendapatkan keyword penting yaitu pengalaman perempuan. Itulah kenapa #Hashtag yang biasa aku pakai adalah mencatat pengalaman perempuan. Kata kunci itu penting karena dia sederhana, tapi memberikan formula yang sangat penting. Oh ternyata dari kita bangun pagi sampai tidur lagi, sebagai perempuan kita di level individu, perempuan-perempuan lain di level pertemanan, keluarga, masyarakat dan di level negara, itu semuanya ada pengalaman perempuan dan tidak pernah diceritakan. Dari situlah dulu saya kemudian memunculkan konten-konten Instagram yang sebenarnya sangat remeh. Misalnya di Instagram saya hobby mempotret para perempuan-perempuan yang saya temui di jalan. Tetapi, kemudian diberikan narasi. Tentu saja tidak semua orang bisa membuat narasi yang bagus. Tapi karena saya yang memberi narasi, jadi konten remeh itu jadi bagus. Jadi, ketika subuh-subuh saya lagi sepeda dan ketemu ibu-ibu penjual sayur yang mau pergi ke pasar, saya potret. Kemudian di jam 11 siang ketika mereka pulang, saya juga potret. Kemudian misalnya ketika saya bertemu dengan ibu-ibu yang jualan menggunakan sepeda sambil bawa anaknya, saya juga potret. Waktu sempat ramai narasi yang menyebutkan bahwa perempuan yang bekerja itu tidak bisa mengurus anak dengan baik. Tetapi, justru itu tidak relevan karena banyak pengalaman perempuan saya potret justru mereka rela bangun subuh-subuh untuk mempersiapkan jualannya, lalu dia berjualan sambil mengasuh dan membawa anaknya.

Dan perempuan-perempuan di jalanan itu kan banyak banget yah, misalnya ada perempuan tukang parkir dan yang lainnya. Dan mereka punya pengalaman sebagai perempuan. Jadi kalau kita potret dan posting di media sosial itu bisa banget. Karena kalau bicara soal pengalaman perempuan, misalnya soal pengalaman perempuan lajang, perempuan melahirkan, pasti akan banyak cerita yang didapatkan. Karena yang

mengalami sangat banyak sekali.

Tetapi, saat ini masih banyak yang merasa sulit untuk menuliskan pengalaman-pengalaman perempuan yang kita temui di lingkungan kita. Menurut saya itu karena belum semua mempunyai sensitif gender. Sensitif gender adalah satu langkah sebelum responsive gender. Jadi, sensitif gender itulah yang membrikan kita rumus dan membrikan pengetahuan bahwa cerita pengalaman perempuan itu tidak pernah kurang dan kita akan selalu mempertanyakan serta memproduksi cerita. Gara-gara rumus dan rasa sensitif yang saya pegang terus, sehingga mengantarkan saya untuk mendapatkan pelatihan dari YouTube, Facebook, Instagram Indonesia. Dalam pelatihan tersebut mereka bilang kepada saya bahwa prinsip dari ngonten atau mengoptimasi media sosial apapun sebetulnya adalah kuantitas itu lebih penting dari pada kualitas konten. Jadi, kalau teman-teman ini admin pondok, admin lembaga masing-masing, jangan kebanyakan rapat, karena isunya akan basi dan akan kalah dengan akun-akun sebelah, misalnya akun Indonesia Tanpa Pacaran. Mereka biasanya memproduksi konten 8 konten satu hari, mereka tidak memikirkan kualitas tapi kuantitas. Sehingga gampang untuk menarik followers.

Tetapi karena saya tidak mau menjadi tidak berkualitas, yang saya lakukan untuk mengoptimasi Instagram itu adalah dengan disiplin satu kali satu hari. Tapi satu tahun terakhir, saya biasa upload dua hari satu konten. Banyak orang bilang berat, tapi bagi yang rajin mudah kok. Sebetulnya sederhana banget, biasanya saya satu jam sebelum itu saya nge draf satu konten. Dan saya lakukan setiap hari selama 2-3 tahun yang lalu.

Sebetulnya era kemajuan Instagram ini terjadi ketika IG memfasilitasi dengan bisa memposting 10 slide. Karena ketika satu slide era nya foto-foto selfi perempuan cantik, yang tentu saja kita adalah kelompok marginal. Nah, ketika karusel bisa upload 10 slide penulis bisa join. Jadi, setiap satu jam sebelum tidur saya nulis 10 paragraf dan dijadikan untuk 10 slide. Sebenarnya bisa juga 5 paragraf untuk 5 slide.

Selain itu, ada juga momen-momen praktik baik yang bisa saya dapatkan adalah ketika followers saya naik dengan mengangkat isu-isu yang sedang dibicarakan oleh semua orang. Itu lah kenapa saya nulis tentang layangan putus, tentang lesti. Walaupun disebut sebagai isu-isu lambe turah, tapi itu penting kita angkat dengan menggunakan pandangan intelektual. Dan itu ada pasarnya.

Selain itu, kita juga harus mempunyai konsistensi isu. Misalnya, saya membranding diri sebagai aktivis perempuan. Dengan begitu, konten yang saya buat adalah konten-konten yang berhubungan dengan isu perempuan. Jadi, teman-teman juga harus membuat konten yang spesifik dan khas. Karena di sosial media kita tidak bisa membangun banyak personal. Seperti saat ini orang-orang menganal kalis sebagai konten kreator isu perempuan, padahal sebenarnya saya juga ingin mengangkat isu lain. Tapi, itu tidak bisa dilakukan, karena di sosial media harus spesifik di bidang itu. Semakin spesifik konten anda, semakin akan dicari orang. Mungkin itu dulu dari saya, selanjutnya nanti kita perluas di sesi diskusi. Terima kasih. Wassalamualaikum.

ZAHRA AMIN, Moderator: Baik, terima kasih Kalis. Saya ingin menggaris bawahi materi dari Kalis, pertama mencatat pengalaman perempuan itu penting, dari bangun sampai tidur, dari lahir sampai lansia. Kalau kata Kiai Faqih itu daur pengalaman perempuan. Kemudian dalam mengoptimasi media sosial dan memproduksi konten adalah menciptakan kuantitas bukan kualitas, tapi akan lebih baik jika dua-duanya dilakukan. Selain itu, praktik baik yang bisa kita lakukan juga adalah mengangkat isu-isu yang tengah ramai dan juga harus konsisten dalam membranding isu. Materi selanjutnya akan disampaikan oleh Teh Nyai An-An tentang praktik dakwah di non digital.

AN-AN AMINAH, Narasumber:

Assalamulakium. Selamat sore semuanya. Muqodimahnya ikut Mbak Kalis, karena beliau adalah guru saya. Karena dulu kita pernah ketemu di Muslimah for Change, dan kelas media sosial di Yogyakarta, jadi konten saya juga agak mirip-mirip dengan beliau. Saya An-An, saya merupakan representatif dari Pengkaderan Ulama Perempuan Rahima. Dalam kesempatan ini saya akan membagikan metode dakwah yang hari ini menarik dilakukan. Karena mungkin audience kita orang yang berilmu, maka kita harus punya strategi yang pas untuk menyampaikan dakwah kita. Karena dalam berdakwah kita harus menyesuaikan kebutuhan audience. Jadi, kalau kata Gus Miftah “jangan berbicara tentang zuhud kepada orang-orang yang standar ekonominya rendah, karena dia tidak akan beranjak memperbaiki ekonominya dan jangan bicara tentang ikhtiyar kepada orang

kaya". Karena dua hal ini sangat tidak relevan dengan kebutuhan audience.

Akhirnya saya punya konsep bahwa materi dakwah harus disesuaikan dengan sasaran yang mau kita ajak. Di PUP saya punya RTL untuk membuat strategi dakwah yang menarik. Karena saya followersnya lumayan banyak, saya gunakan itu untuk berdakwah.

Terkait dengan metode dakwah yang saya pelajari di PUP, ada yang disebut metode pendidikan orang dewasa, yaitu dengan melibatkan audience. Jadi di awal itu kita tidak banyak ceramah tapi mengajak mereka untuk berdiskusi. Di era digital dan di media sosial kita bisa menggunakan fitur-fitur yang mereka miliki untuk menarik jawaban-jawaban atau respon dari audience kita. Misalnya, di Instagram saya biasanya melemparkan beberapa pertanyaan tentang isu yang mau dibahas kepada followers saya. Di situ lah followers saya punya kesempatan untuk memberikan respon terhadap isu yang mau saya bahas. Setelah itu, kita bisa tau sejauh mana pengetahuan atau arah pendidikan followers kita.

Saat ini kita tengah menghadapi audience yang kalau kata Mbak Kalis di postingan instagramnya bahwa Gen Z punya kecenderungan keagamanya yang kuat, tapi agama yang kuat itu informasinya dari mana. Dan sepengetahuan saya saat ini, justru lebih banyak yang leboh condong ke arah ekstrimesime. Selain itu, kita juga harus siap untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan Gen Z yang seringkali kita anggap sederhana. Karena itu juga yang dilakukan oleh kelompok-kelompok sebelah, yang influencernya banyak.

Jika ingin audience percaya pada kita.

1. Bangunlah personal branding. Citra baik di masyarakat. Misalnya dengan memberikan contoh dan materi-materi yang spesifik. Sehingga orang akan tau bahwa kita konsen di isu apa, dan suatu waktu bisa diminta tanggapan tentang isu tersebut. Sehingga kita bisa memasukkan perspektif kita dalam momen tersebut.
2. Memancing followers supaya tau pengikut kita senangnya tentang apa. misalnya ada teman saya yang awal-awal membuat konten make up, kemudian dia dakwah. Jadi, artinya kita harus melihat apa yang menarik bagi anak muda, dan secara perlahan kita sampaikan dakwah yang kita bangun.
3. Selalu diberikan post test. Saya biasa melakukannya dengan pertanyaan di medsos. Atau saya juga pernah melakukannya dengan game. Sehingga secara perlahan mereka

akan mengulang-ngulang dengan pertanyaan yang sama dan kesadaran mereka secara perlahan terbangun. Tapi itu hanya bisa dilakukan kepada generasi Z, kalau pada orang tua itu tidak tepat.

Zahra Amin, Moderator: Terima kasih Nyimas An-An sudah menyampaikam strategi dakwah di media sosial dengan menggunakan metode pendidikan orang dewasa dengan melihat siapa pendengarnya, berapa usianya. Dan mungkin akan dipertajam oleh Mas Sarjoko tentang bagaimana pengalamannya melakukan dakwah di media sosial.

Sarjoko, Narasumber:

Asslamualaikum. Saya sama Kalis itu sangat bersahabat, dan kami pernah bekerjasama dengan Kalis untuk mengelola medsos KUPI I. Tapi yang bisa saya sampaikan adalah kalau mau menambah followers, harus menambah konten juga. Soalnya jika konten tidak bertambah, akan sulit untuk menambah followers. Karena konten adalah segala-galanya. Kita bisa melihat akun yang followersnya banyak, tapi kontennya tidak ada maka sudah pasti engagementnya sedikit. Selain itu, tantangan kita juga saat ini adalah perempuan masih dianggap sebagai objek seksual di media, sehingga banyak akun yang isinya foto perempuan semua.

Kalau dalam kelompok optimasi media sosial itu selalu menekankan tentang pentingnya followers organik. Karena ini benar-benar manusia dan bisa memberikan engagement banyak. Dan sejauh ini saya sering menjadikan Kalis sebagai contoh bagaimana dengan konsisten membangun isu dan memproduksi konten itu bisa meningkatkan followers organik. Jadi, walaupun saya pernah jadi peserta workshop media sosial bareng Kalis, pergerakan kita beda, apalagi jumlah followersnya, dia melaju dengan cepat saya lebih memilih untuk bereparan di belakang layar yaitu menjadi konten kreatornya. Jadi, teman-teman bisa memutuskan untuk jadi apa di media sosial.

Saya jadi ingat, ketika panitia KUPI mengatakan bahwa Ning lenas tidak bisa hadir dan minta saya untuk menggantikannya. Saya mendapatkan satu keyword yaitu bahwa kita butuh perpsketif laki-laki. Selama ini saya sangat sulit untuk menemukan narasi-narasi perpsktif laki-laki. Kenapa laki-laki selalu disebut sebagai makhluk patriarkis, itu karena

dia dibangun dengan sistem itu dan dia juga terus dibangun dengan narasi-narasi laki-laki dalam dunia patriarkis. Di sisi lain, akun-akun yang memperjuangkan isu perempuan juga seringkali galak terhadap laki-laki. jadi, laki-laki merasa takut. Dan ini yang sering saya kritikan kepada aktifis isu perempuan bahwa ketika kita mau menyuarakan pengalaman perempuan, ajak juga dong laki-lakinya, jangan dimusuhi. Karena mungkin ada laki-laki yang mau mempelajarinya.

Misalnya, saya konsen di isu perempuan pada Tahun 2017, tepat setelah KUPI 1 digelar. Sebelum KUPI saya tidak paham apa itu gender. Tapi setelah keterlibatan saya di KUPI I saya jadi tertarik untuk menggali lebih banyak dengan membaca tentang perspektif perempuan. Dan akhirnya saya bisa mulai menerima, yang memang saya di didik sebagai laki-laki dengan sistem patriarki, dan untuk lepas dari hal itu sulit dan membutuhkan ruang-ruang diskusi seperti ini.

Dari perjumpaan saya dengan para Ulama Perempuan di KUPI 1 menyadarkan saya bahwa keadilan hakiki itu bukan hanya untuk perempuan, tetapi juga laki-laki. tetapi, mengapa saat ini lebih banyak pengalaman perempuan yang diangkat, adalah karena memang selama ini perempuan seringkali jadi objek ketidakadilan gender. Maka setelah tahun 2017 saya mulai konsen dengan isu perempuan. Bahkan thesis saya juga ada kaitannya dengan isu perempuan. Itu tidak bisa saya lakukan, jika keadilan hakiki tidak disampaikan dengan strategi yang lemah lembut. Jadi, kita juga bisa mengajak orang lain untuk memahami soal gender dengan nada ajakan, bukan menghakimi. Atau bisa juga dengan contoh baik, misalnya saya di rumah mulai praktik mengerjakan pekerjaan domestic, sehingga anggota keluarga kita secara perlahan bisa mengerti juga soal gender. Begitupun ketika anak saya baru lahir, mertua saya kaget ketika melihat saya melayani istri saya yang baru melahirkan. Mertua saya kaget karena di lingkungannya itu masih tabu. Tapi, itu bisa dijadikan pendekatan kita untuk mengajak keluarga kita untuk bersikap adil dan berbagi peran.

Sebenarnya banyak diantara laki-laki yang tidak siap untuk menjadi laki-laki yang dibentuk oleh masyarakat patriarkis. Misalnya, laki-laki dianggap sebagai manusia yang kuat dan serba bisa, sehingga ketika dia tidak bisa melkakukannya dia akan menerima stigma. Dengan begitu perjuangan keadilan hakiki itu harus disampaikan kepada laki-laki dan perempuan.

ZAHRA AMIN, Moderator:

Terima kasih Mas Sarjoko, yang telah berbagi praktik baiknya dalam menyampaikan dan mengimplementasikan kesetaraan gender di lingkungan keluarganya. Saya sangat suka dengan penutupnya bahwa laki-laki dan perempuan itu tidak paling, tapi saling. Semua quote itu bisa teman-teman dapatkan di stand mubadalah. Baik, teman-teman tadi sudah jelas disampaikan oleh para narasumber tentang strategi membuat narasi alternatif dan counter narasi di media digital. Saya akan buka diskusi dengan 3 penanya. Harap setiap penanya untuk menyebutkan nama dan dari mana.

===== **SESI TANYA JAWAB** =====

SANDRA, Perempuan Merdeka: Assalamualaikum. Saya mau bertanya kepada Mbak Kalis, bagaimana awal mulanya membuat personal branding di media sosial?

Kalis Mardiasih, Narasumber:

Sebenarnya gara-gara saya konsisten mengangkat isu perempuan selama 6 tahun terakhir, sehingga orang bisa tau fokus konten saya di mana. Selain itu awalnya ada tulisan saya yang viral di Mojok pada tahun 2015 tentang jilbab syar'i. Nah saya melihat bahwa tulisan itu tidak spesial, tapi respon public luar biasa. Itu menandakan bahwa itu itu adalah isu yang banyak mewakili perasaan orang. Dengan begitu, saya merasa bahwa isu itu target sasarannya sudah tepat. Tahun 2015 penceramah yang menyebarkan nilai kekerasan terhadap perempuan lagi banyak banget dan ada di semua media sosial. Misalnya narasi tentang perempuan dilarang keluar rumah tengah malam, perempuan sumber fitnah dan narasi kekerasan yang lain.

Oleh karena itu, saya merasa bahwa isu tentang perempuan itu harus disuarakan. Setiap orang pasti punya rasa panggilan masing-masing, karena saya miskin, jadi saya tidak setuju jika ada yang bilang bahwa perempuan dilarang bekerja. Karena kalau kita terima begitu aja, ya saya akan miskin. Jadi, kita punya api masing-masing. Dulu saya pernah berpikir bahwa isu perempuan itu akan cepat selesai. Ternyata sampai 10 tahun isu ini tidak selesai-selesai. Dengan begitu, saya yakin bahwa suara kita di media sosial harus terus dilakukan.

Tapi yang paling penting adalah saya memang penulis. Sehingga yang membuat saya bertahan sampai saat ini adalah karena ke trampilannya itu. Bener kata Mas Sarjoko bahwa followers naik jika konten kita bertambah. Media sosial cara kerjanya seperti mesin motor, kalau kita tidak sering pakai mesin itu dalam waktu yang lama, maka akan susah nyalanya. Semakin sering diangetin maka akan mudah menyala. Begitu juga cara kerja media sosial.

Di sisi lain, kita juga harus rajin untuk memanfaatkan semua fitur di media sosial, baik di Instagram atau yang lainnya, dan selain itu kita juga bisa merespon komen pertama. Hal itu akan meningkatkan engagement kita. Saat ini rumusnya di Instagram itu 5%, jadi kalau followers kita 3rb maka yang akan melihat konten kita hanya sekitar 300 dan yang like kemungkinan hanya 100. Oleh karena itu penting banget untuk memproduksi konten secara terus menerus, supaya kabar konten kita ke followersnya bisa dilakukan terus menerus oleh Instagram.

Dan yang paling menyebalkan di Instagram saat ini adalah, algoritmanya berubah berubah secara terus menerus. Misalnya saat ini Instagram lebih mendorong penggunaannya untuk membuat video reels. Dan bagi yang tidak mempunyai kemampuan membuat video pendek akan kesulitan. Tapi, kita harus menyesuaikan dengan aturan-aturan media sosial.

Strategi lain dari saya adalah, buatlah dua akun yang berbeda jika itu akun lembaga. Jadi, harus mempunyai akun informasi kegiatan dan akun lain untuk memproduksi konten-konten narasi yang ramah, atau narasi dakwah ulama perempuan. Dan dalam memproduksi konten, harus ada tim khusus untuk menjalankannya. Narasinya bisa dari ibu nyai, tapi yang memproduksi bisa santri-santrinya. Dan hal ini juga yang dilakukan oleh kelompok konserpatif. Gerakan mereka berhasil karena mereka mampu masuk ke life style, mulai dari rumah syar'ul, pakaian sya'ul, kesehatan pendidikan dan berbagai hal dalam kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, kita bisa belajar dari mereka untuk membuat strategi berdakwah ala kelompok konserpatif.

WAFIROH dari Sumenep: Saya baru belajar konten di TikTok selama satu bulan. Konten yang saya buat adalah rivew buku. Pernah pyf, tapi konten yang lainnya tidak. Menurut Mbak Kalis gimana ya?

KALIS MARDIASIH, Naraseumber: Kita tidak bisa memaksakan diri kita di media sosial. Tapi harus mengikuti aturan yang mereka buat. Tiktok adalah makhluk yang berbeda, karena tidak ada rumusnya. Dia kan manutnya dengan lagu yang lagi populer. Ya sudah konten kita pakai lagu yang sedang ramai aja. Selain itu, konsistensi juga penting di TikTok, sama halnya media sosial yang lain.

WAFIROH: Mas Sarjoko bisa spill akun-akun yang mengangkat tentang laki-laki yang mempunyai perspektif perempuan.

SARJOKO, Naraseumber: Facebook, Instagram dan Twitter itu memang susah cara optimasinya. Tapi TikTok itu memang liar jadi butuh menyesuaikan dengan strategi yang disampaikan oleh Mbak Kalis yaitu menggunakan lagu yang sedang ramai.

AN-AN AMINAH, Narasumber: Pengalaman di TikTok adalah bisa dimulai dengan melihat buku atau film apa yang sedang ramai. Karena memang benar, kita tidak bisa memaksa keinginan kita di media sosial. Jika teman-teman ingin tau tentang laki-laki yang mempunyai perspektif perempuan. Silahkan ikuti ngaji subuh Kiai Faqih, karena di ngaji itu bukan hanya soal perspektif yang dibangun tapi juga ada praktik baiknya.

LINA, Yogyakarta: Gimana cara mengelola Instagram dengan baik. Misalnya algoritmanya seperti apa? Bagaimana cara membangun personal branding di Instagram?

AN-AN AMINAH, Narasumber: Kalau pengalaman saya adalah cari satu hal yang keluar dari zona nyaman kita. Misalnya kita tidak biasa menjadi narasumber atau mc, tapi ketika

ada kesempatan kita ambil saja. karena dengan begitu, kita bisa ajak mereka untuk mengikuti media sosial kita, lalu di sana lah kita bisa menyampaikan dakwah kita.

KALIS MARDIASIH, Narasumber: Menulis lah di media yang sudah besar, maka followersmu akan naik dan personal brandingmu juga akan terbangun.

SARJOKO: Dalam membuat password media sosial jangan asal-asalan. Karena bisa jadi setelah banyak followersnya, password lupa atau diambil orang. Jadi selain strategi optimasi medsos, kita juga harus sepi. Yang terakhir dari saya “Kita harus jadi orang yang saling, jangan yang paling”.

ZAHRA AMIN, Moderator: Sebelum kita tutup kegiatan ini mari kita berfoto bersama. Untuk teman-teman ayo kita beresik di media sosial dengan membuat tulisan dan konten di media sosial tentang visi, misi dan isu-isu yang dibangun oleh KUPI 2. Sekian dari saya. Wassalamualaikum, wr, wb.

NOTULENSI POINTER

Halaqah Paralel Sesi 2

Dakwah Kekinian Jaringan Muda KUPI (Digital dan Non-Digital)

Menjadi penting kegiatan kultural untuk menyuarakan gagasan2 bisa diterjemshkan dengan Bahasa populer dan dipahami generasi muda

===== Para Narasumber Presentasi Materi =====

KALIS MARDIASIH

- Mengoptimasi follower
- Kalis mau gak KUPI 1 sebagai admin di Cirebon, waktu itu follower masih 3000, dan perjumpaan2 dan halaqoh selanjutnya sebagai salah satu berkesan
- Keyword penting pengalaman perempuan, dia simple tapi memberikan formula dari bangun sampai tidur, perempuan lain di level keluarga, masyarakat dan negara sebagai level perempuan tidak pernah diceritakan
- Konten remeh, memotret segala hal yang saya temui di jalan
- Narasi saya olah jadi bagus
- Ketemu subuh2 sepedahan. Ketemu ibu penjual sayur di pasar, saya potret
- Naik sepedah, bawa anaknya, jual jajanan pasar. Narasi kalua perempuan bekerja, anaknya keurus, keurus sih tapi lebih baik kalua perempuan tidak bekerja (narasi stigma negative)
- Ibu tersebut bangun subuh, bikin jajanan, siapin sarapan, keluar rumah dan bekerja jualan dengan anaknya diajak. Dan stigma tersebut menjadi tidak relevan.
- Perempuan tukang parkir, penjaja koran
- Semua pengalaman perempuan, seperti melahirkan, dengan 1000 cerita
- Perempuan yang didiskriminasikan mertua, ribuan ceritanya
- Perempuan mengaush anak perempuan
- Gak ada alasan karenera cerita itu banyak dan ada dimana mana
- Kajian gender : ada sensitive gender, satu Langkah setelah responsiff gender. Cerita tidak pernah kurang

KALIS MARDIASIH; Wajib Rajin Ngonten

- Bertahun lalu saya dapat pelatihan lg Indonesia, YT, Twitter Indo adalah kuantitas lebih penting dari kualitas konten
- Admin 2 lembaga di pesantren, rapatnya kelamaan, itu kelamaan
- Setelah 2 minggu diupload gak ada yang nonton, sepi
- Awkarin, ATT, komunitas tanpa pacara, memang mereka tidak berfikir kualitas, tapi gaining follower
- 2 tahun terakhir saya mengoptimasi lg 1 atau 2 kali, sekarang 3 hari sekali. Tapi ada masa saya naikin konten.
- Banyak orang berat, untuk orang rajin, itu enggak sih.

ISU VIRAL WAJIB DIANGKAT

- Rutin 1 tahun lalu follower saya lanjut sampai 100 ribuan
- Ada momen praktik baik dimana ada isu dibicarakan semua orang, tentang Lesty dan kacang banget.
- Kenapa mas Aris berselingkuh?
- Kekerasan verbal, ekonomis, kekerasan psikologis, yang jarang ditemui, dimana kasih jatah ekonomi pada pihak ketiga dalam rumah tangga, ternyata bisa menyadarkan banyak orang
- Bisa langsung rame dari mengangkat poin2 yang viral untuk edukasi
- Konsistensi
- Dan gak bisa membangun karakter
- Tag stick di situ, harus memilih influencer apa, home dekor, atau influencer peacbulder
- Aktifitas game, montesori, dan semakin spesifik akan sering dicari orang

MC

- Prinsip konten adalah kuantitas bukan kualitas, lalu isunya hilang
- Upload posting dan tidak relevan
- Kalo di Twitter adalah trending topik
- Membranding di isu apa supaya orang mudah mencari
- Laki-laki itu bukan paling, tapi saling
- Bagaimana berdiskusi dengan narasi edukatif
- Bagaimana bisa menebarkan gagasan

TETE AN AN: Praktek Dakwah Digital, Mad'u

- Mbak Kalis massif sekali, Moslemah for Change, dan Febi Jogja
- Representatif dari Rahima, metode dakwah yang hari ini menarik. Audience yang tantangan berilmu, mad'u, atau mustami'in nmustami'at
- Jangan berbicara tentang zuhud tentang standar ekonominya rendah
- Jangan bicara tentang iktiar pada orang kaya karena tidak tepat sarannya
- Kalau sama bu Nyai supaya kaya supaya cantik, jadi harus tepat sasaran
- Ada metode Pendidikan orang dewasa, secara interaktif.
- Brainstorming, dulu sasaran kita, kita blind asal mereka. Saya memakai kuis seperti quizz. Islam Rahmatan lil alamin itu seperti apa.
- Oh kayaknya Pendidikan masyarakat kita itu konservatif. Istri solehah adalah yang tidak boleh membantah suaminya.
- Materi dakwah kita itu tepat
- Jangan sampai di belakang dikritik habis
- Batas toleransi beragama itu sampai mana
- Gen Z itu punya kecenderungan agama yang kuat, tapi BLIND
- Cenderung ke garis kestrim, bidah pada ritual keagamaan yang tradisional
- Metode dakwah sudah dilakukan mereka, influencernya banyak, sudah menjadi besar, dan menginginkan agama yang beragama Islam
- Ada konsistensi terkait isu, intoleransi, orang-orang meminta pendapat.
- Saya coba di Tik Tok bagaimana menjadi perempuan berkualitas itu gak laku, viewer Cuma 100
- Battle of make up, penonton 3000
- Jadi pancing audiensinya. Lihat IG dan lama memvalidasi arahnya kemana.
- Awal2 ngomongin make up, interesting dakwahnya,
- Tasya Farasya awalnya make sekarang jualan
- Di Twitter membahas zodiac itu kontennya puluhan ribu, sasaran dakwah sarannya ke siapa.
- Setiap generasi punya ketertarikan yang luar biasa
- Riset seperti post test, biar materi, world wall, bentuk game orang2 mengulang pertanyaan yang sama
- Surat an nisa itu matnaw ruba bukan tujuan ke poligami, tapi monogami
- Strategi dakwah menguatkan karakter yang kita sampaikan ke audience
- Generasi Z atau

SARJOKO

- Saya bukan ulam abukan perempuan jadi pengalaman laki2 apa yang bisa saya angkat
- Perspektif perempuan melkis
- Saya laki2 yang dididik untuk menjadi laki2
- Kata kunci misal keadilan hakiki
- Keadilan bagi laki-laki, di Indonesia perempuan masih diobjektifikasi, maka setelah 2017 konsen terkait isu perempuan, disertai membahas jurnalisme perempuan, sisi2 adil gender. Dan tidak bisa saya tulis kalau belum ketemu konten creator yang lebih soft, menggugat dengan mengajak
- Isu perempuan juga isu laki2
- Karena kamu terlahir dari perempuan
- Mertua kaget saat saya melayani istri saya masak malam hari usai melahirkan, saya buatin the, dan saya yang sering bersentuhan dengan wajan
- Laki-laki yang kena bias gender, karena biasanya di belakang computer lalu tiba2 disuruh benerin genteng. Sementara dia tanggung saja tidak pernah memegang

===== *PERTANYAAN* =====

SANDRA: Bagaimana mbak Kalis disematkan, bahwa memiliki karakter, distingsi, dan pertama kali naik di IG?

KALIS MARDIASIH:

- Saya nulis udah lama, sejak mahasiswa semester v2, di koran, dimana mana tapi dulu orang tidak begitu mengenal.
- Tapi sejak 6 tahun lalu di isu perempuan saja
- Tulisan viral pertama kali, surat untuk perempuan hijab syari, di tahun 2015
- Dibagikan lebih 17ribu kali, setiap penulis tidak menganggap tulisannya viral
- Ada yang menganggap jilbab syari, lalu saya berjilbab lama, lalu tiba2 ada jilbab yang tidak syari
- Mereka menganggap isu ini penting, ceruknya ada, terkait perempuan dan keislaman, bagaimana menjadi muslimah
- Tahun 2015, penceramah2 yang menebarkan nilai kekerasan pada perempuan, diskriminasi, dan marginalisasi terhadap perempuan di FB, IG dst.
- Lahiran yang secara dianggap kemasukan jin
- Alis perempuan bercadar dianggap membangkitkan syahwat, padahal udah bercadar
- Banyak perempuan tidak boleh keluar rumah. Kerja di BUMN, lalu tiba2 keluar, karena

abukan pilihan, keren kan. Lalu jawab kasih ayat dan kasih link terkait ajaran tersebut

- Perempuan meneror yang kerjanya meneror perempuan lain yang waktu itu marak
- Panggilan saya di situ karena saya miskin. Benci sama perempuan yang tidak bekerja bisa miskin.
- Seolah olah terpenggil jihad ini untuk menumbangkan, bacot loh..
- Kalau ada yang bilang perempuan bekerja di luar rumah itu adalah bacot
- Ibu bikin gorengan dan dititipkan ke warung2 lalu dianggap sumber fitnah
- Selalu ada orang-orang yang gak masuk akal, selalu ada orang baru terkait kebodohan-kebodohan ini. Temukan api2 kalian masing2
- Pengalaman perempuan kita itu tidak sama
- Feminis itu banyak.
- Beauty standar
- Membahas problem2 standar kecantikan, perlawanan2 terhadap brand2c mempromosikan perlawanan terhadap kekerasan
- Api saya terhadap lingkungan tidak berapi2
- Saya bisa menulis dan tulisan saya bagus, itu penting, dan satu2nya ketrampilan yang saya miliki
- Engagement itu, tulisannya ada. IG YT itu kerjanya seperti knalpot. Karena kalau gak dinyalakan lama2 mogok. Kalau tiap hari digas sebentar itu gampang nyalanya. Sebaliknya mati, dihidupkannya lama, itu cara kerja medsos
- Engagement kuat di timeline, kalau membalas 15 menit pertama
- Memanfaatkan semua fasilitas, engagement repon orang harus dibalas, kayak manasin mesin tadi.
- 10% sekarang 5% itu penonton. Dari 3000 maka yang nonton 300 saja
- Oleh karena itu pentingnya ngonten terus
- Untuk memberi kabar pada follower2, yang memberi kabar harus konsisten
- Optimasi ngereels, karena IG sekarang jadi Tik Tok
- Formula baru lagi
- Pastikan setiap hari itu baik, ulama nusantara, jualan punya Gus Baha
- Kerjanya mantengin quote2 Gus Baha
- Strategi akun lembaga, orang males
- Bekerja dengan profesional bikin editorial plan, kayak Mubadalah

OPTIMASI MEDIA PESANTREN

- Jadwal quote nyai, selasa; kisah nabi, rabu; kegiatan santri; itu kerja kerja nyata.
- Kelompok2 koservatif di aberhasil karen alife style. Rumahnya ada, obat islaminya ada, fashionnya ada, pendidikannya ada
- Semua mereka memfasilitasi
- Mereka ada lini2. sedangkan NU fokuse radikal, radikal, dan tidak memfasilitasi gaya hiduo masyarakat yag semakin konsumerisme.
- Yang ngurusin remaja ada, ibu2 ada, perkawinan ada, Pendidikan anaknya ada
- Psikologi ada
- Pondok Pesantren mentagling isu apa sesuai dengan keahlian isu2 di situ

MAGHFIROH dari Sumenep;

- Say abaru belajar konten di Tik Tok, salah satunya review buku. Sdi Tik Tok banyak yang mereview buku, gak sebanyak. Kasih saya inside
- Tik tok makhluk yang berbeda, gak ada rumusnya, gak ada metodenya
- Misal yag lagu viral,
- Kepada mas Joko bagaimana memandang pelaku gender dari laki2
- Contoh laki2 yang tidak siap dengan patriarki
- Pengalaman laki-laki saat menemani proses mendampingi kehamilan
- Hati kerupuk, sebetulnya laki2 juga rapuh. Tapi sebelumnya belum berani. Diceritakan menambah prahara rumah tangga
- Pinginnya dicarikan penerbit untuk dishare
- Perempuan ini ingin selalu dikuatkan tapi terkadang itu terlalu ingin dimengerti
- 18 bulan itu bisa bertahan tentang cinta, selebihnya komitmen dan saling pengertian
- Dakwahnya kaya mas Joko

LINA

- Kepada mbak Kalis: gimana naikinnya lg, di lg boleh gak ganti2
- Orang 2 yang menikmati apa yag kita nikmati
- Menulis nunut kamukten lewat media, media besar, lewat Mubadalah.id, Neswa, Gusdurian, Islam.com
- Safety and sequarity kalo safety harus mahal, costnya gede
- Soal bikin password. Intinya dibeda2kan memakan waktu dan ingatan. Bisa dimanage, ada keamanan yang harus dijaga.