|  |  |
| --- | --- |
|  | **Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies**  Volume xx Nomor x (xxxx) xx-xx  DOI: 10.15575/idajhs.vxxix.xxx  <http://journal.uinsgd.ac.id/index.php/idajhs>  ISSN [1693-0843](http://u.lipi.go.id/1180428623) (Print) ISSN [2548-8708](http://u.lipi.go.id/1481952475) (Online) |



**IDEOLOGI DALAM DAKWAH DIGITAL DI MEDIA SOSIAL**

**Nurul Khotimah1, Ilyas Supena2, Nasihun Amin3, Pandika Adi Putra4**

1 Walisongo State Islamic University Doctoral Program, Semarang, Indonesia

2,3 Walisongo State Islamic University, Semarang, Indonesia

4Prof. K.H. Saifuddin Zuhri State Islamic University, Purwokerto, Indonesia

*\**[*nurulkhotimah@uinsaizu.ac.id*](mailto:nurulkhotimah@uinsaizu.ac.id)

**ABSTRACT**

*This article aims to elaborate and dismantle preacher’s ideology from video contents on social media, which is the preacher’s reflection as a medium for expressing his scientific capacity on the social media platform; YouTube. The data for this research taken from documentation of digital preaching contents (videos) by several preachers (Da’i) with different discussion focuses. Such as Ustaz Firanda Andirja who discuss about Walisongo’s teaching views, Ustaz Abdul Somat who talk about Starbucks that supports the LGBT movement, Ustaz Adi Hidayat; about the history of Kapitan Pattimura’s real name, and Cak Nun who said that Jokowi was like Pharaoh (Fir’aun). Then, we analyzed the data using social network analysis with a sociological approach through the stages of integration and incarnation. The results showed that Ustaz Firanda Andirja has an Islamic ‘literalist’ ideology on his preaching that causes schism in the contextual and ethical elements of da’wah. Ustaz Abdul Somad has an Islamic ‘nationalist’ ideology that causes schism in the contextual and comparative elements of da’wah. Meanwhile Ustaz Adi Hidayat has an Islamic ‘modernist’ ideology on his da’wah with many schisms at historical element. Then, Emha Ainun Nadjib (Cak Nun) has an Islamic ‘conservative’ ideology which leads to contextual and ethical elements of schism in society. This Social Network Analyze research focuses on the reason of an issue becomes controversial by looking at the structural response of ma’du on Youtube. Thus, this research has implications for a link to the schism that occurs because of that controversial issue. this study focuses on discussing the ideology of preaching (da’wah) from the preacher’s perspective on social media. The da’wah message that conveyed is certainly influenced by the dominant ideology of the preacher.*

***Keywords:*** *Preaching’s ideology; Preaching (Da’wah); YouTube; and Social Network Analysis*

ABSTRAK

Ideologi dapat digunakan untuk melakukan aktivitas dakah digital di media sosial. Platform Youtube merupakan sebuah media transformasi yangh digunakan untuk berdakwah pada era modern. Sebuah konten video dakwah merupakan hasil refleksi seorang da’i sebagai media pencurahan kapasitas ilmunya. Penelitian membongkar ideologi yang dimiliki para da’I menarik untuk ditunaikan. Data penelitian ini berasal dari dokumentasi konten dakwah digital dari Ustadz Firanda Andirja tentang pandangan wali songo, Ustadz Abdul Somad tentang Starbuks yang mendukung gerakang LGBT, Ustadz Adi Hidayat tentang historis nama asli Kapitan Pattimura dan Cak Nun yang menyebutkan Jokowi seperti Fir’aun. Data dianalisis menggunakan analisis jaringan sosial pendekatan sosiologi melalui tahapan integrasi dan inkarnasi. Hasil penelitian menunjukan Ustadz Firanda Andirja memiliki ideologi dakwah Islamisme literalis sehingga menuai skisma dalam unsur kontekstual dan etika dakwah, Ustadz Abdul Somad memiliki ideologi dakwah Islamisme nasionalis yang menuai skisma dalam unsur kontekstual dan perbandingan, Ustadz Adi Hidayat memiliki ideologi dakwah Islamisme modernis dengan banyak skisma masyarakat dalam unsur historis dan Emha Ainun Nadjib memiliki ideologi dakwah Islamisme konservatif sehingga menuai skisma masyarakat dalam unsur kontekstual dan etika.

**Kata kunci:** Ideologi; Dakwah Digital; Media Sosial; Analisis Jaringan Sosial

PENDAHULUAN

Ideologi merupakan metodologi berpikir tentang segala hal di luar dirinya sendiri. Penilaian dari sisi ideologi harus melalui proses mengkritisi karena ideologi bukanlah istilah untuk pemahaman netral. Dari proses itulah, ideologi memiliki muatan konflik sehingga menjadi sesuatu yang kontroversial. Pada masa kontemporer ini, teori ideologi dimuat dan dielaborasi melalui refleksi kebahasaan. Dengan refleksi kebahasaan yang menjadi fenomena sejarah sosial yang melibatkan konflik manusia, ide-ide bertransformasi menjadi ucapan-ucapan, ekspresi, tindakan, ungkapan yang mengesankan. Upaya eksplorasi interelasi antara bahasa dengan ideologi bermakna untuk menolak analisa terhadap bentuk kalimat, dengan fokus pada kehidupan sosial yang dikembangkan.

Istilah ideologi memiliki banyak interpretasi dari banyak ahli yang pada akhirnya disandingkan dalam beberapa disiplin ilmu modern sosial dan humaniora. Pada kacamata ilmu pengetahuan, ideologi dipandang dengan dua cara yang berbeda. Pertama, ideologi digunakan sebagai bentuk deskriptif murni: dalam artian ideologi sebagai sistem berpikir, kepercayaan, praktik simbolik yang koheren dengan tindakan sosio-politik,[[1]](#footnote-1) pengguanaan istilah itu pada akhirnya muncul sebagai konsepsi netral (*Neutral conception).* Kedua, ideologi secara mendasar berhubungan dengan proses pembenaran hubungan kekuasaan yang tidak simetris, berhubungan dengan proses pembenaran dominasi. Penggunaan istilah yang demikian menunjukkan apa yang disebut konsepsi kritis ideologi (*Critical conception of ideology*). Penggunaan ini mengandung konotasi negatif yang selalu dibawa istilah tersebut melalui sejarahnya dan penggunaan ini akan selalu mengikat Analisa ideologi pada pertanyaan kritis.[[2]](#footnote-2)

Dewasa ini, teknologi sudah merambat ke berbagai sendi berkomunikasi. Media sosial telah melakukan konversi bentuk komunikasi interpersonal dan intrapersonal menjadi multipersonal di ruang informasi berjejaring internet. Hal ini menjadikan penyampaian ideologi sangar efektif. Sebagai representasi ideologi, informasi dipaparkan secara faktual dengan teks dan bahasa yang menciptakan paradigma yang cenderung menyimpulkan hal yang tidak utuh. Melalui fitur bahasa, ideologi dapat disebarluaskan secara masif. Untuk memahami ideologi yang muncul, maka memerlukan pemahaman bahasa yang baik, seperti menggunakan analisis wacana kritis (*Critical discourse analysis).* Analisis wacana kritis dapat memasukan koherensi dan kohevitas antarkata dan antarkalimat yang digabungkan sehingga membentuk definisi atau wacana.[[3]](#footnote-3) Sedangkan untuk memahami dan membedakan pendekatan dari aktor yang menyampaikan ideologi dapat menggunakan orientasi sosiologi dengan teori jaringan pendekatan atomistik dan normatif.

Sulitnya memahami ideologi yang disampaikan dan interaksi yang mengarah pada bentuk gerakan sosial di platform Youtube menjadi salah satu tantangan penelitian ideologi dalam dakwah digital di media sosial. Penelitian ini akan berkontribusi dalam memetakan jaringan penceramah atau entitas aktor yang terlibat menyebarkan ideologi yang kontroversial. Metode yang akan digunakan ialah *Social network analysis,* secara metodologis analisis ini menjadi suatu kebaruan. *Research* ini akan menentukan *aim* dalam menjawab pertanyaan utama yaitu bagaimana penyebaran ideologi dalam dakwah digital di media sosial terutama di platform Youtube. Youtube menjadi situs website penyebaran video terbesar yang dibuat Amerika Serikat sejak tahun 2005.[[4]](#footnote-4)

**Diskursus Ideologi**

Ideologi memiliki diskursus sebagai sebuah konsep dengan sistem yang digunakan sebagai dasar paradigma yang mengarahkan manusia sebagai subjek untuk menentukan tujuan hidup. Sebuah tesa menerangkan bahwa ideologi hampir berakhir karena hasil dari demokrasi liberal yang telah berkembang di barat tahun 1950 sampai awal 1960, di saat politik menjadi persoalan pragmatisme dan berkembangnya sikap radikal yang tampak terelaborasikan dengan sikap moderat. Akan tetapi hasil tesa akhir ideologi menunjukan banyak ketidak konsistenan, bahkan hasilnya banyak yang menunjukan kegelinciran dalam konsepsi inklusif. Bagi Martin Silinger, paradigma yang tepat untuk mendefisnisikan ideologi adalah sebuah orientasi tindakan (*Action oriented)* yang memuat kepercayaan pikiran yang telah diorganisir dalam satu sistem yang koheren.[[5]](#footnote-5)

Ideologi bisa menjadi sebuah kepercayaan ataupun ketidakpercayaan yang dapat diekspresikan menggunakan kalimat-kalimat bernilai yang mungkin saja dapat menimbulkan kontroversi di lingkungan masyarakat. Ideologi dapat memuat permohonan, penolokan, dan persetujuan adari sebuah fenomena atau diskursus tertentu. Para aktor yang menyampaikan ideologi secara radikal memiliki tujaun untuk memberikan basis permanen yang relatif bagi suatu kelompok masyarakat untuk memberikan kepercayaan berupa norma moral, paradigma dan referensi. Hal yang disampaikan oleh aktor radikal biasanya memiliki sedikit bukti yang rasional atau hanya berbasis pada kesadaran dan kebenaran diri sendiri.[[6]](#footnote-6)

Sebagai media legetimasi, ideologi digunakan oleh kelompok sosial yang dominan untuk menguasai kelompok sosial yang termarginalkan. Bagi kelompok yang termarginalkan, ideologi digunakan sebagai alat resistensi untuk menolak dan subversi terhadap ideologi dominan. Seperti yang dikatakan Thompson bahwa ideologi hanya dapat dipahami sebagai ideologi dominan.[[7]](#footnote-7) Pakar akan selalu melakukan kesalahan di setiap penelitiannya. Efek yang terjadi sangat beragam seperti perasaan malu sampai kemungkinan bahaya internasional. Namun, pakar akan meyakinkan warga untuk tetap percaya terhadap ideologi dan hasil penelitiannya, setidaknya percaya bahawa pakar sedikit melakukan kesalahan dan akan mengidentifikasi kesalahan itu serta mempelajarinya kembali.[[8]](#footnote-8)

**Ideologi Dakwah**

Sebagai salah satu agama samawi, Islam tidak hanya mengatur perihal hubungan manusia dengan Allah, namun Islam juga mengatur permasalahan antara manusia dengan dirinya sendiri maupun dengan sesama (muamalah). Dari rumusan agama tersebut, sudah jelas bahwa Islam tidak hanya sebagai agama ritual semata, dan bukan hanya sebuah agama yang hanya sekedar perihal historis teologis atau kepasturan *(monastisisme)*. Sebagai agama dakwah, Islam menyeru umatnya untuk menyebarluaskan ajarannya ke seluruh umat di dunia. Dengan demikian umat Islam bukan hanya melaksanakan kewajiban ibadah dalam keseharian hidupnya, namun juga berkewajiban menyampaikan *(tabligh)* kebenaran ajaran Agama Islam kepada orang lain.

Fenomena yang terjadi di Indonesia saat ini muncul berbagai tokoh agama yang melayangkan statement yang memancing pro dan kontra Masyarakat. Dengan berbagai isu dan cara mereka menyebarkan paradigma yang didapatkan dengan penguasaan kebahasaan. Dari statement yang dilayangkan terdapat ideologi dan pemahaman yang berbeda dengan tokoh lainnya. Aktor tersebut menaruh perhatian besar pada peran teologi agama dan historical yang terjadi, sehingga para aktor tersebut membaca isu tersebut pada pemahamaan kontemporer. Materi dakwah yang diguanakn secara keseluruhan berdasarkan pada dua sumber, yalni Al-Aur’an dan Al-Hadist. Keduanya merupakan rujukan sumber hukum Islam pertama yang bersumber dari Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW.[[9]](#footnote-9)

Setiap aktor atau penceramah memiliki basis ideologi, paradigma dan strategi dakwah yang berbeda-beda. Konstruksi dasar untuk membangun ideologi disebutkan oleh Austin Ranny setidaknya ada lima komponen, yakni: nilai (Aqidah), visi kehidupan sosial yang ideal, paradigma terhadap hakikat hidup manusia, aksi untuk mewujudkan strategi ideologi, dan taktik atau strategi ideologi.[[10]](#footnote-10) Pemikiran yang dimiliki para aktor penceramah kemudian disampaikan dengan sangat efektif. Tingkat efektif dakwah bergantung pada kemampuan komunikasi persuasif penceramah yang mampu menembus daya pikir mad’u, sedangkan efektifitas penyebarannya tergantung luas media dalam menjangkau lapisan Masyarakat.[[11]](#footnote-11)

**Konvergensi Dakwah Digital di Media Sosial**

Dakwah merupakan aktivitas menyeru atau mengajak umat kepada ajaran Islam agar terjadinya perubahan dari kemungkaran menjadi kemakrufan. Secara spesifik, dakwah menjadi sebuah proses mengubah pemikiran, perasaan, prilaku seseorang dari kondisi yang buruk ke kondisi yang lebih baik. Unsur-unsur dakwah meliputi, Da’i atau penyampai materi dakwah, mad’u atau objek dakwah, pesan dakwah dan media dakwah. Kempat unsur tersebut haru saling bersinergi gar trasfer pesan dakwah dari da’i ke mad’u dapat dilakukan dengan efektif. Unsur yang bersifat fasilitatif ialah media, dimana media memegang peran penting sebagai alat keberlangsungan dakwah.

Pada saat ini, dunia digital dijadikan peluang sebagai media berakwah yang paling efektif karena kecepatan dalam menyebarluaskan materi ke masyarakat. Banyak sekali aplikasi-aplikasi yang memuat pesan dan materi islami seperti doa-doa harian, kisah nabi, ajakan kebaikan, video ceramah yang diupload ke Youtube dan lain sebagainya. Berkembangnya media gigital atau Cyber (Online) menunjukan grafik yang signifikan terhadap perubahan bentuk siaran dakwah. Produksi dakwah pun kini mengalami perubahan yuang sangat baik dimana dakwah di media sosial terjadi secara real time atau Live Streaming. Perkembangan teknologi informasi ini tidak saja mampu menciptalan masyarakat global, namun secara material mampu mengembangkan ruang gerak kehidupan bagi masyarakat.[[12]](#footnote-12)

Peluang dakwa Islam semakin terbuka lebar saat para penceramah mampu menggunakan media terbaru dengan sangat baik dengan meminimalisir dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif media yang digunakan.[[13]](#footnote-13) Media massa dapat mengarahkan opini publik bahkan mengganti pemikiran masyarakat. Dalam kemajuanny, teknologi dapat melakukan rekonstruksi sosial masayarakat dan membawa arus baru terhadap empiris di tengah masyarakat.[[14]](#footnote-14)

Digitalisasi intenet sebagai ruang publik yang menjembatani muatan informasi dan edukasi tentu sajha tidak meninggalkan dakwah sebagai elemen yang ada di dalamnya. Sebut saja media sosial Youtube yang menjadi situs website penyebaran video terbesar sejak tahun 2005. Pada sisi ini peranan dakwah menjadi taruhan bagi kaumnya, selain menipisnya keprofetikan dalam penyampaian ilmu agama, pesan dakwah harus tetap disampaikan sesuai visi Al-Quran dan Sunah Nabi Muhammad SAW. Hal itu sangat fundamental untuk dijelaskan sebagai dasar seorang da’i dalam membuat materi dan menyamapaikannya ke publik.

Keberanian Mubaligh dalam mentransformasikan dakwah menuju ruang digital perlu diapresiasi karena menginterpretasikan bahwa Islam merupakan agama yang dinamis dan mampu mengikuti perkembangan zaman.[[15]](#footnote-15) Tidak dapat dipungkiri bahwa penggunaan media digital juga mampu memengaruhi kehidupan masyarakata sampai ke kehidupan nyata, karena adanya keterikatan emosional antara da’i dan mad’u yang menjadi kunci interaksi keduanya. Pada platform Youtube interaksi simbolik antara mad’u dan da’i tidak hanya membahas pada arus komunikasi dan simbol saja, lebih mendalam interaksi keduanya terukur untuk meningkatkan emosi mad’u.[[16]](#footnote-16) Dengan banyaknya interaksi berupak komentar pada postingan video di Youtube mendandakan bahwa dakwah di Youtube sudah menjadi cara untuk menambah ilmu agama.

Penelitian tentang ideologi dalam dakwah digital di media sosial ini dilakukan pada empat postingan dakwah yang diupload pada platform Youtube oleh tiga aktor ustadz dan satu budayawan. Pertama, Ustadz Firanda Andirja menjadi aktor yang akan diteliti ideologi pribadinya karena sebuah video ceramahnya yang mengatakan bahwa walisongo adalah wali setan. Kedua, Ustadz Abdul Somad menjadi aktor yang pernah menyebutkan bahwa kedai kopi starbucks mendukung LGBT. Ketiga, Ustadz Adi Hidayat merupakan aktor yang pernah menjelaskan bahwa pahlawan nasional Pattimura merupakan seorang muslim yang memiliki nama asli Ahmad Matulessi. Keempat, Emha Ainun Nadjib merupakan aktor yang pernah menyatakan bahwa Jokowi seperti Fir’aun. Penelitian ini merupakan *field research* digital yang data utamanya bersumber dari video dakwah yang diupload di platform Youtube. Meski bersumber dari data-data yang ada di platform Youtube, peneliti akan memperkuat data penelitian dengan sumber pustaka yang relevan.

Objek dari penelitian ini adalah ideologi dalam dakwah digital yang digunakan para aktor dalam melakukan dakwahnya di Youtube. Sedangkan subjek penelitian ini adalah Ustadz Firanda Andirja, Ustadz Abdul Somad, Ustadz Asdi Hidayat dan Emha Ainun Najib atau Cak Nun sebagai tokoh kunci dalam penelitian ini. Keempat tokoh tersebut merupakan para da’i yang telah melakuakn safari dakwah di Indonesia bahkan di luar negeri yang memiliki paradigma berpikir yang menarik dan memiliki segmentasi mad’u yang berbeda secara ideologis, tipologi perilaku, budaya dan model keberagaman.Untuk memperkuat hasil penelitian, peneliti akan melakukan kajian-kajian dari berbagai literatur yang berkenaan dengan topik yang ada sebagai data dukung atau sekunder dalam penelitian ini.

Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dokumentasi dan pencatatan informasi yang berkenaan dengan ideologi dalam dakwah digital. Mendokumentasikan beberapa argumentasi atau keterangan yang disampaikan oleh aktor yang menjadi subjek penelitian dan mencatat interaksi yang dilakukan oleh dai dan mad’u yang terjadi di kolom komentar. Selama penelitian, peneliti memposisikan diri sebagai aktor yang terpisah yang memiliki kepentingan-kepentingan interdependen karena norma-norma sosial yang dihasilkan oleh para aktor yang terpisah dengan aktor lainnya atau dengan perspektif atomistik. Sebagai orang luar peneliti menjadi penagamat non-partisipan untuk menagamati bagaimana ideologi dalam dakwah digital.

Data diproses menggunakan pendekatan sosiologis atomistik dengan analisis jaringan sosial (Social Network Analysis) menurut Ronalt Burt. Dasar bagi setiap hubungan adalah ide bahwa setiap aktor (individual atau kolektif) mungkin mempunyai akses yang berbeda kepada sumber-sumber daya yang bernilai. Secara khusus analisis ini berfokus pada sifat-sifat pribadi para aktor. Ronald Burt menjadi tokoh yang mengembangkan teori jaringan sosial dengan upaya pendekatan yang terintegritas sebagai pengganti atau bentuk lain dari determinisme struktural, artinya peristiwa yang terjadi saat ini merupakan konsekuensi yang didapatkan dari peristiwa sosial yang terjadi sebelumnya. Burt memulai teori jaringan sosial ini dengan menguraikan skisma atau perpecahan antara orientasi atomistik (Asumsi tindakan oleh aktor terpisah) dan normatif (Asumsi tindakan okeh aktor yang bersosialisasi). Sehingga terciptalah pendekatan struktural (Asumsi tindakan oleh aktor tentang kondisi pribadi dan orang lain) yang menjembatani orientasi atomistik dan normatif.[[17]](#footnote-17)

Data yang sudah dikumpulkan melalui tahap interaksi kemudian direduksi ke dalam sumary berdasarkan tematis dan narasi cerita dari argumentasi aktor. Data kemudian dianalisis melalui 2 tahapan analisis. Pertama, integrasi: restatement atas data yang diperoleh, dilakukan teknik description untuk menunjukkan pola dan kecenderungan dari data. Tahap kedua inkarnasi dengan menginterpretasikan makna-makna tersurat dan tersirat dari data. Keseluruhan data dibaca dalam suatu kerangka kontekstual untuk dapat menganalisis signifikansi dari data yang diperoleh.

**Result (Social Network Analisis)**

**Aktor dan entitas da’i dalam dakwah digital**

Menurut Hamzah Yaqub, Da’i merupakan individual muslim yang memiliki pemahaman dan ilmu agama yang baik kemudian mampu melaksanakan kegiatan dakwah dengan benar serta dilengkapi dengan persayaratan tertentu. Selain itu, dai harus memiliki kompetensi khusus untuk mendukiung aktivitas dakwahnya. Dalam era konvergensi digital, setidaknya seorang aktor yang menempatkan diri untuk berdakwah harus memiliki sembilan kompetensi profesionalisme da’i, diantaranya: *creative, critical thinking, leadership, digital literacy, emocional intelligence, entrepreneurship, global citizenship, problem solving, and team working.* Profil seorang aktor sebagai entitas da’i di media sosial mutlak diperlukan, karena tingginya aksesbilitas masyarakat terhadap konten media sosial.[[18]](#footnote-18)

Di era disrupsi semua berubah secara besar dan cepat, teknologi yang digunakan untuk berdakwah mengalami konvergensi yang sangat berbeda. Dulu kegiatan berdakwah dilakukan di sebuah majelis dan dihadiri oleh orang-orang di sekitar lingkunganseacara langsung. Akan tetapi, dakwah yang dilakukan saat ini lebih luas jangkauannya, pemirsanya dapat lebih banyak serta dapat diakses oleh siapapun, dimanapun secara serentak di media sosial. Hal ini membutuhkan kemampuan dai yang lebih dari hanya sekadar dapat menyampaikan ilmu agama, lebih dari itu dai harus memiliki strategi dalwah yang lebih *inovative* dan *inspiring.* Dari kemampuan itulah dai dapat menjadi *trendsetter* karena pengaruh positif dari media sosial yang dapat dimanfaatkan.[[19]](#footnote-19)

Da’i diharapkan mampu menyesuaikan kompetensi dan kapasitasnya dengan kemajuan teknologi internet atau digital. Kompetensi yang disesuaikan meliputi aspek spiritualitas, moralitas, penguasaan ilmu agama, ilmu sosial, penggunaan internet, pemanfaatan aplikasi internet, kemampuan membaca trend media digital, dan kemampuan berkolaborasi oleh para ahli teknologi. Hal itu dapat meningkatkan kredibilitas yang dimiliki oleh seorang da’i.[[20]](#footnote-20) Penggunaan media digital untuk berdakwah merupakan hal yang bermanfaat untuk kemajuan berdakwah.[[21]](#footnote-21) Tokoh agama atau seorang pendakwah akan mudah diterima profilnya maupun materinya jika sudah *digital friendly* atau sudah bersahabat dengan digitalisasi dakwah.[[22]](#footnote-22)

Di Indonesia banyak sekali penceramah yang berperan juga sebagai Youtuber karena menjdikat platform Youtube sebagai media penyampai dakwah. Hal itu dilakukan sebagai upaya untuk menyesuaikan profil dan strategi untuk berdakwah. Dengan memposting konten dengan muatan dakwah, berarti intensitas masyarakat untuk mempelajari agama Islam akan semakin tinggi. Selain itu penceramah yang melakukan konvergensi media dakwah juga akan meningkatkan popularitas dan dikenal di berbagai lapisan masyarakat. Bahkan beberapa pendakwah sudah memiliki akun Youtube untuk menyebarkan materi dakwahnya seperti Ustadz Adi Hidayat di akun Youtube [@AdiHidayatOfficial](https://www.youtube.com/@AdiHidayatOfficial), Ustadz Abdul Somad di akun Youtube [@ustadzabdulsomadofficial](https://www.youtube.com/@ustadzabdulsomadofficial), Ustadz Firanda Andirja di akun Youtube [@FirandaAndirjaOfficial](https://www.youtube.com/@FirandaAndirjaOfficial) dan Emha Ainun Nadjib di akun Youtube [@caknundotcom.](https://www.youtube.com/caknundotcom)

Aktor pertama yang menjadi objek penelitian adalah Ustadz Dr. Firanda Andirja, Lc. Merupakan seorang ulama salafi yang aktif mengkaji agama Islam di Indonesia. Firanda Andirja pernah dipercaya oleh pemerintah Arab Saudi untuk mengisi kajian berbahasa Indonesia di Masjid Nabawi, Madinah sejak tahun 2012 hingga 2018. Firanda juga merupakan narasumber tetap dari saluran Radio Rodja. Ayah beliau bernama Abidin dari Suku Bugis dan Ibunya bernama Suenda dari Surabaya. Masa kecil Firanda dihabiskan di Papua Barat Daya karen amengikuti ayahnya bekerja sampai Firanda menuntaskan jenjang pendidikan SMA. Setelah lulus ia melanjutkan studinya ke program studi Teknik Kimia, UGM. Naman, hanya satu tahun, Firanda memutuskan belajar Agama di Ponpes Jamilurrahman, DIY. Setelah 1,5 tahun barulah ia kuliah di Universitas Islam Madinah, NTB. Tahun 2001 ia berangkat ke Arab Saudi untuk studi S1 dengan program studi Ilmu Hadist, S2 dan S3 mengambil program studi Aqidah di Univerrsitas yang sama di Madinah.

Aktivitas yang digeluti Firanda menjadi seorang mubaligh sudah ia geluti saat masih di Yogyakarta. Ia mulai mengisi kajian-kajian Islami di Masjid dan Mushalla sekitar UGM. Sejak tahun 2012 hingga 2018 ia menjadi penceramah di Masjid Nabawi, Madinahuntuk para jamaah Haji dan Umrah dari Indonesia. Selain itu, ia juga menjadi tokokh yang mengisi dakwah di saluran radio Rodja dan mengisi karya tulis di kolom-kolom bantahan terhadap polemik dan problematik dari tokoh-tokoh liberal. Salah satu materi yang dibawakan Firanda yaitu sebuah rumus dalam kitab yang ia tulis, Maqalatul Islamiyyin bahwa Imam Asy’ari menerangkan bahwa takwil ”Allah istiwa ’alal Arsy” merupakan akidah Muktazilah bukan aqidah ahlussunnah seperti yang diklaim oleh madzhab aqidah Asy’ariyah atau Kullabiyah modern, serta kelompok takfiri.[[23]](#footnote-23) Ustadz Firanda mendudukan paham-paham Wahabi yang disembunyikan di dalam berbagai tafsir dialognya. Ideologis yang dibawa dalam setiap safari dakwahnya ialah literalisme, kritik budaya, kritik filsafat, kritik liberalisme, kritik pluralisme.[[24]](#footnote-24)

Aktor kedua yang menjadi objek penelitian adalah Ustadz Abdul Somad, Lc., D.E.S.A, lahir di Silo Lama, Kabupaten Asahan, Sumatera Utara pada 18 Mei 1977. Kultur pendidikan yang didapatkan Abdul Somad sejak kecil ialah dekat dengan pembelajaran Agama. Kedua orangtuanya memasukan Abdul Somad di SD Al-Washliyah Medan, kemudian melanjutkan pendidikan SMP di Ponpes Darul Arafah, Deli Serdang, Sumatera Utara. Setealh itu, Abdul Somad melanjutkan pendidikan di Madrasah Aliyah Nurul Falah, Indragiri Hulu. Sempat menempuh pendidikan sarjan di UIN SISKA Riau selama 2 tahun, kemudian pindah ke Universitas Al-Azhar, Kairo Mesir dengan beasiswa dari pemerintahan Mesir tahun 1998. Dilanjutkan dengan pendidikan Magister di Institut Dar Al-Hadist Al-Hassania dengan beasiswa Pemerintahan Maroko tahun 2004.[[25]](#footnote-25)

Aktivitas setelah menyelesaikan studinya, Abdul Somad menjadi seorang penceramah di berbagai pelosok negeri Indonesia sampai manca negara. Video ceramah yang tersebar di media sosial banyak disukai karena pembahasan yang kompleks dengan gaya penyampaian yang sederhana dan mudah dimengerti. Dalam materi dakwahnya Abdul Somad sering mengulas tentang kajian hadist dan fiqih. Pengetahaun tentang berbagai pandangan madzhab membuatnya diminati karena pemaparan materi yang sangat rinci memabndingkan semua madzhab terhadap suatu problematika. Sebuah kelebihan yang dimiliki Abdul Somad adalah pemikirannya yang kritis dan tajam dalam menjawab persoalan umat, hal itu didapatkannya karena pemahaman yang ia dapatkan saat menempuh pendidikan. Ustadz Abdul Somad sering mendudukan ideologi ceramahnya yang berkaitan tentang masalah kontemporer, nasionalisme, amar ma’ruf nahi munkar, dan kritik politik.

Aktor ketiga yang menjadi objek penelitian adalah Ustadz Dr. Adi Hidayat, Lc., M.A. merupakan tokoh agama yang dibekali dengan ilmu agama sejak dini. Saat kecil ia mempelajari ilmu agama dari sosok ayah dan pamannya yang merupakan pemuka agama di kampung halamannya. Adi Hidayat kecil disekolahkan oleh kedua orang tuanya ke Madrasah Salafiyah Sanusiyyah Pandeglang. Setelah lulus ia melanjutkan studi tsanawiyah dan aliyah di Ponpes Darul Arqam Muhammadiyah, Garut. Di semua tingkat pendidikan Adi Hidayat selalu menjadi siswa atau santri yang berprestasi dengan predikat santri teladan. Pendidikan Sarjananya ia lanjutkan di studi Kuliyya Dakwah Islamiyah, The Islamic Call Collage Tripoli, Libya. Di Libya ia belajar intensif tentang berbagai rumpun ilmu seperti Al-Quran, Hadist, Fiqh, Ushul Fiqh, Tarikh, Lughah, dan ilmu agama lainnya.[[26]](#footnote-26)

Gelar Magiser Agama didapatkannya dari UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Gelar Doktoral ia tempuh di dua universitas yaitu Universitas Ibnu Thufail Maroko denagan studi Islam dan di The Islamic Call Collage Libya dalam bidang Bahasa dan Sastra Arab. Saat ini Adi Hidayat menetap di Kota Bekasi dan mendirikan Quantum Akhyar Institute, merupakan yayasan yang bergeraka di bidang Ilmu Islam. Adi Hidayat dikenal sebagai ustadz yang sangat hafal Al-Qur’an sampai pada letak ayat dan halamannya. Selain hafal Adi Hidayat memahami makna yang terkandung dalam ayat Al-Quran dan menghafal banyak hadits. Disampaikan dengan kemampuan retorika yang baik maka pesan yang disampaikan Adi Hidayat akan mudah dimengerti oleh jamaah. Banyak sekali karya tulis Adi Hidayat yang telah dibukukan, seperti Minhatul Jalil Bita’rifi Arudul Khalil (2010), Quantum Arabic Metode Akhyar (2011), Buku Catatan Penuntut Ilmu (2015), Manhaj Tahdzir Kelas Eksekutif (2017) dan lainnya.[[27]](#footnote-27) Ustadz Adi Hidayat menduduki perkara dalam setiap cermahnya dengan kehidupan masyarakat, muamalah, kritik sosial, sejarah dan teologi.

Aktor Keempat yang menjadi objek penelitian adalah Emha Ainun Nadjib atau yang akrab disapa Cak Nun merupakan tokoh intelektual Islam yang memiliki ragam pemikiran yang cukup kompleks. Bidang keilmuwan yang dimilikinya sangat luas seperti sastra, teater, tafsir, tasawuf, musik, filsafat, pendidikan, kesehatan, antropologi, sosiologi dan lain-lain. Cak Nun lebih dikenal sebagai seorang budayawan yang berasal dari tanah Jawa, tak ayal memang ia lahid di Jombang, Jawa Timur pada 27 Mei 1953. Sosok Cak Nun semakin dikenal orang menjelang kejatuhannya pemerintahan Soeharto, karena merupakan salah satu tokoh yang diundang ke Istana Merdeka untuk dimintakan pandangan dan nasihatnya, yang kemudian celetukannya diadopsi oleh Soeharto yaitu *”Ora dadi Presiden ora patheken”.*

Latar belakang pendidikan Cak Nun memiliki kisah yang menarik, dari dulu ia merupakan anak yang peka terhadap lingkungan sekitar dan teguh pada prinsip keadilan. Ia berani memerotes gurunya yang telat menagajar dan berimbas ia dikeluarkan dari SD. Kemudian ia dikirim ke Ponpes Modern Gontor selama 2,5 tahun yang memberikan budaya santri yang mengakar. Cak Nun juga dikenal sebagai penulis essay yang memiliki kualitas dan diakui oleh Harian Kompas dan Majalah Tempo. Aktivitas Cak Nun saat ini ialah memberikan narasi ke berbagai pelosok dengan membawa wadah Majelis Masyarakat Maiyah dan Kiai Kanjeng. Ideologi yang dibawakan oleh Cak Nun dalam safari dakwahnya ialah antropologi, sejarah, filsasfat, sastra, kritik sosial, kritik politik, dan keadilan atau kesetaraan.

Keempat aktor tersebut memiliki latar belakang kehidupan dan keilmuan yang berbeda sehingga cara berdakwahnya memiliki kekhasan atau karakteristik yang berbeda sebagai entitas dakwah. Pada penelitian ini keempat tokoh tersebut akan dibongkar ideologi dakwahnya dengan pendekatan jaringan sosial sehingga setiap ucapannya bisa memengaruhi orang lain atau mendapatkan efek domino dari setiap ucapannya. Hal itu menimbulkan pro dan kontra di masyarakat luas sehingga menjadikan ucapannya fenomenal dan menuai banyak perhatian oleh masyarakat yang mendengarkannya secara luas di sosial media terutama di setiap channel Youtube yang digunakan aktor sebagai media.

**Isu dan konten dakwah digital**

Sebuah konten video yang memuat dakwah merupakan hasil refleksi dari aktor atau penceramah sebagai media untuk menyampaikan kompetensi keilmuan yang telah didapatkannya. Sebagai sebuah upaya untuk menyiarkan ajaran agama Islam yang memuat hukum-hukum wacana, baik internal maupun eksternal. Konten dakwah digital dapat menjadi sebuah legitimasi dari sebuah upaya yang dilakukan penceramah dalam berdakwah. Sebab itulah, penelitian yang membongkar ideologi-ideologi yang terdapat di dalam konten menarik untuk ditunaikan. Berikut beberapa konten dakwah digital dari 4 tokoh objek penelitian yang akan dibongkar ideologinya:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | URL | Judul Konten | Durasi | Viewers | Jumlah komentar |
| 1. | <https://youtu.be/AwygCJUKpJg> | Video Full Ceramah Ust Firanda Mengatakan Walisongo Wali Setan | 4’10” | 50,100 views | 1,065 |
| 2. | <https://youtu.be/aoFmYg8vOus> | Starbucks Mendukung LGBT - Ustadz Abdul Somad Lc. MA | 1’00” | 46,472 views | 187 |
| 3. | <https://youtu.be/EfgvmpbD_w0> | Ternyata Islam, Ini Nama Asli Kapitan Pattimura - Ustadz Adi Hidayat LC MA | 3’07” | 127,277 views | 3,263 |
| 4. | <https://youtu.be/z_dhuDU7A8A> | Cak Nun Mengaku Legowo Dihujat Warganet Karena Sebut Jokowi Firaun tvOne Minute | 2’13” | 285,474 | 4,339 |

**Tabel 1** *Data konten dakwah digital di platform Youtube*

Keempat video dakwah di dalam tabel merupakan video yang memiliki konten yang fenomenal dari segi isi dan pesan dakwah. Dari konten tersebut diperankan oleh 4 aktor berbeda dengan narasi dakawah dan materi yang berbeda berdasarkan ideologi masing-masing. Konten dakwah akan memperlihatkan kualitas dan kompetintas yang dimiliki oleh para penceramah atau aktor dakwah, bahkan masyarakat dapat menilai peningkatan pengetahuan atau bahkan menyebabkan inferioritas pengetahuan Islam.

**Konten Dakwah Digital Ustadz Firanda Andirja**

Pertama Ustadz Firanda Andirja yang menduduki perkara ketauhidan yang bermanhaj salafi atau wahabi. Wahabi merupakan gerakan atau pemahaman puritan yang membawa ajaran bahwa Islam harus bersih dari bid’ah, takhayul dan khurafat. Manhaj Salafi atau Wahabi ini diajarkan untuk menerima nash Al-Qur’an dan Hadits dengan tekstual tanpa melakukan takwil (menggunakan rasio) sama sekali. Hal ini sejalan dengan latar belakang pendidikan Ustadz Firanda di Madinah yang mayoritas menganut ajaran wahabi atau salafi. [[28]](#footnote-28)

Dalam video yang diunggah oleh Channel Youtube @HabibZaenChannel yang berdurasi empat menit sepuluh detik memperlihatkan Ustadaz Firanda yang mendapat pertanyaan dari jamaah yaitu ”Apakah wali songo yang dulu merupakan wali Allah?”. Kemudian Ustadz Firanda menjelaskan bahwa beliau tidak mengetahui secara pasti apakah walisongo itu merupakan wali Allah. Ustadz Firanda menegaskan bahwa semua orang dapatg menjadi Wali Allah dan tidak terbatas pada yang sembilan (Wali songo). Ia juga memberikan tanda bahwa seorang wali merupakan kedudukan yang lekatkan langsung oleh Allah, dan manusia hanya dapat menilai seseorang dari kulit keshalihannya atau secara dzahiriyah.

Ustadz Firanda kemudian menjelaskan seseorang yang mengaku atau dianggap sebagai wali harus dapat dibuktikan keauntentikannya. Kemuadian wacana yang menjadi fenomenal ketika memberikan contoh salah satu wali songo yaitu Sunan Kali Jaga yang dikisahkan menjadi wali dengan syarat menjaga kali atau sungai dengan meninggalkan kemanusiawiannya seperti makan dan minum, serta meninggalkan ibadah seperti sholat, jika kriteria dan syaratnya dengan menjaga kali maka itu dapat dikatakan sebagai wali setan.

Ustadz Firanda membangun konstruksi untuk menjawab persoalan ini dengan disandarkan pada cara penentuan sifat dan keduduakan sebuah hadist. Jika ditelaah dengan analisis sosial jaringan pendekatan sosiologis atomistik berarti sumber dari semua penjelasan ustadz Firanda berasal dari akses yang dipelajarinya selama hidup. Latar belakang pendidikan Ustadz Firanda lebih banyak dihabiskan di Madinah sehingga tidak mendapatkan pemahaman secara rinci tentang kisah Wali Songo yang berada di tanah Jawa. Selain itu, jaringan yang dimiliki oleh Ustadz Firanda banyak yang bermanhaj wahabi atau salafi dengan sandaran Al-Quran dan Hadist secara tekstual atau terbatas tanpa menggunakan takwil. Penggunaan ideologi Islamisme Literalis terlihat dari penjelasan yang disampaikan dengan muatan Islam tekstual tanpa memandang konteksnya. Selain itu, paradigma Islam dan sikap keberagaman yang dipakai oleh Ustadz Firanda Andirja menggunakan nalar fundamentalis dan eksklusivis.

**Konten Dakwah Digital Ustadz Abdul Somad.**

Konten dakwah digital kedua menayangkan Ustadz Abdul Somad yang memberikan keterangan bahwa brand kopi Strabuck mendukung gerakan lesbian, gay, biseksual, dan transgender (LGBT).Video tersebut diunggah oleh channel Youtube @TanyaUstadzAbdulSomad pada 21 Oktober 2017 dengan durasai tayang 1 menit dan sudah ditonton sebanyak 46 ribu viewers. Ustadz Abdul Somad merupakan penceramah Ahlussunnah Wal Jamaah (Aswaja), ialah sebuah prinsip keislaman dengan merawat sunnah rasul dan para sahabat. Aswaja menjadi paham yang menganut pola madzhab empat imam fiqih yakni Imam Syafi’i, Imam Hanafi, Imam Hambali dan Imam Maliki. Berbeda dengan manhaj salafi, Aswaja memandang hukum Islam menggunakan rasio akal sehat dengan ketentuan koridor hukum islam.

Dalam konten video tersebut, Ustadz Abdul Somad mendapatkan pertanyaan dari salah satu jamaah yang menyinggung soal sebuah kafe kopi yang pemiliknya mendukung gerakan LGBT. *”Ada sebuah kafe kopi terkenal yang pemiliknya mendukung LGBT dan sebagian hasil penjualannya diberikan untuk gerakan LGBT. Bagaimana hukum membeli kopi tersebut?”* Dari pertanyaan tersebut, Ustadz Abdul Somad menyebut secara tegas bahwa kafe yang dimaksud adalah brand kafe kopi Starbucks dari Amaerika Serikat. Pada tahun 2016 pernyataan mendukung gerakan LGBT dari manager Starbucks dilayangkan, katanya ”Starbucks menghargai keragaman dan kesetaraan. Kami berkomitmen untuk menyediakan lingkungan yang inklusif dan ramah untuk semua partners dan pelanggan kamu”. Dari wacana itulah, Ustadz Abdul Somad memberikan fatwa bahwa pelanggan Starbucks menjadi pendukung LGBT karena membeli produk kopi tersebut. Padahal masih banyak kopi lain yang lebih nikmat dan tidak mendukung gerakan LGBT.

Argumentasi dari Ustadz Abdul Somad dapat memicu wacana dan perdebatan dari berbagai kalangan di masyarakat, karena substansi dari materi dakwah dipaparkan dengan sangat gamblang. Jika dianalisis menggunakan *social networking analysis* dirujuk dari latar belakang pendidikan yang diambil oleh Ustadz Abdul Somad dari Timur Tengan khususnya di Negara Mesir dan Maroko yang notabene juga anti terhadap gerakan LGBT. Hal itu dikuatkan dengan dalil dari Al-Quran dan Hadist yang menolak hubungan intim dengan sesama jenis, baik laki-laki dengan laki-laki ataupun perempuan dengan perempuan, hubungan biologis dengan kedua jenis kelamin dan pergantian jenis kelamin atau transgender.

Dari komunikasi verbal yang dilakukan Ustadz Abdul Somad, terlihat bahwa ustadz Abdul Somad sedang menjawab persoalan kontemporer yang terjadi di tengah masyarakat. Ideologi yang dimiliki Ustadz Abdul Somad memiliki korelasi dengan kompetensi yang dimilikinya dari latar belakang pendidikan yang ditempuh di Mesir dan Maroko yaitu paham ideologi Islamisme Nasionalis. Hal itu membentuk karakter Ustadz Abdul Somad yang tegas dan tajam dalam menjawab problematika kontemnporer yang terjadi di tengah publik.

**Konten Dakwah Digital Ustadz Adi Hidayat**

Konten dakwah digital ketiga yaitu menayangkan Ustadz Adi Hidayat yang sedang melakukan kajian di salah satu universitas dengan terma kemerdekaan umat Islam. Dalam konten dakwah digital tersebut, Ustadz Adi Hidayat dalam satu sesi membahas tentang pahlawan yang ada pada uang seribu rupiah kertas keluaran tahun 2000, yaitu Kapitan Pattimura. Kondek dakwah tersebut diunggah oleh channae Youtube @AudioDakwah pada tahun 2018 dan sudah ditonton oleh 127 ribu viewers. Dari isi ceramahnya Ustadz Adi Hidayat mengandung pesan-pesan bertajuk Islamisme yang disampaikan dengan kidah historis yang pada umumnya tidak mengandung Islamisme, tapi dipaparkan dengan substansi Islamisme.

Ustadz Adi Hidayat mendobrak sejarah yang diketahui umum yakni seorang Kapitan Pattimura dikenal sebagai non muslim. Namun, Ustadz Adi Hidayat menggunakan dasar sejarah lain. Kapitan Pattimura berdasarkan sejarah Indonesia dari sejarawan M. Sapija memiliki nama Asli Thomas Mattulessy yang menjadi golongan bangsawan dari Nusa Ina. Akan tetapi, terdapat versi lain dari sejarawan Mansyur Suryanegara, bahwa Kapitan Pattimura memiliki nama asli Ahmad Lussy.[[29]](#footnote-29) Problematika ini terjadi dari segi historiografi. Hal itu karen asejarah ditulis oleh banyak penulis. Akibatnya pengungkapan agama asli pahlawan yang penting untuk generasi sekaran dan akan mendatang tampak sulit digalih. Hal ini membuat sejarah kian mengambang justru akan membawa masyarakat kepada kebingungan.[[30]](#footnote-30)

Bukti ideologi Islamisme Modernis yang dimiliki Adi Hidayat adalah pemilihan versi sejarah yang tendensi pada ajaran Islam dan memuat wacana *novelty historical* yang substansial untuk generasi saat ini dan mendatang. Penjelasan Ustadz Adi Hidayat hanya pada versi sejarah Islamisme tanpa menjelaskan sejarah dari versi yang lain. Pilihan diksi yang digunakan Adi Hidayat mengandung wacana bahwa versi sejarah Islamisme merupakan versi yang paling benar dan versi sejarah lain tidak diungkapkan. Hal ini dapat memengaruhi paham sejarah secara tidak berimbang di kalangan masyarakat.

**Konten Dakwah Digital Cak Nun.**

Isu Konten dakwah digital keempat dari seorang budayawan nasional yang dikenal dengan sebutan Cak Nun. Dalam konten tersebut, Cak Nun sedang memaparkan penjelasan tentang algoritma pemilu Indonesia yang akan dilaksanakan tahun 2024. Konten dakwah tersebut tersebar di berbagai platform media sosial seperti Youtube, X, Facebook, Instragram dan Tiktok. Setelah banyak media berita yang meliput dan menampilkan potongan video Cak Nun tersebut. Salah satunya channel Youtube @tvOneNews pada Januari 2023 dan sudah ditonton oleh 285 ribu viewers.

Cak Nun menyebutkan bahwa sistem politik dan ekonomi Indonesia sudah dipegang oleh beberapa tokoh sehingga hasil pemilu sudah disetting oleh tokoh tersebut. Analogi yang digunakan Cak Nun yaitu menyamakan tokoh modernisme dengan tokoh-tokoh tradisional Islam, yaitu Joko Widodo disamakan dengan Fir’aun, Anthoni Salim disamakan dengan Qorun, dan Luhut Binsar Pandjaitan disamakan dengan Hamman. Semua tokoh tersebut diibaratkan sebagai sistem yang kuat dan saling berkaitan di Indonesia. Keterangan yang disampaikan oleh Cak Nun memuat kontroversi karena dimunculkan dimuka umum dan menyebut personal dari beberapa tokoh. Setelah muncul di permuakaan publik luas, Cak Nun meminta maaf kepada Allah dan pihak yang terkait serta menjelaskan kesalahannya yang menerangkan ”siapa” sebagai individual bukan ”apa” sebagai sebuah konteks.

Dalam konten dakwah digital tersebut, didapatkan hasil bahwa Cak Nun menggunakan ideologi Islamisme Konservatif. Hal itu dapat dibuktikan dari pemilihan analogi yang sangat dekan dengan kisah di Ajaran Agama Islam yaitu Fir’aun, Qorun dan Hamman. Sedangkan dari diksi yang digunakannya banyak menggunakan diksi yang kental dengan kultur Jawa Tradisional yang mendandakan konservatif terhadap budaya. Akan tetapi, Cak Nun menunjukan akulturasi budaya dengan modernisme dari keterangan penjelas seperti sistem politik dan ekonomi.

**Analisis Koneksi dalam dakwah digital**

Dakwah digital merupakan hasil transformasi teknologi. Semua penceramah dapat menyiarkan materi dakwahnya dalam dunia digital pada berbagai platform video sehingga dapat menyebar pada lingkup yang sangat luas. Dunia digital mampu mendobrak jarak jangkauan dakwah yang sangat jauh, masyarakat dapat terhubung satu sama lain walaupun terpaut jarah jauh. Konektifitas inilah yang menjadi jembatan komunikasi antara da’i sebagai penyampai materi dakwah dan mad’u sebagai penerima materi dakwah. Komunikasi yang dapat dilkaukan pada dunia digital tidak hanya berjalan satu arah, akan tetapi mad’u dapat memberikan impulsif sebagai feedback komunikasi. Mad’u dapat memberikan respon terhadap materi dakwah, dan terhubung dnegan mad’u lain yang mengikuti materi dakwah yang sama.

Integrasi data yang diperoleh dalam penelitian ini ada dua jenis. Pertama, Arsip berupa komentar di platform Youtibe masing-masing aktor. Kedua, catatan imersi yang merupakan pengamatan dan refleksi peneliti saat melihat konten dakwah digital dan membaca komentar pengguna platform Youtube. Kedua data tersebut kemudian diintegrasikan dan dianalisis. Proses analisis, sesuai pandangan Ronalt Burt dengan membuat skisma orientasi atomistic kemudian mendapatkan pendekatan structural sebagai jemabatan antara skisma.

Pertama, Ustadz Firanda Andirja dengan konten dakwah yang memiliki substansi penjelasan tentang kebenaran wali songo. Konten ini menjadi sangat kontroversi menuai pro dan kontra di kalangan masyarakat. Banyak yang pada akhirnya memberikan komentar pada video yang diunggah tersebut. Komentar yang banyak dilayangkan oleh masyarakat terbagi pada perpecahan skisma pro dan kontra terhadap penjelasan Ustadz Firanda Andirja.

|  |  |
| --- | --- |
| **Skisma** | |
| **Komentar Pro** | **Komentar Kontra** |
| 1. Yang di salahkan itu ceritanya, bukan orangnya. yang merusak islam sekarang bukanlah orang kafir tapi orang yang suka comot2 video dan memahaminya dengan hawa nafsunya sendiri, padahal sudah jelas yang dijelaskan ust firanda hafidzhullah. 2. Pertama dia bilang dia lihat dari film. Kedua dia bilang kalo memang begitu caranya berarti sesat. Ketiga dia tekankan tapi saya tidak membenarkan cerita itu,,, apa yg salah dari perkataan beliau? Subhanallah. 3. Betul juga apa yg dikatakan ustadz firanda.. Hanya Allah saja yg tahu siapa wali2nya. Sunan kalijaga, hanya Allah s.w.t saja tau amalannya sebelum islam dan selepas islam.. kita tdak boleh menilaikannya hanya Allah saja... | 1. Yang paling hebat adalah wali Firanda. Karena cukup belajar beberapa tahun saja sudah merasa paling benar dari ulama ulama jaman dahulu dan jaman sekarang. Entah Ilmu apa saja yang sudah dikuasainya. Tidak seperti ulama ulama yang lain makin berilmu makan tambah Tawadhu. 2. Segenap keluarga besar Nahdzatul Ulama' kami memaklumi si firanda ini karena kami tahu bahwa dia adalah bocil kemarin sore, jadi kami yg sudah dewasa dalam ilmunya gak akan emosi apalagi marah sama balita 3. Ingat setan tidak suka kepada manusia apa lagi para wali, mungkin ada yang paham firanda itu siapa . |
| **Pendekatan Struktural** | |
| Struktur yang digunakan untuk mengomentari konten dakwah digital Ustadz Firanda memiliki 2 unsur, pertama unsur kontekstual, dan etika dakwah. | |

**Tabel 2.** *Data Sksima dari kolom komentar konten Ustadz Firanda Andirja*

Dalam pendekatan struktural, maka dapat dilihat bahwa masyarakat yang pro terhadap pernyataan Ustadz firanda Andirja tentang Wali Songo akan mendekatkan komentar pada unsur kontekstual, yakni keterangan Ustadz Firanda Andirja memiliki konteks sebuah pertanyaan mengenai kebenaran Wali Songo yang tidak dijelaskan dengan autentik sehingga akan terjadi kesalah pahaman persepsi. Sedangkan masyarakat yang kontra terhadap konten tersebut mendekatkan komentar pada unsur etika dakwah yang dianggap tidak abaik menyebut wali songo sebagai wali setan. Hubungan kedua unsur tersebut sangat erat, sehingga seorang penceramah dituntut untuk tetap kontekstual dan menggunakan cara penyampaian yang baik.

Kedua, Ustadz Abdul Somad yang kontroversi dengan ceramahnya tentang kafe Starbucks yang mendukung gerakan LGBT. Isu dakwah digital ini menuai pro dan kontra karena seolah Ustadz Abdul Somad menggerakan masyarakat untuk boikut Starbucks agar tidak termasuk golongan pendukung LGBT. Skisma dalam masyarakat terjadi pada kolom komentar channel Youtube yang mengunggah video dakwah Ustadz Abdul Somad tersebut.

|  |  |
| --- | --- |
| **Skisma** | |
| **Komentar Pro** | **Komentar Kontra** |
| 1. Sebegitunya kah gais kalian membela brand kopi dari luar yang jelas2 didalam negeri banyak brand kopi lokal. Coba deh telaah lebih dalam lagi maksud UAS dari aspek mencintai brand lokal. 2. Yodah jangan beli barang impor dri Amerika kan Amerika nyumbang duit ke israel 3. Starbucks semiramis Yg suka Starbucks adalah pendukung semiramis dan namrud | 1. Fitnah. Starbucks halal. Takde ape pun nak takut. Mungkin Org kata Kita Tak tahu betul atau salah. 2. Pake Youtube yg jg kerja sama dgn Google pun pndukung LGBT. Klo mau haram, konsisten kan aja ke semua produk pendukungnya. That's it. 3. Di makkah ada tuh kfc, mcd, stabucks dll.. orang sana yang metting ke halamannya dulu. |
| PENDEKATAN STRUKTURAL | |
| Struktur yang digunakan untuk mengomentari konten dakwah digital Ustadz Abdul Somad memiliki 2 unsur, pertama unsur kontekstual dan unsur perbandingan. | |

**Tabel 3.** *Data Sksima dari kolom komentar konten Ustadz Abdul Somad*

Dari pendekatan struktural, maka dapat dilihat bahwa masyarakat yang pro terhadap pernyataan Ustadz Abdul Somad tentang haramnya membeli kopi Starbucks karena mendukung LGBT akan mendekatkan komentar pada unsur kontekstual, yakni keterangan Ustadz Abdul Somad memiliki berbagai konteks yaitu sebuah kehati-hatian agar tidak terjerumus dan konteks peningkatan produk lokal. Sedangkan masyarakat yang kontra terhadap konten tersebut mendekatkan komentar pada unsur perbandingan, dimana banyak produk luar negeri lain yang mendukung LGBT yang tetap dimanfaatkan atau dikonsumsi oleh kaum muslim. Kedua unsur tersebut saling berhubungan pada konteks yang seharusnya tidak standar ganda agar tidak ada terlalu mencuat sebuah perbandingan.

Ketiga, Isu yang menjadi kontroversi di kalangan masyarakat datang dari Ustadz Adi Hidayat yang membongkar sejarah Indonesia tentang pahlawan nasional Kapitan Pattimura. Sejarah nasional versi pemerintah Indonesia menyebutkan bahwa nama asli Pattimura adalah Thomas Mattulessy dan menganut agama Kristiani. Ustadz Hidayat menuturkan sejarah Pattimura versi sejarawan Ahmad Mansur Suryanegara yang menyebutkan nama asli Pattimura adalah Ahmad Lussy yang menganut ajaran Islam. Isu kontroversi ini menciptakan sksima di masyarakat dan dituangkan pada kolom komentar pada unggahan video tersebut.

|  |  |
| --- | --- |
| **Skisma** | |
| **Komentar Pro** | **Komentar Kontra** |
| 1. Secara objektif Yang dijelaskan oleh Ustadz Adi memiliki dasar dari seorang sejarawan Indonesia yang bernama Mansyur Suryanegara yang menulis buku Api Sejarah tahun 2009. Disamping terdapat perbedaan dikalangan ahli sejarah, ustadz Adi berbicara menggunakan dasar yang ilmiah.. 2. Saya lebih percaya pada UAH.. sebab beliau hafal secara mendetail sejarah perkembangan dunia sejak nabi Adam. Menurut saya, gak ada kepentingan beliau untuk hal ini kecuali hanya meluruskan yang selama ini keliru 3. Masya Allah. Subhanallah. Sungguh tidak terbantahkan perjuangan kaum mukmin memerdekakan bangsa ini. Maju terus uah, teruslah suarakan kebenaran yg selama ini ditutupi. | 1. Beliau adalah Pahlawan Nasional yg dikenang akan perjuangannya di tanah Maluku dan itu sudah mutlak dalam sejarah Indonesia. Jadi tidak perlu ditanyakan lagi dari mana nama Thomas Matulessy, dsb itu semua sudah jelas tercatat dalam buku sejarah pahlawan Indonesia. 2. Kata pemerintah lewat buku sejarah namanya Thomas Matulessy. 3. Mohon maaf pak ustad adi hidayat, sebelumnya saya minta maaf saya juga muslim tapi tolong sejarah jang di bolak balikan. saya juga dari maluku, jangan anda selalu anggap bahwa seolah olah pehlawan di negri ini semua muslim, kita harus menjaga perasaan sodara kita yang non muslim juga. |
| **Pendekatan Struktural** | |
| Struktur yang digunakan untuk mengomentari konten dakwah digital Ustadz Adi Hidayat ada pada unsur perbedaan historis | |

**Tabel 4.** *Data Sksima dari kolom komentar konten Ustadz Adi Hidayat*

Pendekatan struktural pada isu konten dakwah digital Ustadz Adi Hidayat hanya pada unsur perbedaan historis. Sejarah mengenai latar belakang pahlawan Kapitan Pattimura memiliki berbagai macam versi. Dua versi yang dipertentangkan dalam konten tersebut adalah versi pemerintah Indonesia dan versi sejarawan Ahmad Mansur Suryanegara. Komentar masyarakat yang pro akan mendekat pada versi milik sejarawan Suryanegara, sedangkan masyarakat yang kontra akan menggunakan historis versi pemerintah sebagai argumentasi untuk melawan. Unsur perbedaan historis ini merupakan hal yang sering terjadi karena kurangnya bukti autentik dan keabsahannya belum mendapatkan titik temu.

Keempat, Cak Nun dengan isu konten dakwah digitalnya yang menyebut Joko Widodo sama seperti Fir’aun, Anthony Salim sebagai Qorun dan Luhut Binsar Pandjaitan sebagai Hamman. Isu menjadi kontroversi karena memuat sebuah analogi yang menciptakan pro dan kontra. Masyarakat yang merupakan jamaah Maiyah Cak Nun menganggap itu sebuh kritik terhadap pemerintah , sedangkan simpatisan pemerintahan Joko Widodo melayangkan keterangan itu sebuah penghinaan.

|  |  |
| --- | --- |
| **Skisma** | |
| **Komentar Pro** | **Komentar Kontra** |
| 1. Ya Allah, sekarang satu persatu terbukti apa yang dibilang Cak Nun. Sedih melihat negeri tercinta ini. 2. Fir'aun abad moderen mantap cak nun keberanianmu memang tiada tara bikin buzzer naik darah 3. Ini baru bisa dibilang ulama, apapun yang terjadi dia ungkapkan. Kalau hitam dia berani katakan hitam, dari pada memuji sesuatu tidak pada tempatnya. Semoga cak nun sehat selalu dan menyuarakan kebenaran | 1. Kamu sendiri yg Fir'aun pak nun.. seorang yg bener-bener ulama selalu menjaga ucapannya dengan penuh bijak dan bisa mempersatukan satu sama lainnya bukan sebaliknya menjadikan provokator. 2. Memang di Indonesia paling gampang menebar isu negatif kepada pemerintah dan ras minoritas. 3. Hilangkan kesombongan di hati walaupun sebiji zarah pun, jaga lidah, berilmu tapi jangan mengesampingkan ADAB, ingat usia. |
| **Pendekatan Struktural** | |
| Struktur yang digunakan untuk mengomentari konten dakwah digital Cak Nun memiliki dua unsur yaitu unsur konteks dan unsur etika. | |

**Tabel 2.** *Data Sksima dari kolom komentar konten Cak Nun*

Dari struktur jaringan, maka dapat dilihat bahwa masyarakat yang pro terhadap pernyataan Cak Nun tentang menyamakan Joko Widodo dengan Fir’aun, Anthony Salim dengan Qorun dan Luhut Binsar Pandjaitan dengan Hamman mendekatkan komentar pada unsur kontekstual, yakni keterangan Cak Nun memiliki konteks sebuah kritik kepada tokoh-tokoh yang berada dalam pemerintahan dan dinilai sebagai *power of system* pada pemilu 2024 dan tatanan ekonomi negara. Sedangkan masyarakat yang kontra terhadap konten tersebut mendekatkan komentar pada unsur etika yang dianggap tidak tepat menyamakan tokoh pemerintahan dengan karakter historis masa lalu. Hal itu dianggap berlebihan karena yang dilakukan pemerintah tidak dapat disamakan dengan karakter tersebut. Hubungan kedua unsur tersebut sangat erat, sehingga seorang pembicara dituntut untuk tetap kontekstual dan menggunakan cara penyampaian yang baik tanpa adanya penghinaan.

**Discussion**

Studi yang membahas ideologi dalam dakwah digital dengan jaringan sosial memperlihatkan bahwa persoalan pertama bukan pada skisma yang terjadi di masyarakat, tetapi pada latar belakang keilmuan yang mampu membentuk konsep ideologi sehingga menciptakan *wisdom* dalam menyampaikan wacana yang substantif dan kontekstual. Skisma yang terjadi di masyarakat merupakan hasil dari wacana seorang da’i yang menuai pro dan kontra. Sebagaimana yang ditemukan di penelitian ini, keempat aktor yang menjadi objek penelitian memiliki ideologi yang berbeda pada konteks konten dakwah yang diteliti. Pertama, Ustadz Firanda Andirja memiliki ideologi dakwah Islamisme literalis sehingga menuai skisma dalam unsur kontekstual dan etika dakwah. Kedua, Ustadz Abdul Somad memiliki ideologi dakwah Islamisme nasionalis yang menuai skisma dalam unsur kontekstual dan perbandingan. Ketiga, Ustadz Adi Hidayat memiliki ideologi dakwah Islamisme modernis dengan banyak skisma masyarakat dalam unsur historis. Keempat, Emha Ainun Nadjib memiliki ideologi dakwah Islamisme konservatif sehingga menuai skisma masyarakat dalam unsur kontekstual dan etika.

Isu dakwah yang dimuat dalam dunia digital dari keempat aktor dalam penelitian ini pada dasarnya mengungkap konteks dalam kehidupan masyarakat dengan tajuk Islamisme. Banyak sekali pengetahuan dan manfaat yang didapatkan dari konten dakwah digital tersebut. Peneliti mencatat semua konten dakwah digital tersebut melakukan *campaign* terhadap ajaran Islam sehingga memberikan dampak pada masyarakat walaupun keempat aktor tersebut tidak tehubung dalam datu kelompok. Masyarakat di sosial media memberikan respon pada konten tersebut menandakan bahwa jaringan sosial dapat terjadi pada ruang digital. Penelitian ini menggunakan analisis jaringan sosial yang merupakan sebuah kebaruan dalam penelitian. Sehingga refleksi penelitian ini mencerminkan sebuah awalan dari sebuah akhiran.

Dalam penelitian ini mengandung dua makna penting. Pertama, makna sosiologis yang mengisyaratkan adanya perkembangan masyarakat yang terjadi dalam dunia teknologi dan perkembangan ilmu sosial. Perkembangan tekinologi menandakan adanya transformasi sosio-kulturar yang memungkinkan perkembangan ilmu sosial mengakar pada nilai yang berlaku di masyarakat. Kedua, makna historis yang ditandai dengan adanya komparasi antara problematika kontemporer dengan problematika yang terjadi di masa lampau. Konten dakwah digital keempat aktor tersebut bersifat historis karena masa kini merupakan hasil perubahan masa lalu melalui faktor intenal dan eksternal.

Sejauh ini penelitian yang ada menggunakan analisis jaringan sosial menekankan pada 3 hal. Pertama, menentukan isu kontroversial dari sebuah konten digital. Kedua, pengaruh konten media sosial yang dapat membuat pengguna media sosial melakukan sebuah respons atau impulsif terhadap isu yang sedang terjadi. Ketiga, studi menekankan pada aktor-aktor yang terlibat dan berpengaruh terhadap isu yang sedang terjadi. Penelitian ini memiliki sebuah *novelty* yaitu melihat isu yang kontroversial menggunakan analisis jaringan sosial dengan pendekatan sosiologi dan orientasi atomistik. Penelitian ini dapat menguji ideologi para aktor dan menjembatani skisma atau perpecahan yang terjadi karena isu kontroversial dengan pendekatan struktural.

**Conclusion and suggestion**

Penelitian ini mendalami tentang ideologi dakwah yang digunakan da’i sebagai aktor dalam penelitian ini. Persoalan pertama penelitian ini adalah sumber dan latar belakang keilmuan yang digunakan para da’i untuk membuat konstruksi materi dakwah. Hal itu sangat mutakhir untuk mendapat respons atau impulsif berupa ekspresi dari mad’u dalam konten dakwah digital di Youtube. Penelitian analisis sosial jaringan ini memusatkan sebab sebuah isu menjadi kontroversial dengan melihat struktural respons dari mad’u di platform Youtube. Dengan pendekatan struktural itulah peneliti menemukan sebuah penghubung untuk skisma atau perpecahan yang terjadi karena isu yang kontroversial tersebut.

Studi ini terbatas pada *sample* kecil sehingga tidak dimungkinkan untuk analisis komparatif. Paling dua hal perlu dikembangkan: penambahan da’i sebagai aktor yang paling berperan dalam sebuah isu kontroversial dan penambahan jumlah isu konten dakwah digital di berbagai platform. Suatu analisis yang komprehensif hanya dimungkinkan dengan suatu pembanding. Sejalan dengan itu, peneliti menyarankan perlunya suatu survei yang menembahkan komponen yang beragam. Dengan cara ini potret yang lengkap dan mendalam tentang pengalaman mengikuti dakwah digital di platform Youtube.

**Reference**

Ali, M. Nasihudin, ‘Aktivitas Dakwah Islam (Sejarah Perkembangan Dakwah Di Indonesia)’, *Braz Dent J.*, 33.1 (2022), 1–12

Budiman, Musyarif, and Firman, ‘Ideologi Buletin Dakwah Al-Islam Dalam Kajian Wacana Kritis’, *KURIOSITAS: Media Komunikasi Sosial Dan Keagamaan*, 9.1 (2016), 21–34 <https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/kuriositas/article/view/173>

Effendy, M H, A N Efendi, and ..., ‘Media Sosial Sebagai Platform Penyampaian Ideologi Keagamaan’, *Proceedings of the 3rd International Conference on Islamic Studies (ICONIS) 2019*, 2019, 1–16

Fanani, Fikri, ‘Potret Tafsir Wahabi Di Indonesia’, *Duke Law Journal* (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019)

Fauzi, Achmad, ‘Gaya Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad’ (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018)

Hamandia, Hasmawati, ‘Trendsetter Dakwah New Media (Media Sosial)’, *Wardah*, 1 (2023), 122–23

Hawariah, A, and Kurnaemi Anita, ‘Jurnal Bidang Hukum Islam Jurnal Bidang Hukum Islam ِ’, *Jurnal Bidang Hukum Islam*, 2.3 (2021), 472–87 <https://doi.org/10.36701/bustanul.v4i2.902.Yusefri.>

Mardiana, Reza, ‘Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial’, *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10 (2020), 148–58

Muhaemin, ‘Dakwah Digital Akademisi Dakwah’, *Ilmu Dakwah: Journal For Homoletic Studies*, 1.1 (2017), 341–56

Muhtadi, Murodi dan, ‘Dakwah Di Era Digital Organisasi Keagamaan Di Indonesia (Potret Pola Dan Metode Dakwah Organisasi Nahdltul Ulama, Mummadiyah, Dan Al Washliyah)’, 2022, 3–71

Nadia, Shofwa, ‘Prinsip Komunikasi Qaulan Balîghâ: Dakwah Ustadz Adi Hidayat Dalam Akun Youtube “Akhyar Tv”’, *Skripsi*, 2019

Nichols, Tom, *Matinya Kepakaran* (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2014)

Nuriz, M. Afton Lubbi, *Generasi Muda Millenial Dan Masjid Era Digital Dalam Buku Masjid Di Era Digital: Arah Baru Literasi Keagamaan* (Jakarta: Center for The sStudy of Religion anDd Culture, 2019)

Rizki, Surya A, ‘Become a Professional Dai In The Era of Digital Revolution 4.0’, *At-Tadzhib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah*, 1 (2019), 8–18

Rofiq, Ahmad Choirul, ‘Problematika Historiografi Nasional Indonesia’, *The Journal of History And Islamic Civilization PROBLEMATIKA*, 1.1 (2017), 65–85

Romli, Asep Syamsul dan M., *Jurnalistik Dakwah: Visi Dan Misi Dakwah Bil Qolam*, I (Bandung: Rosdakarya, 2001)

Rubawati, Efa, ‘Media Baru: Tantangan Dan Peluang Dakwah’, *Jurnal Studi Komunikasi*, 2018, 3–22

Rusli, Nurdin, ‘Spiritualising New Media: The Use of Social Media For Da’wa Purposes Within Indonesian Muslim Scholars’, *Jurnal Komunikasi Islam*, 3.1 (2013), 2–29

Sitorus, Alhamudin Maju Hamonangan, ‘Social Network Analysis (SNA) Tentang Protes Digital Di Twitter: Studi Pada Tagar #CabutPermenJHT56Tahun’, *Sosioglobal: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 7.1 (2022), 82–94

Suryanegara, Ahmad Mansur, *Api Sejarah*, 1st edn (Bandung: Surya Dinasti, 2009)

Thompson, John B, *Analisis Ideologi Dunia: Kritik Wacana Ideologi-Ideologi Dunia* (Jogjakarta: IRCiSod, 2014)

Wibawa, Agung Tirta, ‘Fenomena Dakwah Di Media Sosial Youtube’, 2008, 282

Wibowo, A., ‘Profesionalisme Dai Di Era Society 5.0: Mengulas Profil Dan Strategi Pengembangan Dakwah’, *Wardah*, 1 (2022), 1–13

1. John B Thompson, *Analisis Ideologi Dunia: Kritik Wacana Ideologi-Ideologi Dunia* (Jogjakarta: IRCiSod, 2014). [↑](#footnote-ref-1)
2. Thompson. [↑](#footnote-ref-2)
3. M H Effendy, A N Efendi, and ..., ‘Media Sosial Sebagai Platform Penyampaian Ideologi Keagamaan’, *Proceedings of the 3rd International Conference on Islamic Studies (ICONIS) 2019*, 2019, 1–16. [↑](#footnote-ref-3)
4. Alhamudin Maju Hamonangan Sitorus, ‘Social Network Analysis (SNA) Tentang Protes Digital Di Twitter: Studi Pada Tagar #CabutPermenJHT56Tahun’, *Sosioglobal: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 7.1 (2022), 82–94. [↑](#footnote-ref-4)
5. Thompson. [↑](#footnote-ref-5)
6. Thompson. [↑](#footnote-ref-6)
7. Budiman, Musyarif, and Firman, ‘Ideologi Buletin Dakwah Al-Islam Dalam Kajian Wacana Kritis’, *KURIOSITAS: Media Komunikasi Sosial Dan Keagamaan*, 9.1 (2016), 21–34. [↑](#footnote-ref-7)
8. Tom Nichols, *Matinya Kepakaran* (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2014). [↑](#footnote-ref-8)
9. Muhaemin, ‘Dakwah Digital Akademisi Dakwah’, *Ilmu Dakwah: Journal For Homoletic Studies*, 1.1 (2017), 341–56. [↑](#footnote-ref-9)
10. Budiman, Musyarif, and Firman. [↑](#footnote-ref-10)
11. Murodi dan Muhtadi, ‘Dakwah Di Era Digital Organisasi Keagamaan Di Indonesia (Potret Pola Dan Metode Dakwah Organisasi Nahdltul Ulama, Mummadiyah, Dan Al Washliyah)’, 2022, 3–71. [↑](#footnote-ref-11)
12. Agung Tirta Wibawa, ‘Fenomena Dakwah Di Media Sosial Youtube’, 2008, 282. [↑](#footnote-ref-12)
13. Nurdin Rusli, ‘Spiritualising New Media: The Use of Social Media For Da’wa Purposes Within Indonesian Muslim Scholars’, *Jurnal Komunikasi Islam*, 3.1 (2013), 2–29. [↑](#footnote-ref-13)
14. Efa Rubawati, ‘Media Baru: Tantangan Dan Peluang Dakwah’, *Jurnal Studi Komunikasi*, 2018, 3–22. [↑](#footnote-ref-14)
15. Asep Syamsul dan M. Romli, *Jurnalistik Dakwah: Visi Dan Misi Dakwah Bil Qolam*, I (Bandung: Rosdakarya, 2001). [↑](#footnote-ref-15)
16. Wibawa. [↑](#footnote-ref-16)
17. M. Nasihudin Ali, ‘Aktivitas Dakwah Islam (Sejarah Perkembangan Dakwah Di Indonesia)’, *Braz Dent J.*, 33.1 (2022), 1–12. [↑](#footnote-ref-17)
18. A. Wibowo, ‘Profesionalisme Dai Di Era Society 5.0: Mengulas Profil Dan Strategi Pengembangan Dakwah’, *Wardah*, 1 (2022), 1–13. [↑](#footnote-ref-18)
19. Hasmawati Hamandia, ‘Trendsetter Dakwah New Media (Media Sosial)’, *Wardah*, 1 (2023), 122–23. [↑](#footnote-ref-19)
20. Surya A Rizki, ‘Become a Professional Dai In The Era of Digital Revolution 4.0’, *At-Tadzhib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah*, 1 (2019), 8–18. [↑](#footnote-ref-20)
21. Reza Mardiana, ‘Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial’, *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10 (2020), 148–58. [↑](#footnote-ref-21)
22. M. Afton Lubbi Nuriz, *Generasi Muda Millenial Dan Masjid Era Digital Dalam Buku Masjid Di Era Digital: Arah Baru Literasi Keagamaan* (Jakarta: Center for The sStudy of Religion anDd Culture, 2019). [↑](#footnote-ref-22)
23. A Hawariah and Kurnaemi Anita, ‘Jurnal Bidang Hukum Islam Jurnal Bidang Hukum Islam ِ’, *Jurnal Bidang Hukum Islam*, 2.3 (2021), 472–87 <https://doi.org/10.36701/bustanul.v4i2.902.Yusefri.>. [↑](#footnote-ref-23)
24. Fikri Fanani, ‘Potret Tafsir Wahabi Di Indonesia’, *Duke Law Journal* (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019). [↑](#footnote-ref-24)
25. Achmad Fauzi, ‘Gaya Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad’ (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018). [↑](#footnote-ref-25)
26. Shofwa Nadia, ‘Prinsip Komunikasi Qaulan Balîghâ: Dakwah Ustadz Adi Hidayat Dalam Akun Youtube “Akhyar Tv”’, *Skripsi*, 2019. [↑](#footnote-ref-26)
27. Akhyar TV, “Profil dan Biografi Adi Hidayat Lc. MA.” tersedia di: http://www.akhyar.tv/profil-ustadz-adi-hidayat/ di akses pada 21 Oktober 2023 pukul 18.34 WIB. [↑](#footnote-ref-27)
28. Fanani. [↑](#footnote-ref-28)
29. Ahmad Mansur Suryanegara, *Api Sejarah*, 1st edn (Bandung: Surya Dinasti, 2009). [↑](#footnote-ref-29)
30. Ahmad Choirul Rofiq, ‘Problematika Historiografi Nasional Indonesia’, *The Journal of History And Islamic Civilization PROBLEMATIKA*, 1.1 (2017), 65–85. [↑](#footnote-ref-30)