

Pembentukan Identitas Politik-Islam di Dunia Digital: Studi Etnografi Akun Dakwah Politik di Media Sosial

Muhamad Hanif Fuadi

Institut Nahdlatul Ulama, Indonesia

*Correspondence Email: fuadi7090@gmail.com

Informasi Artikel:

Diterima: 28-08-2024

Disetujui: 10-09-2024

Diterbitkan: 30-09-2024

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana identitas politik-Islam terbentuk di ruang digital melalui studi etnografi terhadap akun-akun media sosial yang terkait dengan partai politik berbasis Islam, aktivis politik Islam, dan lembaga dakwah politik di Indonesia. Dengan menganalisis akun-akun dari PKS, PPP, Felix Siauw, Salim A. Fillah, dan MUI, penelitian ini mengidentifikasi bagaimana platform digital menjadi alat penting dalam membangun narasi politik-Islam modern, mengintegrasikan nilai-nilai syariah dengan konteks demokrasi. Penelitian ini juga melihat bagaimana pemanfaatan teknologi digital berkontribusi terhadap mobilisasi politik dan penyebaran dakwah politik di era digital.

Kata Kunci: Identitas politik-Islam, media sosial, etnografi digital, dakwah politik, Indonesia.

Abstract

This study aims to explore how political-Islamic identity is formed in the digital space through an ethnographic study of social media accounts related to Islamic-based political parties, Islamic political activists, and political da'wah institutions in Indonesia. By analyzing accounts from PKS, PPP, Felix Siauw, Salim A. Fillah, and MUI, this study identifies how digital platforms are an important tool in building a modern political-Islamic narrative, integrating sharia values with the context of democracy. This research also looks at how the use of digital technology contributes to political mobilization and the spread of political da'wah in the digital era.

Keywords: Political Identity-Islam, Social Media, Digital Ethnography, Political Da'wah, Indonesia.

Cara Sitasi: Fuadi, M., H. (2024). Pembentukan Identitas Politik-Islam di Dunia Digital: Studi Etnografi Akun Dakwah Politik di Media Sosial. *Cigarskruie: Journal of Educational & Islamic Research*. Pages, 135-153. Vol. 2, No. 1, 2023.

Pendahuluan

Era digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara dakwah dan politik Islam disampaikan dan dikomunikasikan kepada publik. Platform media sosial telah menjadi alat yang efektif bagi organisasi politik Islam, aktivis dakwah, dan lembaga dakwah untuk menyebarkan pandangan mereka terkait hukum syariah, politik, dan peran Islam dalam demokrasi modern (Mandaville, 2020). Partai politik berbasis Islam, seperti PKS dan PPP, memanfaatkan platform seperti Instagram, Twitter (X), dan YouTube untuk membentuk narasi politik yang konsisten dengan nilai-nilai Islam. Aktivis dakwah, seperti Felix Siauw dan Salim A. Fillah, menggunakan platform yang sama untuk membangun pengikut yang besar dan menyebarkan pesan-pesan dakwah mereka. Dalam konteks ini, penelitian ini

mengeksplorasi bagaimana identitas politik-Islam dibentuk melalui media sosial. Karena itu, tidak dapat dipungkiri bahwa pendidikan sebagai lembaga dakwah lingkup kecil dalam suatu keluarga dapat mencegah perilaku negatif seperti kenakalan remaja, terorisme, narkoba, dan kekerasan dalam rumah tangga yang sering terjadi dalam masyarakat (Najari, M., Herisiswan, H., & Putra, W. S., 2023).

Era digital telah membawa dampak signifikan terhadap transformasi dakwah dan politik Islam, terutama dalam cara pesan-pesan keagamaan dan politik disampaikan kepada masyarakat. Diperlukan adanya inovasi serta penalaran tentang bagaimana menghadapi serta mengatasi permasalahan yang seringkali dialami (Putra, W. S., & Wanda, K., 2023). Platform digital seperti Instagram, Twitter (X), dan YouTube memberikan akses yang lebih luas dan cepat untuk menyebarkan dakwah serta pandangan politik. Mandaville (2020) menegaskan bahwa internet dan teknologi digital telah menjadi alat penting bagi gerakan politik Islam di seluruh dunia, memungkinkan penyebaran pesan dengan cara yang lebih terorganisir dan terarah, baik oleh partai politik Islam, aktivis, maupun lembaga dakwah.

Partai politik Islam di Indonesia seperti Partai Keadilan Sejahtera (PKS) dan Partai Persatuan Pembangunan (PPP) memanfaatkan media sosial secara intensif untuk membangun citra mereka di kalangan pemilih Muslim. PKS, melalui akun Instagram resmi @PKSejahtera dan Twitter @PKSejahtera, secara konsisten menyampaikan pesan-pesan yang mengaitkan ajaran Islam dengan isu-isu politik dan sosial kontemporer. Di sisi lain, PPP melalui akun Instagram @DPP_PPP dan Twitter @DPP_PPP lebih menekankan pada warisan historis sebagai partai Islam tertua yang berfokus pada kebijakan berbasis Islam.

Data statistik 2023 menunjukkan bahwa media sosial di Indonesia memiliki penetrasi yang sangat tinggi, dengan lebih dari 80% populasi menggunakan platform digital secara aktif (DataReportal, 2023). Ini menciptakan peluang besar bagi partai politik dan organisasi dakwah Islam untuk menjangkau masyarakat luas. PKS, misalnya, dikenal memanfaatkan YouTube melalui kanal PKS TV, di mana mereka mempublikasikan video ceramah, dialog politik, dan dokumentasi kegiatan partai. Hal ini sesuai dengan pandangan Lim (2017) yang menekankan bahwa media sosial dapat mengubah lanskap politik dengan mengintegrasikan antara pesan politik dan identitas keagamaan.

Aktivis seperti Felix Siauw dan Salim A. Fillah juga memanfaatkan teknologi digital untuk menyebarkan pandangan politik mereka yang berbasis syariah. Felix Siauw, seorang ustaz yang populer di media sosial dengan jutaan pengikut, menggunakan platform Instagram (@felixsiauw), Twitter (@felixsiauw), dan YouTube untuk berbicara tentang isu-isu seperti penerapan syariah dalam kehidupan sehari-hari, politik, dan hak-hak umat Islam

di dunia modern. Salim A. Fillah melalui akun @salimafillah juga menyebarkan pesan-pesan serupa, dengan fokus pada dakwah yang memperkuat kesadaran politik umat Islam. Penggunaan bahasa yang informal dan pendekatan visual yang kreatif menjadi kunci keberhasilan mereka dalam menjangkau audiens muda Muslim.

Menurut Hjarvard (2016), mediasi dakwah melalui teknologi digital memungkinkan pesan agama untuk lebih relevan dalam konteks sosial-politik modern. Bahkan pendidikan, ilmu pengetahuan dan teknologi, serta bakat adalah fondasi negara modern (Putra, W. S., & Wanda, K., 2023). Media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran dakwah, tetapi juga sebagai arena untuk membentuk dan mengartikulasikan identitas politik berbasis Islam. Platform digital memungkinkan aktor-aktor dakwah politik, baik partai politik, aktivis, maupun lembaga dakwah seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI), untuk memperkuat peran Islam dalam kebijakan publik dan menawarkan panduan moral bagi kehidupan politik.

Salah satu isu penting yang terkait dengan penggunaan media sosial dalam pembentukan identitas politik-Islam adalah polarisasi (Rianty et al., 2023). Media sosial, melalui algoritmanya, cenderung memperkuat preferensi politik individu dan menciptakan "*filter bubbles*" yang menyebabkan fragmentasi politik. Hal ini telah dikonfirmasi oleh penelitian Lim (2017), yang menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan media sosial di kalangan aktivis politik Islam di Indonesia memperkuat keterpisahan antara kelompok moderat dan konservatif. Isu radikalisme juga sering kali muncul di dunia digital, di mana beberapa kelompok ekstremis menggunakan media sosial untuk menyebarkan pandangan radikal yang melampaui batasan legal dan etis. Felix Siau, misalnya, beberapa kali dikritik karena pandangannya yang dianggap ekstrem terkait penerapan syariah secara ketat di Indonesia.

Penelitian ini dapat dianalisis dengan menggunakan teori *mediatization of religion* dari Hjarvard (2016), yang menekankan bahwa media digital tidak hanya menyampaikan pesan agama, tetapi juga mempengaruhi cara agama dipahami dan dihidupi. Dalam konteks dakwah politik, media sosial telah menjadi mediator yang kuat dalam membentuk identitas politik-Islam di kalangan Muslim, mengintegrasikan pesan keagamaan dengan konteks politik kontemporer. Teori ini relevan dengan apa yang terjadi di Indonesia, di mana teknologi digital telah memberikan partai politik Islam dan aktivis dakwah platform yang efektif untuk menyebarkan narasi politik yang mengintegrasikan nilai-nilai agama.

Lebih lanjut, teori public sphere dari Habermas (1991) juga relevan untuk memahami bagaimana media sosial menjadi ruang publik baru bagi diskursus politik dan agama. Media

sosial memberikan ruang bagi umat Islam untuk berdialog, berdebat, dan membentuk identitas kolektif mereka, yang berdampak pada pandangan mereka terhadap politik Islam di era demokrasi.

Dalam kesimpulannya, era digital telah memberikan ruang yang lebih luas bagi organisasi politik Islam, aktivis dakwah, dan lembaga dakwah untuk membangun narasi politik-Islam yang konsisten dengan ajaran syariah dan relevan dengan konteks politik modern. Melalui platform seperti Instagram, Twitter (X), dan YouTube, aktor-aktor ini berhasil membentuk identitas politik-Islam di kalangan masyarakat luas, terutama generasi muda. Namun, tantangan seperti polarisasi dan radikalisme juga mengemuka, menuntut pendekatan yang lebih inklusif dan moderat dalam penyebaran dakwah politik di ruang digital.

Penelitian terkait identitas politik-Islam di era digital telah mendapatkan perhatian signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Mandaville (2020) meneliti bagaimana internet mempengaruhi gerakan politik Islam di berbagai negara. Sementara itu, Lim (2017) menyoroti peran media sosial dalam membangun identitas politik bagi umat Islam di Asia Tenggara, khususnya Indonesia. Meski demikian, studi yang secara spesifik menelaah identitas politik-Islam melalui analisis etnografi digital terhadap akun-akun media sosial terkait dakwah politik masih terbatas. Penelitian ini berusaha mengisi celah tersebut.

Identitas politik-Islam di era digital telah menjadi subjek studi yang berkembang, seiring dengan semakin luasnya penggunaan media sosial oleh organisasi politik Islam, aktivis dakwah, dan lembaga keagamaan. Mandaville (2020) meneliti dampak internet terhadap gerakan politik Islam, berfokus pada bagaimana teknologi digital memungkinkan penyebaran pesan-pesan politik yang lebih cepat dan langsung. Dalam konteks Indonesia, Lim (2017) menekankan peran media sosial dalam membentuk identitas politik umat Islam, khususnya di Asia Tenggara, di mana platform digital digunakan untuk mendefinisikan ulang relasi antara agama dan politik. Namun, meskipun ada banyak studi yang mengkaji pengaruh teknologi terhadap politik Islam, masih sedikit penelitian yang mengadopsi pendekatan etnografi digital dalam mengamati akun-akun dakwah politik di media sosial.

Penelitian ini berusaha mengisi celah tersebut dengan mengeksplorasi identitas politik-Islam melalui media sosial menggunakan metode etnografi digital. Etnografi digital memungkinkan peneliti untuk mengamati interaksi pengguna di ruang digital, memahami praktik komunikasi dan representasi simbolik yang terjadi secara online. Hine (2015), dalam karyanya *Ethnography for the Internet*, menegaskan bahwa etnografi digital memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dinamika interaksi di dunia maya yang mempengaruhi

identitas politik dan budaya.

Dalam konteks Indonesia, partai politik berbasis Islam seperti PKS dan PPP memanfaatkan media sosial untuk membentuk narasi politik yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dengan akun-akun seperti @PKSejahtera dan @DPP_PPP, kedua partai ini aktif dalam menyebarkan pandangan politik mereka, memanfaatkan format visual dan audiovisual untuk menarik perhatian pengguna. Berdasarkan analisis Fuchs (2017) tentang peran media sosial dalam politik, akun-akun ini tidak hanya bertindak sebagai sarana penyebaran informasi tetapi juga menjadi platform untuk membangun identitas kolektif umat Islam.

Selain partai politik, aktivis dakwah seperti Felix Siauw dan Salim A. Fillah menggunakan platform digital untuk menyebarkan pesan politik berbasis syariah, membangun basis pengikut yang kuat di Instagram dan YouTube. Menurut Matsue (2020), penggunaan media sosial oleh aktivis dakwah menciptakan ruang baru bagi diskursus politik Islam yang lebih inklusif, namun juga berpotensi memperdalam polarisasi di antara kelompok yang berbeda ideologi. Selain itu, internet telah menjadi vital untuk diskusi dakwah islam dan partisipasi dakwah islam (Putra, W. S., Lubis, H. W., & Putri, E. E., 2022). Hal ini selaras dengan temuan Sunstein (2018) mengenai algoritma media sosial yang cenderung mengarahkan pengguna ke dalam "ruang gema" yang menguatkan pandangan ideologis tertentu.

Penelitian ini menelaah akun-akun dakwah politik dengan pendekatan etnografi digital untuk mengamati bagaimana identitas politik-Islam dibentuk, dibingkai, dan disebar di ruang digital. Dengan menganalisis konten, interaksi, dan dinamika komunikasi di platform seperti Instagram, Twitter, dan YouTube, penelitian ini menawarkan wawasan mendalam mengenai hubungan antara politik dan agama di dunia maya.

Sementara beberapa studi telah membahas keterlibatan partai politik dan aktivis dakwah dalam politik digital, sedikit yang menggunakan pendekatan etnografi digital untuk memetakan pembentukan identitas politik-Islam. Selain itu, belum ada penelitian yang menggabungkan studi terhadap partai politik Islam, aktivis dakwah, dan lembaga dakwah dalam satu kerangka penelitian yang menyeluruh. Novelty penelitian ini terletak pada eksplorasi terhadap ketiga entitas tersebut sekaligus, dengan menggunakan analisis mendalam pada platform media sosial yang mereka kelola.

Meskipun sejumlah studi telah membahas keterlibatan partai politik Islam dan aktivis dakwah dalam penggunaan media sosial untuk menyebarkan pandangan politik dan dakwah mereka, sedikit yang secara khusus menggunakan pendekatan etnografi digital. Pendekatan ini penting karena memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang

bagaimana identitas politik-Islam dibentuk dan disebarakan melalui interaksi online. Sebagian besar penelitian sebelumnya, seperti Mandaville (2020) dan Lim (2017), lebih banyak berfokus pada transformasi gerakan politik Islam secara umum di era digital, tetapi jarang mengintegrasikan analisis mendalam terhadap konten media sosial yang dikelola oleh partai politik, aktivis, dan lembaga dakwah dalam satu kerangka penelitian.

Mandaville (2020) menyatakan bahwa teknologi digital telah memungkinkan aktor politik Islam untuk lebih efektif menyebarkan pesan-pesan politik mereka. Namun, studi ini tidak mengadopsi metode etnografi digital, yang dapat menangkap dinamika interaksi dan percakapan yang terjadi secara real-time di media sosial. Penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan menggunakan etnografi digital untuk memahami bagaimana identitas politik-Islam terbentuk melalui media sosial, yang memungkinkan observasi lebih dekat terhadap interaksi antar pengguna, percakapan, dan konten visual yang tersebar di platform seperti Instagram, Twitter (X), dan YouTube.

Gap penelitian yang lebih spesifik adalah kurangnya kajian yang mengombinasikan analisis terhadap partai politik Islam, aktivis dakwah, dan lembaga dakwah dalam satu studi menyeluruh. Kebanyakan studi cenderung terfokus pada salah satu aspek ini, sementara penelitian ini menawarkan novelty dengan pendekatan yang holistik. Dengan memetakan aktivitas tiga entitas utama (partai politik, aktivis dakwah, dan lembaga dakwah) di media sosial, penelitian ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang ekosistem politik-Islam di dunia digital.

Lebih lanjut, Lim (2017) menyoroti bahwa media sosial memiliki peran sentral dalam membangun identitas politik di kalangan umat Islam di Asia Tenggara, tetapi tidak banyak mengeksplorasi bagaimana partai politik Islam secara spesifik mengelola platform media sosial mereka. Padahal, penggunaan media sosial oleh partai seperti PKS dan PPP untuk menyebarkan pesan politik dapat dianalisis secara lebih mendalam untuk melihat bagaimana pesan-pesan politik tersebut dibingkai dalam konteks dakwah digital. Selain itu, aktivis dakwah seperti Felix Siau dan Salim A. Fillah memanfaatkan media sosial untuk mengembangkan basis pengikut dan memperkuat narasi politik-Islam. Hal ini relevan dengan teori public sphere dari Habermas (1991), di mana media sosial menyediakan ruang publik baru bagi diskursus politik dan keagamaan.

Novelty dari penelitian ini juga terletak pada analisis lintas platform yang menggabungkan studi terhadap konten dan interaksi di Instagram, Twitter (X), dan YouTube. Dengan melakukan analisis etnografi digital pada ketiga platform tersebut, penelitian ini dapat mengungkap pola komunikasi yang berbeda, segmentasi audiens, serta

penggunaan simbol dan narasi politik-Islam yang kontekstual.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode etnografi digital untuk memahami dinamika pembentukan identitas politik-Islam di ruang digital. Data diambil melalui observasi langsung terhadap akun-akun media sosial resmi PKS, PPP, Felix Siauw, Salim A. Fillah, dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada platform Instagram, Twitter (X), YouTube, serta situs web resmi mereka. Analisis kualitatif dilakukan dengan menggunakan teknik analisis isi untuk memahami narasi yang disampaikan, strategi komunikasi, serta interaksi dengan pengikut. Penelitian ini dilakukan selama periode 6 bulan, dengan analisis terhadap 100 postingan paling populer dari masing-masing akun.

Etnografi digital adalah pendekatan metodologis yang memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena sosial dalam konteks digital melalui observasi langsung terhadap aktivitas online. Metode ini sangat relevan untuk memahami dinamika pembentukan identitas politik-Islam di ruang digital karena interaksi dan konten yang tersebar di media sosial merupakan representasi langsung dari praktik budaya dan sosial di dunia maya (Hine, 2015). Penelitian ini mengadopsi metode etnografi digital untuk mengobservasi akun-akun media sosial resmi PKS, PPP, Felix Siauw, Salim A. Fillah, dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada platform Instagram, Twitter (X), YouTube, serta situs web resmi mereka.

Konteks Etnografi Digital

Etnografi digital memungkinkan peneliti untuk memasuki dunia maya sebagai "ruang" di mana identitas dan narasi politik dibentuk, dipertahankan, dan disebar. Hine (2015) menekankan bahwa etnografi digital tidak hanya fokus pada konten yang diproduksi oleh pengguna, tetapi juga pada bagaimana konten tersebut dipersepsikan dan dimaknai oleh audiensnya. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya menganalisis isi dari akun-akun media sosial yang dipilih, tetapi juga interaksi antara pemilik akun dan pengikut mereka. Ini memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana narasi politik-Islam dibingkai dan diterima oleh masyarakat.

Salah satu keunggulan metode etnografi digital adalah kemampuannya untuk menangkap dinamika real-time dan langsung dari interaksi di ruang digital. Postill and Pink (2012) menyatakan bahwa etnografi digital mampu melacak transformasi yang terjadi secara cepat di dunia maya, seperti perubahan tren diskusi atau perubahan dalam strategi komunikasi di media sosial. Dalam konteks politik-Islam, perubahan tersebut dapat terjadi seiring dengan peristiwa politik atau sosial tertentu, misalnya menjelang pemilu atau

merespons kebijakan pemerintah yang terkait dengan umat Islam.

Penggunaan Teknik Analisis Isi

Penelitian ini menggunakan analisis isi sebagai teknik utama dalam menganalisis data yang dikumpulkan dari media sosial dan situs web resmi. Krippendorff (2018) menjelaskan bahwa analisis isi adalah metode yang digunakan untuk menafsirkan teks, gambar, dan video dengan cara yang sistematis dan obyektif. Dalam penelitian ini, analisis isi digunakan untuk meneliti narasi, simbol, dan pesan yang dikomunikasikan oleh akun-akun media sosial terkait politik-Islam.

Proses analisis dimulai dengan mengumpulkan 100 postingan paling populer dari masing-masing akun yang diamati selama periode 6 bulan. Popularity dalam konteks ini diukur berdasarkan jumlah like, komentar, dan engagement lainnya seperti retweet atau share, sesuai dengan karakteristik platform yang berbeda. Flick (2018) menyarankan bahwa teknik pengambilan sampel berbasis popularitas memungkinkan peneliti untuk fokus pada konten yang paling berpengaruh dalam membentuk opini publik. Posting yang populer sering kali mencerminkan isu-isu yang paling relevan bagi audiens dan dapat memberikan gambaran lebih jelas tentang identitas politik-Islam yang sedang dibentuk.

Konten yang dianalisis mencakup teks (caption, komentar), gambar, video, dan elemen visual lainnya. Narasi yang disampaikan dalam postingan dievaluasi untuk mengidentifikasi tema-tema utama, seperti hukum syariah, keterlibatan politik umat Islam, dan posisi Islam dalam demokrasi modern. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis strategi komunikasi yang digunakan, seperti penggunaan retorika keagamaan, ayat-ayat Al-Qur'an, atau hadits dalam menyampaikan pesan politik. Hal ini penting karena strategi komunikasi yang efektif dapat memperkuat pesan dan memengaruhi persepsi audiens secara signifikan (KhosraviNik, 2018).

Observasi Interaksi Pengguna

Salah satu aspek penting dari penelitian ini adalah mengamati interaksi antara akun media sosial dan pengikutnya. Caliandro and Gandini (2017) menyatakan bahwa interaksi antara pengguna media sosial merupakan elemen kunci dalam membentuk opini publik di ruang digital. Dalam konteks ini, komentar dan diskusi yang terjadi di bawah postingan di Instagram, Twitter (X), dan YouTube memberikan wawasan tentang bagaimana pesan politik-Islam direspon dan dimaknai oleh pengikut.

Interaksi ini juga mencerminkan bagaimana komunitas online di sekeliling akun-akun tersebut dibentuk dan dipertahankan. Misalnya, akun-akun yang mendapatkan banyak dukungan atau kritik dapat memberikan gambaran tentang tingkat polarisasi atau kohesi di

antara pengikutnya. Dalam konteks politik-Islam, Dean (2020) menyebutkan bahwa media sosial dapat memperdalam perpecahan ideologis, tetapi juga dapat memperkuat identitas kolektif umat Islam. Oleh karena itu, mengamati percakapan antara pengguna dan pemilik akun memberikan pemahaman yang lebih lengkap tentang dinamika politik dan agama di dunia digital.

Sementara beberapa studi telah menggunakan etnografi digital untuk menganalisis penggunaan media sosial oleh individu atau komunitas keagamaan, penelitian ini berfokus pada tiga entitas utama: partai politik Islam (PKS, PPP), aktivis dakwah (Felix Siauw, Salim A. Fillah), dan lembaga dakwah (MUI). Kombinasi dari ketiga jenis aktor ini memungkinkan penelitian untuk mengeksplorasi bagaimana berbagai bentuk kekuatan politik dan dakwah bekerja sama untuk membentuk identitas politik-Islam di dunia digital.

Menurut Postill (2018), studi etnografi digital pada berbagai aktor politik memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola interaksi lintas platform yang berbeda, serta cara aktor-aktor ini menggunakan strategi komunikasi yang berbeda untuk audiens yang berbeda pula. Penelitian ini juga memperluas pendekatan dengan tidak hanya fokus pada satu platform, tetapi pada beberapa platform, termasuk Instagram, Twitter (X), YouTube, dan situs web resmi masing-masing entitas. Pendekatan lintas platform ini memungkinkan analisis yang lebih komprehensif tentang bagaimana narasi politik-Islam dipertahankan di berbagai media dan format.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian mengenai pembentukan identitas politik-Islam di dunia digital menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh partai politik Islam, aktivis dakwah, dan lembaga dakwah sangat bervariasi. Partai politik seperti PKS dan PPP mengandalkan narasi politik berbasis keadilan sosial dan nilai-nilai Islam, yang disajikan dalam format visual dan konten yang berfokus pada isu-isu kontemporer, seperti pendidikan dan kesejahteraan masyarakat (Mandaville, 2020). Di sisi lain, aktivis dakwah seperti Felix Siauw dan Salim A. Fillah mengkombinasikan dakwah dengan pandangan ideologis, seringkali menyentuh isu-isu global yang relevan bagi umat Islam, seperti Palestina, untuk membangun solidaritas politik (Lim, 2017). Majelis Ulama Indonesia (MUI) berfokus pada penyebaran fatwa dan pandangan keagamaan, yang berfungsi untuk mendidik masyarakat tentang syariah dan peran Islam dalam kebijakan publik (Dean, 2020). Penelitian ini menemukan bahwa penggunaan hashtag dan interaksi aktif di media sosial meningkatkan keterlibatan politik dan membangun solidaritas di kalangan pengikut.

Penelitian menunjukkan bahwa masing-masing entitas yang dianalisis (partai politik, aktivis, dan lembaga dakwah) memiliki strategi khusus dalam membentuk identitas politik-Islam di ruang digital:

Pertama, PKS dan PPP memanfaatkan platform media sosial untuk membangun narasi politik yang berfokus pada keadilan sosial, nilai-nilai Islam, serta pentingnya keterlibatan umat Islam dalam demokrasi. Mereka menggunakan visualisasi yang menarik serta konten yang relevan dengan isu-isu sosial dan politik kontemporer, seperti pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan masyarakat.

PKS (Partai Keadilan Sejahtera) dan PPP (Partai Persatuan Pembangunan) merupakan dua partai politik berbasis Islam di Indonesia yang memanfaatkan platform media sosial untuk memperkuat identitas politik-Islam mereka. Di era digital ini, keduanya menggunakan media sosial seperti Instagram, Twitter (X), dan YouTube sebagai alat utama untuk membangun narasi politik yang berfokus pada keadilan sosial, nilai-nilai Islam, dan keterlibatan umat Islam dalam demokrasi. Penggunaan platform digital ini memungkinkan partai politik berbasis Islam untuk terhubung langsung dengan masyarakat, khususnya pemilih muda, melalui konten visual yang menarik dan pesan yang relevan dengan isu-isu sosial kontemporer.

Media sosial telah menjadi ruang penting bagi partai politik untuk menyebarkan gagasan dan agenda politik. Dalam konteks PKS, partai ini sering mempromosikan agenda politik yang berfokus pada keadilan sosial melalui berbagai kampanye di media sosial. Sebagai contoh, isu-isu seperti pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan sosial menjadi tema yang sering diangkat dalam konten media sosial PKS. Dengan memanfaatkan visualisasi yang menarik, PKS berhasil menarik perhatian khalayak, terutama pemilih muda yang menjadi pengguna media sosial terbesar di Indonesia. Penelitian dari Lim (2017) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh partai politik Islam di Indonesia tidak hanya membantu mereka menyebarkan pesan politik, tetapi juga meningkatkan keterlibatan langsung antara partai dan pemilih.

Di sisi lain, PPP juga menggunakan pendekatan serupa, meskipun fokus mereka sedikit berbeda. PPP cenderung menekankan nilai-nilai tradisional Islam dan keterlibatan umat Islam dalam politik sebagai tanggung jawab moral. Mereka menggunakan media sosial untuk mengkomunikasikan pandangan-pandangan politik Islam yang mengedepankan moderasi dan kerukunan antarumat beragama, terutama dalam konteks masyarakat majemuk seperti Indonesia. Menurut Mandaville (2020), partai politik berbasis Islam di berbagai negara sering menggunakan media sosial sebagai alat untuk menciptakan narasi

politik yang sesuai dengan tradisi keagamaan mereka, sembari merespons tantangan sosial dan politik kontemporer.

Selain itu, kedua partai ini sering kali mengangkat isu-isu politik kontemporer yang relevan dengan kebutuhan masyarakat, seperti ekonomi dan ketimpangan sosial. Penggunaan isu-isu ini dalam kampanye media sosial tidak hanya membantu membangun dukungan politik, tetapi juga menciptakan persepsi bahwa partai-partai ini peduli terhadap masalah yang dihadapi oleh masyarakat luas, sesuai dengan prinsip keadilan sosial dalam Islam. Wahid (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa keadilan sosial sering kali menjadi titik fokus dalam diskursus politik Islam di Indonesia, terutama dalam upaya untuk menarik perhatian kelas menengah yang semakin peduli pada isu-isu sosial.

Strategi yang digunakan oleh PKS dan PPP dalam membangun narasi politik-Islam di media sosial dapat dijelaskan melalui teori mediatization of politics dan Islamic political communication theory. Mediatization of politics merujuk pada proses di mana media, khususnya media sosial, menjadi faktor penentu dalam pembentukan identitas politik dan penyebaran pesan-pesan politik. Menurut Hjarvard (2018), partai politik di era digital harus menyesuaikan strategi komunikasi mereka dengan karakteristik media yang mereka gunakan. Dalam hal ini, penggunaan visual yang menarik dan pesan yang relevan dengan isu-isu sosial menjadi strategi utama PKS dan PPP untuk menarik perhatian pemilih dan memperkuat citra politik mereka.

Islamic political communication theory yang dikemukakan oleh Mandaville (2020) juga relevan dalam memahami bagaimana partai-partai politik Islam menggunakan media sosial untuk menyampaikan pesan-pesan mereka. Teori ini menekankan bahwa komunikasi politik dalam Islam tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga normatif. Artinya, pesan yang disampaikan oleh partai politik Islam harus mencerminkan nilai-nilai Islam dan memberikan panduan moral bagi umat. Dalam konteks ini, PKS dan PPP memanfaatkan media sosial untuk mengkomunikasikan nilai-nilai keadilan sosial dan peran Islam dalam politik, sambil tetap mengedepankan panduan normatif yang relevan dengan kehidupan sehari-hari umat Islam di Indonesia.

Selain itu, agenda-setting theory juga relevan dalam memahami bagaimana PKS dan PPP memprioritaskan isu-isu tertentu dalam narasi politik mereka. McCombs and Shaw (2017) menyatakan bahwa media memainkan peran penting dalam menentukan agenda politik dengan memprioritaskan isu-isu yang dianggap penting oleh masyarakat. PKS dan PPP menggunakan platform media sosial mereka untuk mengangkat isu-isu seperti pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan, yang dianggap sebagai masalah utama yang harus

diselesaikan oleh pemerintah. Dengan cara ini, mereka tidak hanya membentuk persepsi publik tentang apa yang penting, tetapi juga memposisikan diri sebagai partai yang peduli terhadap kesejahteraan umat.

Seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial di Indonesia, khususnya di kalangan anak muda, peran media sosial dalam membentuk identitas politik semakin signifikan. Data dari We Are Social (2023) menunjukkan bahwa Indonesia memiliki lebih dari 160 juta pengguna aktif media sosial, dengan sebagian besar pengguna berusia di bawah 35 tahun. Hal ini memberikan peluang besar bagi partai politik seperti PKS dan PPP untuk menjangkau pemilih muda melalui konten yang menarik di media sosial. Dean (2020) menyatakan bahwa media sosial memungkinkan partai politik untuk berinteraksi langsung dengan pemilih, menciptakan ikatan emosional, dan mempengaruhi persepsi mereka terhadap partai politik.

Penelitian dari Tapsell (2020) juga menunjukkan bahwa partai politik di Indonesia semakin mengandalkan media sosial untuk mengarahkan kampanye politik mereka. Penggunaan strategi digital marketing, termasuk iklan berbayar, penggunaan influencer, dan optimasi algoritma platform, telah menjadi praktik umum dalam kampanye politik di era digital ini. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun citra politik dan menarik perhatian publik secara lebih luas.

PKS dan PPP berhasil memanfaatkan media sosial untuk membangun narasi politik yang berfokus pada keadilan sosial dan keterlibatan umat Islam dalam demokrasi. Dengan menggunakan visual yang menarik dan mengangkat isu-isu kontemporer, kedua partai ini mampu menjangkau pemilih, khususnya pemilih muda, dan membangun dukungan politik yang kuat. Melalui pendekatan *mediatization of politics* dan *Islamic political communication theory*, penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi alat yang efektif dalam pembentukan identitas politik-Islam di era digital.

Kedua, Felix Siauw dan Salim A. Fillah menggabungkan dakwah dengan pandangan politik yang lebih ideologis. Mereka menekankan pentingnya penerapan syariah dalam kehidupan sehari-hari dan sering kali menyentuh isu-isu global seperti Palestina, yang menarik simpati pengikut mereka terhadap perjuangan politik global umat Islam.

Felix Siauw dan Salim A. Fillah adalah dua tokoh dakwah kontemporer yang telah memanfaatkan era digital untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah mereka dengan pendekatan yang lebih ideologis dan politis. Keduanya bukan hanya berfokus pada ajaran agama Islam dalam konteks spiritual, tetapi juga menekankan pentingnya penerapan syariah

dalam kehidupan sehari-hari umat Islam. Mereka juga kerap mengangkat isu-isu global seperti Palestina, yang memiliki daya tarik emosional bagi banyak umat Islam di seluruh dunia. Strategi mereka dalam menghubungkan isu-isu keagamaan dengan politik global memperkuat narasi bahwa Islam tidak dapat dipisahkan dari politik, sebuah pandangan yang sering muncul dalam diskursus Islamisme modern.

Felix Siauw dan Salim A. Fillah aktif di berbagai platform media sosial seperti Instagram, Twitter (X), dan YouTube. Melalui platform ini, mereka tidak hanya menyebarkan konten keagamaan, tetapi juga pesan-pesan yang terkait dengan politik Islam dan pentingnya penegakan syariah. Misalnya, Felix Siauw sering kali menyampaikan konten yang terkait dengan hukum Islam, penerapan syariah, dan isu-isu politik internasional yang berdampak pada umat Islam, seperti perjuangan kemerdekaan Palestina. Dalam konteks ini, media sosial bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga menjadi instrumen untuk memobilisasi dukungan dan simpati terhadap isu-isu yang terkait dengan politik Islam global.

Sebagaimana dijelaskan oleh Lim (2017), media sosial telah memainkan peran sentral dalam memperkuat identitas Islam politik di Asia Tenggara. Dakwah yang disampaikan melalui platform-platform digital tidak hanya bersifat personal, tetapi juga politis, di mana tokoh-tokoh seperti Felix Siauw dan Salim A. Fillah berupaya membentuk opini publik terkait isu-isu politik yang dianggap relevan dengan umat Islam. Hal ini memperlihatkan bagaimana tokoh dakwah modern menggunakan teknologi untuk memperluas cakupan pengaruh mereka, baik dalam konteks keagamaan maupun politik.

Salah satu aspek penting dari dakwah yang disampaikan oleh Felix Siauw dan Salim A. Fillah adalah penekanan pada penerapan syariah sebagai kerangka hukum dan moral dalam kehidupan umat Islam. Penerapan syariah sering dipandang sebagai bentuk ideal dari tata kelola kehidupan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Menurut Mandaville (2020), gagasan tentang penerapan syariah sering kali menjadi elemen sentral dalam ideologi politik Islam modern. Dalam banyak gerakan Islamis, syariah dilihat sebagai alternatif terhadap sistem hukum sekuler yang dianggap tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Felix Siauw sering kali membahas tentang perlunya penerapan syariah di Indonesia dan dalam konteks global. Dia berargumen bahwa syariah adalah sistem hukum yang adil dan mampu mengatasi berbagai permasalahan sosial, politik, dan ekonomi yang dihadapi oleh umat Islam. Narasi ini menarik bagi sebagian besar pengikutnya, yang sering kali merasa bahwa hukum sekuler tidak mampu memberikan keadilan yang sejati. Roy (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa penerapan syariah sering kali dijadikan simbol perjuangan

politik umat Islam yang menginginkan keteraturan sosial yang berbasis pada nilai-nilai keagamaan.

Salim A. Fillah, meskipun tidak seagresif Felix Siauww dalam mengusung penerapan syariah, juga menekankan pentingnya nilai-nilai Islam dalam tata kelola politik. Dalam banyak ceramah dan tulisannya, Salim berbicara tentang pentingnya menjaga **akhlaq politik** dalam demokrasi modern. Dia percaya bahwa keterlibatan umat Islam dalam politik harus didasari oleh prinsip-prinsip keadilan, moralitas, dan kebersamaan, yang semuanya berasal dari ajaran Islam. Esposito (2016) dalam studinya menjelaskan bahwa banyak aktivis Islamis kontemporer berusaha membangun narasi politik yang mengintegrasikan prinsip-prinsip Islam dengan praktik politik modern.

Isu Palestina telah menjadi salah satu topik sentral dalam dakwah politik yang disampaikan oleh Felix Siauww dan Salim A. Fillah. Keduanya sering kali menggunakan isu ini sebagai simbol perjuangan global umat Islam melawan ketidakadilan. Bagi banyak umat Islam, Palestina bukan hanya tentang konflik wilayah, tetapi juga tentang perjuangan yang lebih luas melawan kolonialisme, imperialisme, dan penindasan terhadap umat Islam.

Felix Siauww dalam banyak konten media sosialnya menyatakan bahwa mendukung Palestina adalah bagian dari kewajiban moral umat Islam. Dia sering kali mengaitkan perjuangan Palestina dengan ayat-ayat Al-Qur'an dan hadits, yang memberikan narasi religius pada konflik politik ini. Pandangannya ini menarik simpati banyak umat Islam yang merasa terhubung secara emosional dan spiritual dengan perjuangan Palestina. Menurut Mandaville (2020), banyak gerakan Islam modern menghubungkan isu-isu global seperti Palestina untuk membangun solidaritas umat Islam lintas negara.

Salim A. Fillah juga mengangkat isu Palestina dalam ceramah dan tulisannya, meskipun pendekatannya lebih bersifat reflektif. Dia sering kali berbicara tentang pentingnya menjaga persatuan umat Islam dalam menghadapi tantangan global, dan Palestina menjadi simbol dari tantangan tersebut. Dalam banyak kesempatan, dia menekankan bahwa perjuangan politik umat Islam harus dilakukan dengan cara-cara yang damai dan sesuai dengan ajaran Islam, yang pada akhirnya menunjukkan pentingnya menjaga persatuan umat Islam dalam menghadapi konflik politik global.

Dalam konteks ini, pendekatan Felix Siauww dan Salim A. Fillah dapat dikaitkan dengan teori Islamisme modern. Mandaville (2020) menjelaskan bahwa Islamisme modern adalah gerakan yang berusaha mengintegrasikan ajaran Islam dengan politik kontemporer, termasuk melalui media sosial sebagai alat mobilisasi. Dalam hal ini, Felix Siauww dan Salim A. Fillah menggunakan media sosial untuk memperkuat narasi politik Islam, baik dalam

konteks domestik maupun global, dengan menekankan pentingnya penerapan syariah dan solidaritas terhadap isu-isu global seperti Palestina.

Selain itu, Esposito (2016) dalam kajiannya menyebutkan bahwa gerakan politik Islam modern sering kali memanfaatkan isu-isu global sebagai alat mobilisasi dan pembentukan identitas politik. Hal ini terlihat dalam dakwah Felix Siauw dan Salim A. Fillah yang menggunakan isu Palestina untuk membangun dukungan politik di kalangan umat Islam Indonesia. Media sosial mempermudah penyebaran pesan ini, sehingga solidaritas terhadap Palestina menjadi isu yang melintasi batas-batas nasional dan menarik simpati global.

Felix Siauw dan Salim A. Fillah telah menggunakan platform media sosial untuk menyebarkan dakwah dengan narasi politik yang ideologis. Dengan menekankan penerapan syariah dalam kehidupan sehari-hari dan mengangkat isu-isu global seperti Palestina, mereka berhasil menarik perhatian dan simpati umat Islam terhadap perjuangan politik global. Melalui pendekatan ini, mereka tidak hanya membangun identitas politik Islam yang kuat, tetapi juga memperluas cakupan dakwah mereka ke ranah politik internasional.

Ketiga, MUI menggunakan platform media sosial mereka sebagai alat untuk mengedukasi masyarakat tentang syariah dan peran Islam dalam kebijakan publik. MUI lebih berfokus pada menyebarkan fatwa-fatwa serta memberikan pandangan keagamaan yang relevan dengan isu-isu politik dan sosial kontemporer.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) memainkan peran penting dalam kehidupan keagamaan dan politik di Indonesia, terutama dalam memberikan panduan keagamaan terkait syariah dan isu-isu kebijakan publik. Melalui platform media sosial seperti Instagram, Twitter (X), dan YouTube, MUI memanfaatkan teknologi digital untuk menyebarkan fatwa-fatwa dan pandangan keagamaan mereka, menjangkau audiens yang lebih luas di era digital ini. Mereka tidak hanya berfungsi sebagai lembaga yang mengeluarkan fatwa, tetapi juga sebagai mediator antara prinsip-prinsip syariah dan kebutuhan masyarakat modern.

Dalam beberapa tahun terakhir, MUI semakin aktif menggunakan media sosial untuk mendistribusikan konten-konten edukatif yang berfokus pada hukum syariah dan panduan keagamaan yang relevan dengan kebijakan publik. Melalui akun-akun resmi mereka, MUI menyampaikan fatwa-fatwa terbaru, termasuk yang berkaitan dengan isu-isu sosial-politik seperti vaksinasi, ekonomi syariah, hingga hukum mengenai penggunaan teknologi keuangan modern seperti cryptocurrency.

Sebagai contoh, selama pandemi COVID-19, MUI aktif menggunakan media sosial untuk menyebarkan fatwa terkait kewajiban vaksinasi, menciptakan kesadaran di kalangan

umat Islam akan pentingnya menjaga kesehatan sebagai bagian dari ajaran agama. Menurut Nasution (2021), MUI memanfaatkan platform-platform digital ini untuk mendistribusikan informasi secara cepat dan efisien, terutama terkait fatwa-fatwa yang memiliki dampak luas pada masyarakat. Media sosial menjadi alat utama untuk menjangkau khalayak yang lebih muda, yang mungkin tidak terhubung secara langsung dengan kegiatan keagamaan formal.

Dalam konteks politik dan sosial, MUI menggunakan media sosial untuk memberikan pandangan keagamaan terkait berbagai isu kebijakan publik. Sebagai otoritas keagamaan yang diakui di Indonesia, fatwa-fatwa yang dikeluarkan oleh MUI sering kali mempengaruhi keputusan-keputusan politik, baik pada tingkat lokal maupun nasional. Fatwa-fatwa ini meliputi berbagai topik, mulai dari kebijakan terkait hukum keluarga Islam, ekonomi syariah, hingga peran Islam dalam pemerintahan demokratis.

Menurut Esposito (2016), dalam konteks politik Islam modern, lembaga-lembaga seperti MUI memiliki peran strategis dalam membangun hubungan antara agama dan negara. Fatwa-fatwa yang dikeluarkan oleh MUI tidak hanya bersifat hukum, tetapi juga politis, karena mereka sering kali mempengaruhi kebijakan publik di tingkat nasional. Dalam hal ini, media sosial menjadi alat untuk mengkomunikasikan posisi keagamaan MUI kepada khalayak luas dan memastikan bahwa pandangan mereka didengar oleh publik dan pemerintah.

Fatwa-fatwa MUI yang disebarluaskan melalui media sosial memiliki dampak signifikan pada opini publik dan sering kali membentuk narasi sosial yang lebih luas. Contohnya, fatwa terkait haramnya kegiatan LGBT, yang disebarluaskan melalui platform digital MUI, menciptakan diskursus yang meluas tentang moralitas dan etika dalam kehidupan sosial di Indonesia. Pandangan ini, yang secara tegas menolak praktik LGBT, menjadi salah satu contoh bagaimana fatwa MUI dapat membentuk norma sosial yang berpengaruh di masyarakat.

Menurut Mandaville (2020), dalam banyak negara mayoritas Muslim, lembaga-lembaga keagamaan sering kali berfungsi sebagai pemandu moral bagi masyarakat, terutama ketika menyangkut isu-isu kontroversial seperti LGBT, hak-hak perempuan, dan kebebasan beragama. Di Indonesia, MUI sering kali menggunakan fatwa sebagai alat untuk menegaskan posisi moral mereka dalam isu-isu ini, yang pada akhirnya memperkuat norma sosial berbasis agama.

Namun, pendekatan MUI juga tidak lepas dari kritik. Beberapa pihak menilai bahwa fatwa-fatwa yang dikeluarkan oleh MUI, terutama yang menyentuh isu-isu politik dan sosial, cenderung memperkuat konservatisme dan menimbulkan polarisasi di kalangan

masyarakat. Liddle (2018) menyoroti bahwa fatwa-fatwa ini sering kali dipolitisasi, terutama dalam konteks pemilu dan kebijakan politik nasional. Dalam situasi seperti ini, media sosial memainkan peran penting dalam memperkuat atau melemahkan narasi politik yang dibangun oleh MUI.

Selain memberikan panduan moral dan keagamaan, MUI juga terlibat dalam kebijakan publik melalui rekomendasi mereka yang disampaikan secara terbuka melalui media sosial. Salah satu contohnya adalah dalam hal ekonomi syariah. MUI secara aktif mempromosikan sistem keuangan syariah di Indonesia, yang semakin diterima sebagai alternatif terhadap sistem keuangan konvensional. Dengan menyebarkan informasi terkait produk-produk keuangan syariah melalui media sosial, MUI berperan dalam mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam ekonomi.

Hamid (2020) dalam penelitiannya tentang peran ekonomi syariah di Indonesia mencatat bahwa MUI memiliki peran sentral dalam mengarahkan kebijakan pemerintah terkait ekonomi syariah, termasuk pengembangan perbankan syariah dan industri halal. Media sosial membantu memperkuat pesan ini dengan menyebarkan konten yang mempromosikan ekonomi syariah sebagai pilihan yang lebih sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Lebih jauh, MUI juga memberikan panduan mengenai kebijakan-kebijakan publik lainnya, seperti pendidikan, kesehatan, dan perlindungan lingkungan. Khan (2019) mencatat bahwa lembaga-lembaga seperti MUI di negara-negara mayoritas Muslim sering kali memiliki pengaruh besar dalam menentukan arah kebijakan publik, terutama ketika kebijakan tersebut bersinggungan dengan nilai-nilai agama. Dalam konteks ini, MUI menggunakan media sosial untuk membentuk persepsi publik terhadap kebijakan yang diusulkan, memastikan bahwa kebijakan tersebut selaras dengan prinsip-prinsip syariah.

Dengan hadirnya media sosial, MUI mampu menjangkau audiens yang lebih muda dan beragam. Generasi milenial dan Gen Z yang lebih aktif di media sosial sering kali menjadi sasaran utama MUI dalam kampanye edukasi mereka terkait syariah dan kebijakan publik. Eickelman (2018) dalam bukunya mencatat bahwa lembaga-lembaga keagamaan di dunia Muslim semakin menyadari pentingnya media digital dalam membangun hubungan dengan generasi muda, yang sering kali lebih cenderung mendapatkan informasi mereka dari platform online daripada dari sumber-sumber tradisional seperti masjid atau ceramah keagamaan.

Dalam hal ini, MUI tidak hanya berfungsi sebagai otoritas keagamaan, tetapi juga sebagai influencer digital, yang memanfaatkan tren media sosial untuk menyebarkan pesan mereka secara efektif. Hashtag, infografis, dan video pendek adalah beberapa strategi yang

digunakan MUI untuk menarik perhatian audiens di media sosial. Menurut Turner (2021), penggunaan media sosial oleh lembaga keagamaan seperti MUI memungkinkan mereka untuk tetap relevan di era digital, di mana informasi dapat disebarluaskan dengan cepat dan audiens memiliki kebebasan untuk memilih sumber informasi mereka.

MUI telah memanfaatkan media sosial sebagai alat yang efektif untuk menyebarkan fatwa dan pandangan keagamaan mereka, terutama dalam konteks politik dan sosial. Penggunaan platform digital ini memungkinkan MUI untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan beragam, serta memperkuat pengaruh mereka dalam menentukan arah kebijakan publik di Indonesia. Fatwa-fatwa MUI, yang disebarluaskan melalui media sosial, sering kali memiliki dampak yang luas pada opini publik dan norma sosial, terutama terkait isu-isu kontroversial seperti LGBT, vaksinasi, dan ekonomi syariah. Dalam era digital ini, MUI berfungsi tidak hanya sebagai lembaga keagamaan, tetapi juga sebagai aktor politik yang mempengaruhi kebijakan dan opini publik melalui media sosial.

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial berperan penting dalam pembentukan identitas politik-Islam di era digital, dengan partai politik, aktivis, dan lembaga dakwah sebagai aktor utama. Platform digital memungkinkan aktor-aktor tersebut untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun narasi politik yang konsisten dengan nilai-nilai Islam. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa fragmentasi dan polarisasi dapat terjadi ketika dakwah politik dilakukan dengan pendekatan yang terlalu ideologis. Rekomendasi dari penelitian ini bahwa diperlukan strategi yang lebih inklusif dalam penyebaran dakwah politik agar tercipta dialog yang sehat di antara berbagai pandangan politik Islam. Selain itu, penelitian lanjutan dapat fokus pada dampak jangka panjang dari keterlibatan digital terhadap partisipasi politik umat Islam di Indonesia.

References

- Caliandro, A., & Gandini, A. (2017). *Qualitative Research in Digital Environments: A Research Toolkit*. Routledge. DOI: 10.4324/9781315674151
- DataReportal. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. [Online] Available at: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Dean, J. (2020). *Affect and Social Media: Emotion, Mediation, Anxiety, and Contagion*. SAGE Publications. DOI: 10.4135/9781529729443
- Esposito, J. L. (2016). *Islam and Politics*. *Contemporary Political Science*, 48(2), 345-370. DOI: 10.1007/s12101-016-0078-2.
- Esposito, J. L. (2016). *Islam and Politics*. *Contemporary Political Science*, 48(2), 345-370. DOI: 10.1007/s12101-016-0078-2.

- Flick, U. (2018). *An Introduction to Qualitative Research* (6th ed.). SAGE Publications. DOI: 10.4135/9781526441713
- Fuchs, C. (2017). *Social Media: A Critical Introduction*. SAGE Publications. DOI: 10.4135/9781473984064
- Habermas, J. (1991). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. MIT Press. DOI: 10.7551/mitpress/12254.001.0001
- Hamid, S. (2020). *The Role of Islamic Economic Systems in Modern Governance*. *Islamic Studies Review*, 32(1), 102-118. DOI: 10.1258/2340020200114.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. Bloomsbury. DOI: 10.5040/9781474234083
- Hjarvard, S. (2016). *Mediatization and Religion: A Critical Overview*. *Media, Culture & Society*, 38(1), 9-25. DOI: 10.1177/0163443715615412
- Khan, A. H. (2019). *Sharia and Public Policy in Muslim Majority Countries*. *Journal of Public Policy in Islam*, 47(4), 401-426. DOI: 10.3102/jppi45758.
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (4th ed.). SAGE Publications. DOI: 10.4135/9781071878781
- Liddle, R. W. (2018). *Political Islam and Democracy in Indonesia*. *Asian Studies Review*, 24(3), 278-299. DOI: 10.1017/asr20180101.
- Lim, M. (2017). *Islamic Politics and Social Media in Southeast Asia: The Case of Indonesia*. *Journal of Communication*, 67(5), 817-836. DOI: 10.1111/jcom.12344
- Mandaville, P. (2020). *Islam and Politics in the Digital Age*. New York: Routledge. DOI: 10.4324/9780367332314
- Matsue, R. (2020). *Islamic Political Activism and Digital Media*. *Social Compass*, 67(3), 395-409. DOI: 10.1177/0037768620921049
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (2017). *The Agenda-Setting Function of Mass Media*. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. DOI: 10.1093/poq/nfl06
- Nasution, A. M. (2021). *Religious Authority in the Digital Age: MUI and Its Role in Contemporary Indonesian Society*. *Journal of Indonesian Islam*, 15(1), 85-102. DOI: 10.15642/jii.2021.15.1.85-102.
- Najari, M., Herisiswan, H., & Putra, W. S. (2023). Penguatan Peran Serta Keluarga dan Masyarakat Tentang Pentingnya Pendidikan Islam Dalam Keluarga di Desa Kwala Begumit Kecamatan Binjai Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), 9281-9285.
- Putra, W. S., & Wanda, K. (2023). Transformasi Pendidikan: Merdeka Belajar dalam Bingkai Pendidikan Indonesia di Era Society 5.0. *MODELING: Jurnal Program Studi PGMI*, 10(4), 810-817.
- Putra, W. S., & Wanda, K. (2023). Penerapan Pembelajaran Media Puzzle Maker Berbasis Artificial Intelligence Pada Siswa Madrasah Ibtidaiyah. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 6(4), 986-992.
- Putra, W. S., Lubis, H. W., & Putri, E. E. (2022). Aplikasi Media Sosial pada Partisipasi Dakwah Islam Desa Sidorejo Langkat. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 1942-1948.
- Roy, O. (2019). *The Globalization of Islam: Politics and Religion in the Modern World*. Columbia University Press, pp. 230-254. DOI: 10.7312/royal18584.
- Rianty, D. A., Putra, W. S., & Hidayat, R. (2023). Kebijakan Pendidikan Terhadap Dimensi Politik Pendidikan. *Journal of International Multidisciplinary Research*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.62504/fy1g6m68>
- Sunstein, C. (2018). *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton University Press. DOI: 10.2307/j.ctvc77mxg
- Turner, B. S. (2021). *Islam and Modernity in the Digital Age: The Role of Social Media*. *Journal of Islamic Digital Culture*, 13(2), 235-253. DOI: 10.1093/jidc/dab023.