



## REPRESENTASI ISLAM DALAM AKUN MEDIA SOSIAL MASJID-MASJID DI INDONESIA

Muhammad Fahmi<sup>1</sup>, Lukman Harahap<sup>2</sup>, Muhammad Husin Al Fatah<sup>3</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi Islam dan ideologi dipandang dan direpresentasikan dalam akun-akun sosial media masjid-masjid di Indonesia dan bagaimana konten dakwah diproduksi. Objek penelitian ini adalah akun media sosial masjid sebagai objek formal dan konten-konten yang muncul di dalam akun media sosial masjid dalam kaitannya dengan ajaran Islam sebagai objek material. Penelitian ini melibatkan informan yang merupakan pemilik atau admin dari akun media sosial masjid. Hasil penelitian menunjukkan bahwa representasi ideologi seperti ideologi Islam radikal, transnasional khilafah dan moderat memiliki irisan yang berkaitan dan berlawanan yang saling terkait. Irisan-irisan gerakan radikal ini perlu diperjelas karena ada beberapa hal prinsip kelompok lain yang tidak diterima oleh kelompok lain. Bahkan beberapa di antaranya menghukumi kelompok lain sebagai kelompok yang sesat dan laknat sebagaimana kelompok Salafi melabeli kelompok Hizbut Tahrir dan Tarbiyah Ikhwanul Muslimin. Model dakwah dan propaganda kelompok ini memiliki kesamaan gaya penyampaian, yakni Gaya *Inclusion* dengan membuat aktor yang berbeda saat memberitakan hal-hal yang berkaitan dengan kelompok mereka, dan menggunakan teknik *eksklusion* untuk menyerang kelompok-kelompok atau pihak luar Islam yang menyerang mereka. Penelitian lanjutan diperlukan untuk mendeskripsikan alasan kelompok radikal dan intoleran mendapatkan akses di masyarakat. Hal tersebut diperparah dengan arus komunikasi digital yang semakin massif sehingga menjadikan informasi berita terdistorsi. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pemerintah yaitu sebagai acuan peta ideologis masjid-masjid di Indonesia sehingga dapat menjadi bahan perumusan kebijakan terkait pencegahan ajaran radikal dan ideologi transnasional yang disebarkan lewat media sosial.

**Kata Kunci:** Representasi Islam, Akun Media Sosial, Masjid, Konten Radikal, Gerakan Transnasional Khilafah

<sup>1</sup> Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, email: [fahmielhalimy@gmail.co.id](mailto:fahmielhalimy@gmail.co.id)

<sup>2</sup> Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, email: [gus.lukman@gmail.com](mailto:gus.lukman@gmail.com)

<sup>3</sup> Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, email: [fatah1912abdullah@gmail.com](mailto:fatah1912abdullah@gmail.com)

### Abstracxt

This research aims to explore Islam and the ideology viewed and represented in the social media accounts of mosques in Indonesia and how the content of the da'wah is produced. The object of this study is the social media accounts of mosques as formal objects and the contents that appear within the mosque's social media accounts in relation to Islamic teachings as material objects. The study involved informants who were owners or admins of the mosque's social media accounts. The results of the study showed that representations of ideologies such as radical, transnational caliphate and moderate Islamic ideologies have interrelated and opposite wedges. The slices of this radical movement need to be clarified because there are some principles of other groups that are not accepted by other groups. In fact, some of them condemn other groups as heretical and illegitimate, as Salafis label Hezbollah Tahrir and Tarbiyah Ikhwanul Muslimin. This model of proclamation and group propaganda has in common the style of delivery, the Inclusion Style by creating different actors when preaching things related to their group, and using exclusion techniques to attack Islamic groups or outsiders who attack them. Further research is needed to describe the reasons radical and intolerant groups gain access in society. This is compounded by the increasingly massive flow of digital communication that distorts news information. This research can contribute to the government, namely as a reference ideological map of mosques in Indonesia so that it can help formulate policy materials related to the prevention of radical teachings and trans-national ideologies spread through social media.

**Keywords:** Islamic Representation, Social Media Accounts, Mosques, Radical Content, Transnational Movement of the Caliphate

### PENDAHULUAN

Masjid, dilihat dari asal katanya berasal dari kata *sajada*, *yasjudu*, *sujudan* yang artinya tempat sujud<sup>1</sup>. Masjid memiliki peran yang penting dalam masyarakat Islam. Pada masa Rasulullah SAW., masjid adalah institusi pertama yang dibangun setelah hijrah (Susanti, 2019). Masjid berperan tidak hanya dalam soal ritual tapi juga sosial, ekonomi, politik dan kultural (Jumala, 2019). Dasar-dasar “negara Madinah” dibangun dan dilembagakan di masjid (Hariyanto, 2019). Masjid menjadi jantung kehidupan masyarakat Islam pada waktu itu (Munif & Mudhofir, 2017).

Demikian juga pada masa keemasan Islam. Di Timur, Masjid Madrasah Nizimiyah, menjadi pelopor ilmu pengetahuan dan kemajuan umat ketika itu sehingga menjadikan Baghdad sebagai kota pelajar dunia (Rohman, 2015). Sementara di Barat, Mesquita Cardoba Andalusia, menjadi bukti bagaimana sains, ilmu pengetahuan tak bisa dilepaskan dari masjid. Masjid menjadi monumen kemajuan ilmu pengetahuan dan tingginya peradaban Islam ketika itu (Napitupulu, 2019).

Namun, berabad kemudian, masjid meluncur ke titik nadhir peradaban manakalah masjid dikooptasi oleh kepentingan lain. Para Imam masjid atau Syeik yang menyampaikan ajaran yang dianggap bertentangan dengan kepentingan

penguasa ditangkap dan dijebloskan kedalam penjara. Di Indonesia, pada masa Orde Lama Imam masjid yang dianggap makar anti Sekarno ditangkap (Yusuf, 2014). Sementara, pada Orde Baru, masjid-masjid diawasi dan dikontrol agar jangan sampai mengganggu keamanan dan ketertiban Nasional (Kamtimbnas) (Hartono, 1999). Kepentingan politik dan kekuasaan membuat peran masjid dibonsai: sekedar tempat ritual semata.

Terjadinya reformasi politik di Indonesia mengakibatkan peran masjid pun mengalami perubahan (Blakemore, 2019). Masjid mulai mengambil peran-peran lain seperti ikhtiar dan usaha memberdayakan ekonomi umat, mempengaruhi kebijakan politik, sosial budaya dan sebagainya (Hefner, 2011). Iklim kebebasan yang muncul sejak era reformasi (Davidson, 2018) membuat masjid juga seperti masyarakat lain pada umumnya: bebas mengekspresikan diri mereka, salah satunya melalui media sosial (medsos) (Juriens, 2018). Kehadiran media sosial ini juga dimanfaatkan masjid untuk memperluas peran dan pesan-pesan dakwah mereka (Fakhrurroji, 2017).

Pada saat yang bersamaan pula keran-keran aspirasi yang semula tersumbat mulai terbuka lebar dengan adanya internet dan media sosial. Blog, website dan beberapa platform digital di awal tahun 2000an menjadi media alternatif dalam mengekspresikan aspirasi dan pesan-pesan dakwah masjid yang sebelumnya tertekan.

Pada titik ini medsos menjadi media dakwah yang digunakan untuk mengajak kebaikan dan melarang pada hal-hal yang buruk (Latief, 2019). Melalui akun medsos yang dimiliki masjid, pesan-pesan dakwah baik yang disampaikan pada kajian-kajian di masjid sendiri maupun dari konten-konten yang di-*upload* di medsos bisa direplikasi dan direpitasi. Setiap orang bisa mengakses konten dakwah kapan saja dan dimana saja (Rubawati, 2018).

Inilah keunggulan dakwah virtual yaitu hilangnya batas-batas ruang dan waktu. Siapa saja bisa mengakses konten dakwah tersebut asal terhubung dengan internet (Qorib, 2018). Namun, keunggulan tersebut juga memiliki resiko-resiko dan dampak yang kurang baik. Misalnya, penggunaan akun medsos Masjid dalam rangka memobilisasi suara untuk memenangkan kontestasi politik calon atau partai tertentu. Hal ini mengakibatkan terjadinya politisasi agama (Kurniawan, 2018), dimana institusi agama seperti masjid dikooptasi oleh kepentingan politik (Makmun&Huda, 2018).

Politik praktis acap kali mengundang pro-kontra, pertentangan dan konflik di dalam masyarakat, utamanya lagi dalam dunia maya Mustfoa, 2019). Apalagi kalau yang di- *upload* di medsos tersebut mengarah pada kampanye negatif dan kampanye hitam (Lim, 2017). Padahal, dalam ajaran Islam, tegas sekali melarang orang berfikir negatif, buruk sangka, menjelek-jelekan dan memfitnah. Medsos masjid menjadi rentan terkooptasi oleh kepentingan politik yang mengakibatkan akun Medsos masjid yang seharusnya menjadi media dakwah berubah menjadi alat politik praktis. Media penyampai kebaikan menjadi media penyampai fitnah. Media yang memuliakan akal sehat berubah menjadi media agitatif yang fanatik dan irasional.

Disamping itu, medsos masjid juga rentan untuk dijadikan sebagai media penyebaran ajaran radikal dan ideologi transnasional yang membahayakan negara

(Erbschloe, 2018). Konten-konten radikal bisa saja menyusup dalam akun-akun medsos yang dimiliki masjid (Muthohirin, 2015), sebagaimana akun-akun medsos masyarakat lainnya. Bisa juga ideologi radikal dan transnasional (Romario, 2019) tersebut justru berasal acara-acara masjid sendiri dan disiarkan secara langsung lewat medsos. Misalnya dengan mengundang pembicara- pembicara yang anti NKRI dan pro kekerasan pada majelis pengajian masjid. Inilah dilema demokrasi, pada satu sisi negara harus memberikan kebebasan ekspresi pada warganya, namun pada sisi lain bisa saja kebebasan tersebut justru digunakan untuk merongrong integrasi dan memicu perpecahan.

Konten-konten kekerasan menyangkut umat beragama misalnya bisa saja menjadi sumber legitimasi yang mendorong perilaku antagonistik (Evolvi, 2019). Di Indonesia. Ketidakpuasan pada pemerintah dan segala masalah-masalah yang terjadi di Indonesia bisa saja menjadi *trigger* yang membuat orang tergoda untuk melirik ideologi lain di luar ideologi resmi NKRI. Ibarat pepatah “rumput tetangga lebih hijau dari rumput sendiri”, imaji negara “ideal” yang di bisik-bisikkan oleh agitator ideologi transnasional pada media sosial bisa saja mempengaruhi anak bangsa, generasi milenial, untuk mendukung atau tidak bersimpati pada ideologi ratu adil tersebut.

Medsos ibarat agama: bisa memecah belah dan bisa menyatukan. Provokasi dalam medsos, bisa saja mendorong terjadinya disintegrasi pada satu sisi dan pada sisi lain menyatukan dan mengintegrasikan anak bangsa. Demikian halnya dengan medsos masjid, yang seharusnya menyejukkan, menyatukan, bisa saja mendorong kekerasan dan menimbulkan perpecahan. Karena itu, menjadi sebuah kajian strategis, untuk melihat bagaimana medsos masjid merepresentasikan agama? Bagaimana akun medsos yang dimiliki masjid-masjid di Indonesia merepresentasikan Islam? Dari kajian ini diharapkan bisa diterapkan ideologi masjid-masjid di Indonesia, sehingga bisa dijadikan sebagai landasan kebijakan strategi nasional kita.

Berangkat dari latar di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana Islam dipresentasikan dalam akun media sosial masjid-masjid di Indonesia? dan bagaimana mereka memproduksi konten-konten dakwah di akun media sosialnya. Kajian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan mengetahui bagaimana konten dakwah diproduksi dan memiliki muatan representasi ideologis masing-masing masjid.

Kajian ini juga diharapkan memiliki kontribusi terhadap pemerintah untuk sebagai acuan peta ideologis masjid-masjid di Indonesia, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan untuk mendasari kebijakan terkait dengan pencegahan ajaran radikal dan ideologi transnasional yang disebarkan lewat media sosial. Selain itu, kajian ini juga diharapkan menjadi pijakan awal untuk melakukan kajian lanjut berkaitan dengan representasi dan ideologi dalam akun media sosial masjid-mesjid di Indonesia, serta Memberikan rangsangan kajian tentang orientasi tema ini bagi pengembangan studi media sosial dan diskursus islam di Indonesia.

## **Kajian Teori**

Muthohirin (2015) mengkaji kebangkitan radikalisme Islam yang diekspresikan melalui jaringan virtual (media sosial) yang telah menjadi tempat propaganda, rekrutmen, pelatihan, persiapan dan menyerukan pembentukan Khilafah Islam. Media sosial, khususnya Whatsapp (WA), telah digunakan untuk mempengaruhi masyarakat muslim. Secara khusus kelompok-kelompok radikal telah secara aktif menggunakan media sosial untuk menargetkan kaum muda sebagai pengguna utama media sosial (nitizen). Penelitian ini berfokus pada fundamentalisme Islam yang diwakili kelompok-kelompok radikal seperti Hizbut Tahrir Indonesia (HTI), Harakah Tarbiyah dan Jamah Salafi.

Selanjutnya, Ibnu Hajar (2018) mengkaji media sosial sebagai alat dakwah, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana dai memaafkan *Youtube* sebagai sarana komunikasi dakwah, serta bagaimana kelebihan dan kelemahan *Youtube* sebagai sarana komunikasi Dakwah. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan teori *New Media* sebagai pendekatan penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan *Youtube* sebagai salah satu sarana komunikasi dakwah oleh para dai cukup membantu dalam melaksanakan aktivitas dakwah.

Setianto (2018) melakukan penelitian tentang Literasi KOnTen Radikal di media Online, dalam penelitiannya ia menyatakan bahwa maraknya konten radikal di media online menimbulkan keprihatinan banyak kalangan. Upaya meminimalisir pengaruh negatif konten radikal di media online salah satunya adalah melalui kemampuan literasi. Penelitian ini mencoba melihat kemampuan literasi mahasiswa aktifis Islam dalam kaitannya dengan konten radikal di media online. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode etnografi terhadap tiga mahasiswa aktivis Islam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para informan memiliki cukup keterampilan dalam bermedia khususnya dalam memilih, memahami dan menyikapi media online yang memuat konten radikal. Informan menanggapi konten radikal secara moderat dalam relasinya dengan kehidupan bersama melalui sikap menghargai, toleransi dan menerima hidup bersama dalam konteks NKRI. Sikap ini terbentuk dari lingkungan sosial yang terintegrasi dengan baik dan pemahaman keagamaan yang moderat.

Berbeda dengan penelitian Setiono yang lebih memfokuskan pada literasi masyarakat dalam hal ini mahasiswa aktivis Islam dalam menyikapi konten radikal, penelitian kami nanti justru ingin memetakan bagaimana ideologi masjid, dalam hal ini kontens media sosial masjid dalam kaitannya dengan konten radikal dan ideologi transnasional. Dari peta ideologis inilah nanti diharapkan menjadi sebagai bahan untuk melakukan kebijakan deradikalisasi di Indonesia khususnya terkait dengan masjid-mesjid yang memiliki akun media sosial.

Disamping penelitian dari artikel jurnal ada sejumlah tulisan lain yang relevan dengan penelitian ini misalnya Alimi (2018) meneliti tentang eksistensi Agama di era

*post truth*, penelitian ini merupakan bagian dari upaya menjelaskan kedudukan *hoax* dalam kehidupan kita secara ilmiah. *Hoax* ini menjadi bagian dalam sosiologi agama karena sebagian *hoax* di Indonesia berkaitan dengan agama, dimainkan dengan mengeksploitasi agama, dengan tujuan membakar emosi massa untuk kepentingan politik. Sementara di tempat lain seperti Amerika, *hoax* itu berkaitan dengan *science* dan politik, di Indonesia *hoax* paling banyak berkaitan dengan agama atau tokoh agama (Alimi, 2018).

*Muslim Learning Islam on Internet* yang diterbitkan *Springer Nature Switzerlan AG* ini menyatakan bahwa salah satu implikasi penting yang muncul dari perkembangan internet di dalam masyarakat muslim Indonesia adalah munculnya praktik pembelajaran Islam di internet. Banyaknya informasi dan pengetahuan Islam di Internet tidak hanya memunculkan tren baru dalam praktik pembelajaran islam tetapi juga menciptakan praktik sosial yang lebih luas.

Dengan Menggunakan perspektif *digital religion* kajian ini membantah bahwa praktik pembelajaran Islam di internet bukan hanya praktik Islam tetapi juga menyiratkan tiga fenomena sosiokultural yang lebih luas: Pertama; praktik pembelajaran islam adalah bentuk keterlibatan agama sejak internet telah memungkinkan untuk terus berlatih sesuai dengan ajaran mereka. Kedua; praktik pembelajaran islam sebagai ekspresi identitas mereka dan Ketiga; pembelajaran praktik islam sebagai bagian dari upaya mereka dalam mempertahankan jaringan islam dalam konteks global (Fakhruroji, 2019).

Berbeda dengan penelitian Fakhruroji, ada penelitaian yang agak khusus memokuskan pada perempuan, meskipun sama-sama kaitannya dengan internet dan islam yaitu artikel dari Emma Baulch, dan Alila Pramiyanti (Oktober 2018) yang berjudul *Hijabers on Instagram: Using Visual Social to Construct the Ideal Muslim Women*. Artikel yang diterbitkan dalam Volume: 4 Issues: 4, 9 October 2018 SAGE

Jurnal ini mengkaji penggunaan Instagram oleh anggota Komunitas Hijabers Indonesia yang menunjukkan bagaimana mereka menggunakan Instagram sebagai panggung kelas menengah sekaligus sebagai panggung dakwah yang mereka anggap sebagai salah satu tugas utama mereka sebagai muslim. Dengan memposting muslimah berhijab foto di Instagram yang diklaim syari'i mereka juga menghadirkan semacam estetika islam.

Artikel ini memperluas karya tentang budaya para *influencer* di Instagram yang memperlihatkan bagaiman perempuan islam mengontrol tubuh mereka dalam sebuah foto, semangat kewirausahaan dan pilihan konsumen media sosial. Kedua penulis menyimpulkan bahwa Hijabers instagram adalah varian dari post-feminis di media sosial yang syar'i dan bagian dari dakwah di media secara elektronik melalui internet (Baulch&Pramiyanti, 2018).

## **Representasi**

Istilah representasi mengacu pada bagaimana seseorang, kelompok, atau gagasan tertentu ditampilkan (Van Leuween, 1996). Dalam konteks media, representasi mengacu pada bagaimana seseorang, kelompok, atau gagasan tertentu

adalah ditampilkan dalam media. Dalam pandangan umum, media dianggap sebagai institusi netral yang menyampaikan informasi kepada khalayak secara apa adanya. Padahal media, justru memiliki kepentingan untuk memproduksi makna-makna tertentu sesuai dengan agenda setting media. Media tidak sekedar menyampaikan informasi atau hiburan tetapi, media secara sadar digunakan untuk propaganda dan kepentingan ideologis (Durhem & Kellner, 2009). Karena itu, dalam kajian budaya dan media, istilah representasi dimaknai sebagai “production of the meaning of the concepts in our mind through language” (Hall, 2003). Artinya, representasi adalah produksi makna dari pelbagai konsep pemikiran yang disampaikan lewat bahasa.

Oleh karena itu, menurut Hall (2003) penting untuk melihat bagaimana sistem representasi bekerja.. Hal ini mengingat karena seluruh makna akan ditentukan oleh representasi tersebut. Khalayak penting untuk menyadari bahwa apa yang disampaikan dalam media bukanlah realitas sebenarnya tetapi realitas yang sudah melewati sejumlah proses seperti: penyuntingan, edit dan penyesuaian dengan ideologi dan tujuan serta kepentingan media (Schudson dalam Burton, 2008). Inilah yang oleh Berger dan Luckmann (1966) disebut dengan realitas yang sudah dikonstruksikan (*constructed reality*).

Media melakukan politik pemaknaan, memproduksi konsensus ataupun disensus, menyebarkan nilai-nilai, ideologi, interes, misi, tujuan dan kepentingan media (Barker, 2004). Karena itu, representasi media bukanlah representasi natural, tapi representasi yang pekat terselubung jubah kepentingan dan ideologi. Situasi ini mengakibatkan munculnya, apa yang disebut Althusser (1984) sebagai, kesadaran palsu (*false consciousness*).

Chomsky (2003) menggambarkan fenomena di atas sebagai bentuk manipulasi pemikiran publik atau “rekayasa persetujuan” (*engineering of consent*). Publik diibaratkan seperti apa yang dikatakan oleh Walter Lippman sebagai “ignorant herds” (kumpulan/kawanan bodoh) yang harus dipengaruhi. “The public must be put in its lace”. Terjadilah apa yang disebut “the manufacture of consent” melalui penggiringan opini publik. (Chomsky, 2003).

### **Discourse dan Ideologi**

Secara etimologis kata *discourse* berasal dari bahasa Latin *discurrere* (mengalir ke sana kemari) dari nominalisasi kata *discursus* (“mengalir secara terpisah”) yang ditransfer maknanya menjadi “terlibat dalam sesuatu”, atau “memberi informasi tentang sesuatu” (Vas 1992: 7). Dalam bahasa Latin abad pertengahan kata *discursus* selain berarti percakapan, perdebatan yang aktif, dan juga keaktifan berbicara, kata ini juga berarti orbit dan lalu lintas (Vogt 1987b: 16, dalam Stefan T., et al., 2000: 228).

Dalam pengertian yang sederhana, *discourse* berarti cara objek atau ide diperbincangkan secara terbuka kepada publik sehingga menimbulkan pemahaman tertentu yang tersebar luas (Lull, 1998: 225). Kleden (1997) menyebut *discourse* sebagai “ucapan/tulisan dalam mana seorang pembicara/penulis menyampaikan sesuatu tentang sesuatu kepada pendengar/pembaca” (Kleden, 1997:34).

Sementara itu, bagi Fairclough (1992b dalam Mills, 1997) menuliskan pendapatnya tentang *discourse* sebagai berikut di bawah ini “*Discourse does not just describe discursive structures, but also [shows] how discourse is shaped by relations of power and ideologies, and the constructive effects discourse has upon social identities, social relations and systems of knowledge and belief, neither of which is normally apparent to discourse participants*”(Mills, 1997:149). *Discourse* tidak bisa dilepaskan dari relasi kekuasaan dan ideologi, dan bagaimana ia mengkonstruksi identitas dan relasi sosial, pengetahuan dan keyakinan masyarakat.

Dalam tulisannya yang lain Fairclough (1989) menunjukkan bagaimana bahasa dalam kaitannya dengan kekuasaan dan ideologi dibangun. Institusi-institusi media sering dianggap bersikap netral dalam menyediakan ruang bagi wacana publik. Padahal, media sering-sekali diklaim dan persepsikan oleh publik sebagai institusi yang objektivitas dan netral dalam pemberitaan mereka. Akibatnya, *discourse* media ditelan mentah-mentah begitu saja. Para ahli wacana meyakini bahwa ilmu pengetahuan, termasuk di dalamnya *discourse* media, secara inheren merupakan bagian dan dipengaruhi oleh struktur sosial dan diproduksi dalam interaksi sosial (Fairclough, 1995; Scott, 1988; Udasmoro, 2009).

Hal tersebut sebagaimana pendapat Joan Scott (1988) yang melihat wacana atau *discourse* sebagai sesuatu yang bukan hanya sebatas fenomena bahasa (*language*), tetapi juga sebagai praktik sosial, dimana struktur spesifik dari pernyataan-pernyataan, istilah-istilah, kategori-kategori dan kepercayaan-kepercayaan dikonstruksi secara historis, sosial dan institusional dalam sebuah *discourse*. Dengan demikian, jika wacana dilihat sebagai praktik sosial, akan ada implikasi-implikasi yang muncul, yakni dialektika hubungan antara kejadian diskursif tertentu dengan situasi serta institusi dan struktur sosial yang melingkupinya (Udasmoro, 2009).

Hal tersebut paralel dengan pendapat Althusser (1984) yang mengatakan bahwa media adalah bagian dari *ideological state apparatus*. Media, lewat mesin representasi, menyebarkan ideologi. Senada dengan itu, Gramsci (1971) menyatakan dominasi lewat kesadaran (*consent*) atau hegemoni justru marak terjadi di media sebab media dipandang sebagai sarana yang efektif untuk menyebarkan nilai-nilai, keyakinan, pandangan hidup dan ideologi kelompok dominan dalam rangka meraih konsensus publik secara halus.<sup>37</sup> Media sebagai situs kekuasaan (*field of power*) di mana berbagai ideologi direpresentasikan. Melalui representasi di media, apa yang disebut oleh Gramsci (1971) sebagai *popular common sence* yang menjadi dasar hegemoni.

## **Masjid**

Menurut Abeer Allahham (2019) dalam sebuah artikel yang berjudul *Methamorphosis of Mosue Semiotics: From Sacred to Secular Metaphorism – The Case os State Mosques*, yang diterbitkan dalam jurnal Archnet-IJAR: *International Journal of Architectural Researc*, 13(1), 204-217, mesjid-mesjid saat ini memasuki fenomena baru yaitu berubahnya dari masjid yang sakral menjadi masjid yang



sekular. Masjid tidak lagi sekedar tempat suci untuk beribadah tapi juga berubah menjadi institusi sekuler yang mengurus soal-soal keduniaan. Masjid tidak hanya ditandai dengan bentuk arsitek bangunan yang khas sebagai simbol dan imaji rumah ibadah umat Islam tapi juga telah menjadi ruang publik tempat pertemuan lintas budaya (Simonsen & Koefoed, 2019).

Masjid tidak hanya terkait dengan identitas spasial dimana hubungan sosial memiliki asal atau keterikatan teritorial tetapi kemudian menunjukkan bagaimana mereka menyebar melampaui atau menganggangi batas fisik tersebut (Parkin, 2018). Salah satunya lewat media sosial, dimana batas-batas teritorial fisik masjid hilang. Karena itu, meneliti masjid tidak hanya pada fisiknya tapi juga penelitian dapat diperluas pada akun media sosial masjid, seperti akun facebook masjid misalnya (Allen, 2014).

### **Konten Radikal**

Konten radikal adalah konten yang mendorong orang untuk berpikir, bersikap sikap atau bertindak intoleran, baik yang menyangkut perbedaan keyakinan, agama, ras, etnisitas dan identitas lainnya. Konten radikal mendorong orang bersikap eksklusivisme, tidak toleran dengan pikiran lain dan dengan segala macam perbedaannya (*the other*) (Kluknavská, A., & Hruška, M. (2019). Konten radikal bisa berasal dari tafsir terhadap kitab suci suatu agama dalam kaitannya dengan melihat orang lain sebagai musuh (*enemy*) yang harus dibenci dan diwaspadai.

Tafsir agama inilah yang kemudian direproduksi dalam media sosial menjadi *hoax*, yang begitu populer di Indonesia. Pada akhirnya *hoax* inilah menjadi sumber ideologi kekerasan (Farkas, J., Schou, J., & Neumayer, C. 2018). Pikiran yang terbuka dan analitik-rasional aktif dapat digunakan untuk memerangi kepercayaan pada berita *hoax* dan konten radikal (Broinstein, M., Pennycook, G., Bear, A., Rand, D.G., & Cannon, T.D. 2019).

### **Ideologi Trans-Nasional**

Ideologi transnasional adalah ideologi messianistik, ideologi ratu adil, yang mengklaim sebagai solusi total dari karut marut, problem dan masalah-masalah yang terjadi baik pada tataran mikro manusia: pribadi dan keluarga, maupun makro: masyarakat, negara, dunia. Ideologi transnasional menuduh tatanan-tatanan lain di luar dirinya sebagai penyebab kekacauan dunia (Rezai, 2012). Dalam konteks Islam di Indonesia, salah satu komunitas yang diklaim menyebarkan ideologi ini adalah Hizbut Tahrir Indonesia (HTI). Ideologi Khilafah yang selama ini digaung-gaungkan HTI dianggap membahayakan dan mengancam keutuhan NKRI (Osman, 2018).

Penyebaran ideologi ini termasuk cepat, karena menggunakan media baik media konvensional maupun digital. Perkembangan teknologi informasi dengan munculnya media sosial juga ikut memberi andil meluasnya ideologi ini, terutama di kalangan generasi muda milenial yang begitu intens terpapar internet setiap harinya. Konten-konten ini dibuat semenarik mungkin. Tujuannya jelas agar indoktrinasi ideologi radikal ini berjalan mulus, masuk dalam bawah sadar para netizen tanpa

terasa (Orofino, 2019).

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis wacana kritis (*critical discourse analysis*) Theo van Leeuwen.

Teknik	Focus
Exclusion	a. Are there any disappearances of actors in the news? (Passivation). b. Are there media efforts to put forward certain actors and eliminate other actors? (Nomination) c. How are the strategies taken to hide or eliminate these social actors? Is the subject or actor removed by using clauses?
Inclusion	a. How do actors appear in news texts differently? (Differentiation / differentiation) b. Is an event or social actor displayed by giving concrete instructions? (Objectivation / abstract) c. Is the actor shown as is or is the media categorizing the actor? (Nomination / categorization) d. Are actors portrayed with certain bad identities or stereotypes? (Nomination / Identification) e. Does the event or actor appear clearly or not (anonymously)? (Determination / Indetermination)

Objek penelitian adalah akun-akun media sosial sebagai objek formal, dan konten-konten di dalam media sosial sebagai objek material. Kemudian, penelitian ini juga melibatkan informan yang merupakan pemilik atau admin dari akun media sosial masjid dalam kaitannya dengan isu-isu radikalisme dan ideologi trans-nasional.

Data dianalisis dengan dua cara: pada data-data yang berasal dari temuan dari media sosial facebook masjid akan dianalisis dengan CDA Leeuwen. Sedangkan pada data-data wawancara dan observasi akan dianalisis dengan teori-teori sosial dan keislaman (*Islamic studies*). Dengan demikian penelitian ini diharapkan akan menjadi penelitian yang komprehensif yang mengintegrasikan analisis wacana, analisis sosial dan analisis keagamaan/keislaman. Semoga.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Representasi ideologi Transnasional Khilafah

Dalam konten postingan media sosial Instagram dan Facebook masih kami temui beberapa akun yang memiliki kecenderungan dan afiliasi kepada kelompok Transnasional khilafah. Seperti pada halnya postingan mereka yang menganggap bahwa Demokrasi merupakan sistem yang buruk dan wajib diganti dengan sistem khilafah. Padahal, organisasi Transnasional Khilafah yang eksis di Indonesia telah dinyatakan dilarang oleh pemerintah Republik Indonesia sejak tahun 2019.

Pelarangan kegiatan organisasi tersebut, ternyata tidak diikuti dengan proses kaderisasi dan pembinaan di kalangan kelompok tersebut. Reproduksi wacana dengan menggunakan nama atau bendera yang baru membuat ide-ide khilafah Transnasional masih bisa dengan mudah ditemukan di beberapa media sosial.

Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara tim penelitian dengan salah satu

anggota khilafah yang merangkap sebagai anggota tim media dakwah. Salah satu poin yang dikemukakan adalah Islam di Indonesia dalam hal ini direpresentasikan oleh Majelis Ulama Indonesia masih belum bisa memberikan wajah Islam yang Independent.

Islam di Indonesia, menurut mereka masih memerlukan bantuan dari pemerintah, oleh karenanya, MUI dalam hal ini dianggap belum mampu untuk memosisikan diri sebagai representasi Islam di Indonesia. Oleh sebab itu dibutuhkan sistem yang menyeluruh yang dapat mengayomi seluruh kepentingan ummat Islam di Indonesia.

Dalam mendakwahkan Ideologi transnasionalnya, para pemegang akun media sosial membuat konten dengan beberapa cara. Yang pertama, mereka meneruskan atau me *re-post* ulang postingan yang dibuat oleh akun-akun media sosial lain. Dalam hal ini meskipun secara tidak langsung merepresentasi ideology mereka. Yang kedua, mereka membuat konten narasi berdasarkan hasil kajian atau arahan dari guru atau penasehat mereka.

Namun, ada beberapa akun yang rupanya memposting atau repost konten lain tanpa sepengetahuan dewan masjid atau musyawarah. Admin media sosial memiliki inisitif untuk me-repost konten tertentu, sehingga masjid yang memiliki akun media sosial memiliki kecenderungan ideology yang belum bisa dipastikan.

### **Representasi Ideology Radikal dalam beragama**

Postingan yang mengajak, mengutip, dan membuat pengumuman tentang kajian yang bertopik tentang pentingnya perang dalam Islam untuk menyikapi beberapa hal tertentu. Salah satunya kajian dengan topic latihan perang di dalam Masjid. Tidak hanya mempromosikan latihan perang di dalam masjid namun juga beberapa konten mengajak para jamaah untuk bersikap “perang” dalam menghadapi kemusyrikan.

Mungkin bagi beberapa kalangan sikap “perang” dan latihan “perang” di dalam masjid merupakan suatu hal yang lumrah. Namun, hal ini sangat sensitif dan berpotensi negatif apabila dicerna langsung oleh kalangan awam yang kurang mengerti tentang konteks dan situasi yang dimaksudkan.

Ada semangat tendensi dalam konten media yang mempromosikan kegiatan perang tersebut. Karena materi konten media sosial yang disusun mengedepankan perang sebagai perintah Agama. Tentunya konten-konten yang seperti ini wajib mendapatkan perhatian. Karena dikhawatirkan menimbulkan kesalahpahaman di kalangan jamaah.

Beberapa postingan yang cenderung menyerang pihak tertentu. Baik se Agama maupun antar Agama masih kami temui beberapa di lapangan. Salah satu postingan media sosial dari facebook, mengkritik kegiatan pengajian yang dilakukan oleh salah satu ulama. Postingan tersebut tidak melakukan kritik secara keilmuan, namun juga menghina menggunakan perumpamaan yang tidak patut.

Hal ini sungguh disayangkan dikarenakan yang mereka kritik dan singgung merupakan ulama kasepuhan yang dihormati di wilayah tersebut. Dikarenakan memiliki perbedaan pendapat dalam penafsiran Agama, ulama tersebut disamakan

dengan salah satu tokoh pewayangan.

Padahal upaya-upaya toleransi dan dialog antar dan bahkan intra Agama telah sering dilakukan. Namun, masih ada beberapa kelompok yang menyimpan bara api kebencian terhadap kelompok lain yang memiliki perbedaan pemahaman.

Dalam menyampaikan postingannya, media sosial tersebut menggunakan metode inklusi. Mereka mencoba memfokuskan kepada objek yang ditarget dengan menjabarkan beberapa kejelekan dan analogi sifat-sifat pewayangan yang buruk kepada ulama yang dihujat tersebut.

Akun media sosial ini, menyusun secara rinci materi dan konten postingan tersebut. Artinya, postingan merupakan representasi ideologi dari Masjid yang ada.

Di postingan yang lain, ada beberapa akun sosial media yang mengkritik tata cara ibadah yang lazim berlaku di dalam masyarakat seperti tahlilan, yasinan dan beberapa amalan tradisi, bahkan ada beberapa ide tentang toleransi beragama yang coba dilawan oleh beberapa akun tersebut. Tidak hanya amalan, tetapi juga praktek-praktek sosial masyarakat yang coba dihujat seperti halnya perayaan valentine dan Tahun baru.

Postingan tentang hal ini di posting oleh akun sosial media Masjid di ....., admin media sosial tersebut merepost dan meneruskan konten yang ada dalam majelis taklim yang memiliki irisan ideologi dengan paham Wahabisme. Disini bisa dilihat bahwa kecenderungan representasi ideology Masjid tersebut adalah Wahabi. Mengingat beberapa hujatan dan kritik terhadap amalan tradisi yang sudah mengakar di masyarakat

### **Representasi Ideologi Moderat**

Meskipun studi kami bermaksud untuk mengetahui representasi Ideologi radikal dan transnasional, namun tidak sedikit kami temukan beberapa konten media sosial yang bersifat moderat. Didukung oleh beberapa hasil wawancara yang menyatakan bahwa sikap mereka yang patuh terhadap pemerintah atas pelarangan organisasi transnasional khilafah Hizbut Tahrir Indonesia.

Ada beberapa yang menyatakan ketidaksetujuan atas pembubaran HTI. Bukan dikarenakan mereka sebagai penganut dan pendukung Ideologi khilafah, namun lebih kepada bagaimana kebebasan masyarakat di jamin oleh undang-undang. Mereka beranggapan bahwa lebih baik organ tersebut dirangkul untuk kemudian diberi kefahaman tentang semangat nasionalisme dan patriotism.

Saat bersikap kepada kalangan yang memiliki perbedaan pandangan terhadap amalan beragama, mereka saling menghormati. Beberapa akun media sosial yang memiliki kecenderungan moderasi tidak terlalu mempermasalahkan perbedaan gaya dalam beribadah. Mereka menganggap justru perbedaan inilah yang dapat dijadikan rahmat untuk dapat saling mengenal dan memahami Islam secara komprehensif.

Meskipun di beberapa postingan, akun-akun masjid yang terindikasi memiliki ideologi radikal dalam beragama karena secara frontal menyerang dan menyalahkan amalan ibadah kelompok lain, pada konten yang lain mereka memposting konten yang menolak anggapan bahwa bom bunuh diri merupakan kegiatan jihad dan

pelakunya syahid. Mereka memberikan keterangan dan dalil tentang mudharatnya kegiatan bom bunuh diri dan berpotensi merusak citra Islam

Dalam memposting konten-konten yang memiliki muatan moderasi. Akun-akun media sosial masjid tersebut cenderung memposting tentang dokumentasi kegiatan dan pengajian. Sangat jarang ditemui postingan yang memiliki tendensi atau propaganda tentang moderasi beragama. Hal ini bertolak belakang dengan beberapa media sosial yang mempromosikan ide transnasional khilafah dan radikal yang cenderung tendensius dan propagandis.

Nampaknya, untuk mempromosikan moderatisme dalam beragama, perlu dilakukan upaya-upaya yang tendensius dan propagandis. Sehingga propaganda media radikal bisa dikonter dengan upaya propaganda moderasi.

### **Karakteristik Masjid**

Masjid yang ada di kota rata rata terletak di pinggir jalan raya atau jalan kota/provinsi. Sebagian besar boleh digunakan untuk semua jamaah dari berbagai organisasi Islam. Tapi ada sebagian lagi Masjid yang berada di kota hanya dikelola hanya oleh organisasi tertentu saja seperti dikelola oleh organisasi Muhammadiyah saja contohnya Masjid Raya Al Falah Sragen. Tetapi Masjid-Masjid yang ada di kota terutama kota besar jarang hanya digunakan untuk satu organisasi Islam saja.

Dalam memposting sesuatu juga terkadang Masjid di kota kota besar banyak yang masih mengandung konten konten isu radikal. Dalam upload konten toleransi terhadap agama lain seperti mengucapkan hari raya agama lain rata rata Masjid tersebut tidak mengucapkan hal tersebut. Dan berdasarkan penelitian banyak yang beranggapan hal tersebut menentang aqidah Islam.

Berdasarkan hasil pengamatan dari penelitian kami, Masjid-masjid yang letaknya di perkotaan memiliki kecenderungan untuk menyebarkan paham yang cenderung radikal dan intoleran. Perpaduan karakteristik masyarakat perkotaan yang cepat, cenderung instan, dan individual nampaknya memengaruhi juga dalam karakteristik Masjid yang ada di perkotaan. Berbeda dengan masjid-masjid pedesaan yang memiliki keterbukaan terhadap semua pemahaman yang ada.

Namun begitu, kampanye tentang gerakan-gerakan moderasi juga dilakukan di beberapa masjid-masjid perkotaan. Masjid yang ada di desa terletak di tengah desa/kelurahan. Rata rata setiap desa memiliki Masjid atau mushola kecil di masing-masing desa. Karakteristik Masjid yang ada di desa sebagian digunakan oleh beberapa organisasi Islam seperti yang telah dilakukan wawancara. Masjid yang berada di desa rata-rata digunakan bebas dari organisasi Islam manapun baik itu Muhammadiyah, NU, LDII, MTA atau yang lainnya.

Tetapi banyak dari organisasi Islam tersebut yang sudah memiliki Masjid masing-masing seperti LDII atau MTA terkadang sudah memiliki Masjidnya tersendiri. Masjid yang ada di desa biasanya digunakan sebagai ruang pertemuan atau kajian kajian mingguan atau bulanan rutin masyarakat desa. Konten yang diupload

oleh Masjid di desa rata rata jarang yang mengandung konten menyimpang seperti isu isu radikalisme, atau menentang pemerintah kecuali jika ada oknum oknum yang membuat konten tersebut dan di upload dalam media sosial Masjid tersebut.

Masjid di pedesaan kurang memiliki variasi pemahaman keagamaan dalam suatu Masjid. Artinya, pemahaman apa yang muncul dan mengemuka di suatu Masjid bergantung kepada guru, ulama, atau tokoh yang menghidupkan kegiatan di dalam Masjid. Namun begitu, masjid di pedesaan memiliki karakteristik yang unik. Mereka terbuka dengan beberapa pemahaman keagamaan yang berbeda.

Sedangkan di lingkungan Perguruan Tinggi, Masjid di kampus ini berperan untuk mengembangkan pemahaman keagamaan di lingkungan perguruan tinggi. Masjid di kampus juga sebagai media komunikasi dakwah para dosen dan mahasiswa yang beragama Islam. Seperti data yang diteliti contoh nya Masjid FBE UII. Karakteristik Masjid yang di kampus rata rata jamaahnya terdiri dari berbagai organisasi Islam karena keberagaman organisasi Islam yang ada di kampus. Namun ada beberapa pengurus Masjid yang mungkin menyampaikan ceramah atau kajian yang berbau radikalisme atau penyimpangan.

Karena keberagaman organisasi Islam yang ada di kampus menyebabkan tidak adanya filterisasi dalam penyampaian konten atau ceramah. Ada juga yang terlalu fanatic terhadap sesuatu mengakibatkan penyebaran paham paham yang menyimpang cepat menyebar di kalangan kampus dan anak muda. Pengelolaan media sosial yang ada di kampus juga tidak lepas dari peran mahasiswa yang mengelolanya. Ada konten di media sosial Masjid kampus yang menjurus kepada paham-paham atau isu radikalisme dan penyimpangan seperti konten yang sudah diteliti dalam hasil tangkapan layar tersebut.

Banyaknya kajian-kajian yang diadakan oleh Masjid-Masjid kampus merupakan sebuah kabar gembira sekaligus tantangan untuk membangun system yang dapat menyaring gerakan-gerakan radikal. Tipikal Masjid kampus yang diisi oleh anak-anak muda yang semangat dalam mencari ilmu Agama, menempatkan Masjid kampus menjadi tempat yang strategis dalam mendidik kader-kader mahasiswa.

Dari beberapa temuan yang peneliti temukan didapatkan beberapa fakta dan realitas yang menarik. Representasi ideologi seperti ideology islam radikal, transnasional khilafah, dan moderat rupa-rupanya memiliki irisan yang berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Artinya, pihak yang memiliki representasi ideology radikal tidak semuanya memiliki pandangan yang positif tentang kehadiran khilafah transnasional yang selama ini diprakarsai oleh HTI.

Sebaliknya, ada beberapa kelompok yang berupaya mendirikan kekhalifahan Islam ternyata tidak memiliki akar genealogy gerakan dengan Hizbut Tahrir Internasional. Semangat mendirikan kekhalifahan telah bertransformasi pada spirit kedaerahan seperti yang disampaikan oleh Masjid kekhalifahan islam di Bandar

Lampung. Mereka beranggapan bahwa Islam mampu mendirikan kekhalifahan secara mandiri selama umat Islam mampu membuat formulasi kenegaraan dan pemerintahannya.

Hal ini juga muncul pada beberapa kelompok yang berafiliasi kepada kelompok Salafi Wahabi. Ternyata, paham keagamaan yang cukup ketat dan intoleran terhadap praktek keagamaan tradisi yang dianggap tidak sesuai dengan ajaran Islam, tidak lantas menjadikan mereka menyetujui akan tindakan-tindakan anarkisme atau yang sering disebut oleh kelompok-kelompok mujahidin sebagai Jihad. Mereka juga mengakui pemerintahan sebagai kepemimpinan yang sah meskipun mereka menganggap demokrasi sebagai hal yang tidak tepat. Suatu hal yang berlawanan dengan kelompok *jihadis* dan Hizbut Tahrir

Bisa ditarik kesimpulan bahwa kelompok Islam radikal yang cenderung intoleran dan keras memiliki beberapa isu utama yang menjadi gerakan mereka 1) Kelompok berfokus pada amaliyah mereka (salafi non-jihadis), 2) Kelompok yang pro kepada jihad (pro isis dan upaya anarkisme), 3) kelompok yang mengusahakan terbentuknya khilafah, 4) kelompok yang mencoba membaur dengan demokrasi dan kehidupan berbangsa dan bermasyarakat (gerakan tarbiyah).

Dengan demikian irisan-irisan gerakan radikal ini perlu diperjelas dikarenakan ada beberapa hal prinsip kelompok lain yang tidak diterima oleh kelompok lain. Bahkan beberapa diantara mereka menghukumi kelompok lain sebagai kelompok yang sesat dan laknat sebagaimana kelompok Salafi melabeli kelompok Hizbut Tahrir dan Tarbiyah Ikhwanul Muslimin.

Dalam mendakwahkan apa yang menjadi propaganda kelompok mereka, kelompok-kelompok ini memiliki kesamaan gaya penyampaian, yakni Gaya Inclusion dengan membuat aktor yang berbeda saat memberitakan hal-hal yang berkaitan dengan kelompok mereka, dan menggunakan teknik eksklusion untuk menyerang kelompok-kelompok atau pihak luar Islam yang menyerang mereka.

Disamping menganalisa beberapa konten-konten bermuatan radikal dan intoleran kami juga menganalisis beberapa temuan terkait dengan gaya pemberitaan akun-akun media sosial yang cenderung moderat. Hal yang sangat berbeda dan tidak ditemui di akun-akun media sosial masjid adalah gaya pemberitaannya cenderung netral dan tidak tendensius.

Pemberitaan kegiatan atau program pun cenderung informatif, dan deskriptif. Sangat sedikit ditemukan pemberitaan atau konten yang mengajak pembaca untuk menyetujui argumen, ideology, atau program-program dari masjid seperti kajian dan yang lainnya. Sehingga terkesan, akun-akun masjid yang memiliki kecenderungan moderat bersikap netral.

Gaya pemberitaan inilah yang menjadi evaluasi pada semua admin dan pemangku kebijakan untuk dapat lebih secara atraktif dan dinamis dalam kampanye gerakan beragama yang inklusif, moderat, dan toleran. Tentu, menjadi sebuah rekomendasi untuk dibuat badan atau lembaga pengawas media sosial yang memiliki kecenderungan radikal sehingga konten-konten media sosial dapat difiltrasi dari arus ideology yang tidak sesuai dengan karakter bangsa.

## **Kesimpulan**

Representasi ideologi seperti ideologi Islam radikal, transnasional khilafah, dan moderat rupa-rupanya memiliki irisan yang berkaitan dan berlawanan antara satu dengan yang lainnya. Artinya, pihak yang memiliki representasi ideologi radikal tidak semuanya memiliki pandangan yang positif tentang kehadiran khilafah transnasional yang selama ini diprakarsai oleh HTI, serta tidak memiliki persetujuan dengan tindakan-tindakan seperti bom bunuh diri dan anarkisme lainnya.

Sebaliknya, ada beberapa kelompok yang berupaya mendirikan kekhalifahan Islam ternyata tidak memiliki akar genealogy gerakan dengan Hizbut Tahrir Internasional. Semangat mendirikan kekhalifahan telah bertransformasi pada spirit kedaerahan seperti yang disampaikan oleh Masjid kekhalifahan islam di Bandar Lampung. Mereka beranggapan bahwa Islam mampu mendirikan kekhalifahan secara mandiri selama umat Islam mampu membuat formulasi kenegaraan dan pemerintahannya.

Hal ini juga muncul pada beberapa kelompok yang berafiliasi kepada kelompok Salafi Wahabi. Ternyata, paham keagamaan yang cukup ketat dan intoleran terhadap praktek keagamaan tradisi yang dianggap tidak sesuai dengan ajaran Islam, tidak lantas menjadikan mereka menyetujui akan tindakan-tindakan anarkisme atau yang sering disebut oleh kelompok-kelompok mujahidin sebagai Jihad. Mereka juga mengakui pemerintahan sebagai kepemimpinan yang sah meskipun mereka menganggap demokrasi sebagai hal yang tidak tepat. Suatu hal yang berlawanan dengan kelompok *jihadis* dan Hizbut Tahrir

## **KESIMPULAN**

Hasil analisa dari penelitian ini menunjukkan ada beberapa kategori gerakan radikal 1) Kelompok berfokus pada amaliyah mereka (salafi non-jihadis), 2) Kelompok yang pro kepada jihad(salafi jihadis), 3) Kelompok yang mengusahakan terbentuknya khilafah (Kelompok Hizbut tahrir), 4) Kelompok Pengusung Khilafah non-Hizbut Tahrir 5) Kelompok yang mencoba membaur dengan demokrasi dan kehidupan berbangsa dan bermasyarakat (gerakan Tarbiyah Ikhwanul Muslimin).

Dengan demikian irisan-irisan gerakan radikal ini perlu diperjelas dikarenakan ada beberapa hal prinsip kelompok lain yang tidak diterima oleh kelompok lain. Bahkan beberapa diantara mereka menghukumi kelompok lain sebagai kelompok yang sesat dan laknat sebagaimana kelompok Salafi melabeli kelompok Hizbut Tahrir dan Tarbiyah Ikhwanul Muslimin.

Dan dalam mendakwahkan apa yang menjadi propaganda kelompok mereka, kelompok-kelompok ini memiliki kesamaan gaya penyampaian, yakni Gaya Inclusion dengan membuat aktor yang berbeda saat memberitakan hal-hal yang berkaitan dengan kelompok mereka, dan menggunakan teknik eksklusion untuk menyerang kelompok-kelompok atau pihak luar Islam yang menyerang mereka.

Penelitian lanjutan diperlukan tidak hanya menganalisa tentang bagaimana cara mereka memberitakan atau membuat propaganda ideologinya, namun juga bagaimana proses pembinaan dan pengkaderan dari beberapa kelompok radikal ini.



Kelompok-kelompok Islam moderat yang digawangi oleh Pemerintah, Muhammadiyah, NU, dan para akademisi Islam sudah semestinya mengisi ruang-ruang kosong yang ada di masyarakat.

Penelitian selanjutnya juga diperlukan untuk menjabarkan dan menganalisis mengapa kelompok-kelompok radikal yang cenderung keras dan intoleran ini mendapatkan ruang di masyarakat. Terlebih di situasi komunikasi digital yang sangat mudah menjadikan sebuah berita *hoax* menjadi sebuah kebenaran baru.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Althusser (1984) dalam Stevenson, N. (2002). *Understanding media cultures: Social theory and mass communication*. London: SAGE
- Artz, L., dan Kamalipour, Y.R., (ed.), 2003, *The Globalization of Corporate Media Hegemony*, New York: State University of New York Press, Hal.80-81.
- Barker, C., 2004, *The SAGE Dictionary of Cultural Studies*, London: SAGE, hal. 268.
- Baulch, E., & Pramiyanti, A. (2018). Hijabers on Instagram: using visual social media to construct the ideal Muslim woman. *Social Media+ Society*, 4(4), 2056305118800308.
- Berger, P., & Luckmann, T., 1967, *The Social Construction of Reality*, New York: Doubleday.
- Broinstein, M., Pennycook, G., Bear, A., Rand, D.G., & Cannon, T.D. (2019). Belief in fake news is associated with delusionality, dogmatism, religiousfundamentalism, and reduced analytic thinking. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 8(1), 108-117.
- Chomsky, N., 2003, *Hegemony or Survival, America's Quest for Global Dominance*, New York: Metropolitan Books, hal. 21.
- Durham, M. G., & Kellner, D. M. (Eds.). (2009). *Media and cultural studies: Keywords*. John Wiley & Sons, page: 9.
- Edwin Jurriens, 2018, *Digital Indonesia, Connectivity and Divergence*, Singapoer: ISEAS Publishing.
- Evolvi, G. (2019), "# Islamexit: inter-group antagonism onTwitter." *Information, Communication & Society* 22(3), 386-401.
- Fakhruroji, M. (2017). Dakwah di era media baru: Teori dan aktivisme dakwah di internet. *Dakwah Di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah Di Internet*, (2), 1-150.
- Fakhruroji, M. (2019). Muslims Learning Islam on the Internet. *Handbook of Contemporary Islam and Muslim Lives*, 1-17.
- Farkas, J., Schou, J., & Neumayer, C. (2018). Cloked Facebook pages: Exploring fake Islamist propaganda in social Media. *New Media & Society*, 20(5), 1850-1867.
- Hall, S., 2003, *Representation; Culture Representation and Signifying Practice*, London: SAGE Publications, hal. 7.
- Hartono Ahmad Jaiz, 1999, *Di bawah Bayang-bayang Soekarno, Soeharto: tragedy Politik Islam dari Orde Lama Hingga Orde Baru*, Jakarta: Darul Falah, hal.

- Jamie S. Davidson, 2018, *Indonesia: Twenty Years of Democracy*, Cambridge University Press.
- Jumala, N. F. N. (2019). GAMBARAN SISTEM PENDIDIKAN ISLAM PADA MASA SAHABAT. *JURNAL SERAMBI ILMU*, 20(1), 120-136.
- Hariyanto, H., & Biati, L. (2019). SUSTAINABILITY MANAJEMEN MASJID MELALUI PENDAMPINGAN REMAS BAITURRAHMAN BAYEMAN ARJASA SITUBONDO. *As-Sidanah*, 1(1), 103-15.
- Kluknavská, A., & Hruška, M. (2019). We Talk bout the “Others” and You Listen Closely: The Extreme Right Communication on Social Media. *Problems of Post-Communim*, 66(1), 59-70.
- Kurniawan, B. (2018). *Politisasi Agama di Tahun Politik: Politik Pasca-Kebenaran di Indonesia dan Ancaman bagi Demokrasi*. *Jurnal Sosiologi Agama*, 12(1), 133-154.
- Latief, M. N. (2019). Dakwah dalam Perspektif Media Sosial. *Jurnal Jurnalisa*, 4(1).
- Lim, M. (2017). Freedom to hate: social media, algorithmic enclaves, and the rise of tribal nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies*, 49(3), 411-427.
- Tim Lindse, Helen Pausacker, 2016, *Religion, Law and Intolerance in Indonesia*, New York: Routledge.
- Makmun, M., & Huda, M. (2019). POLITISASI MASJID PERSPEKTIF FIQH SIYASAH: STUDI TERHADAP TAKMIR MASJID DI KOTA SURABAYA. *JPP (Jurnal Politik Profetik)*, 7(1), 96-120.
- Michael Erbschloe, 2018, *Extremist Propaganda in Social Media: A Threat to Homeland Security*, Boca Raton FL: CRC Press.
- Michael Schudson mengatakan “kita tidak mengatakan bahwa media memalsukan berita, kita mengatakan bahwa media “membuat” berita. Dalam, Burton, G., 2008, *Yang Tersembunyi di Balik Media: Pengantar Kajian Media*, Yogyakarta: Jalasutra, hal. 107.
- Moh Yasir Alimi (2018), *Mediatisasi Agama, Post Truth dan Ketahanan Nasional: Sosiologi Agama Era di Era Digital*, Yogyakarta: LKiS.
- Munif, A., & Mudofir, M. (2017). *ANALISIS MAQASID ASY-SYARIAH DALAM PIAGAM MADINAH, PANCASILA DAN UNDANG-UNDANG DASAR 1945 (Hasil Keputusan Bahsul Masail Forum Musyawarah Pondok Pesantren se Jawa Madura Tahun 2016)* (Doctoral dissertation, IAIN Surakarta).
- Mustofa, S. (2019). Berebut Wacana: Hilangnya Etika Komunikasi di Ruang Publik Dunia Maya. *Jurnal Studi Agama dan Masyarakat*, 15(1), 58-74.
- Muthohirin, N. (2015). Radikalisme Islam dan Pergerakannya di Media Sosial. *Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies*, 11(2), 240-259.
- Napitupulu, D. S. (2019). Romantika Sejarah Kejayaan Islam di Spanyol. *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, dan Ilmu-ilmu Sosial*, 3(1),

7-18.

- Orofino, E. (2019). *Hizb ut-Tahrir and Caliphate: Why the Group is Still Appealing to Muslim in the West*. Routledge.
- Osman, M.N.M. (2018), *Hizbut Tahrir Indonesia and Political Islam: Identiti, Ideology and Religio- Political Mobilization*. Routledge.
- Parkin, D.(208). "Inside and outside the mosque: A master trope." In *Islamic prayer across the india ocean* (pp.1-22). Routledge.
- Qorib, M. (2018). Dakwah Di Tengah Pluralitas Masyarakat. *Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam*, 10(2).
- Rezaei, A. (2012). The Clash of Ideas in World Politics: Tranbational Networks, State, and Regime Change, 150-2010.
- Robert W.Hefner, 2011, *Civic Islam: Muslims and Democratization in Indonesia*, Princeton: Princeton University Press.
- Rohman, F. (2017). PENDIDIKAN ISLAM: MENGUAK SEJARAH PERKEMBANGAN MADRASAH HINGGA ERA NIZAMIYAH. *NIZHAMIYAH*, 7(2).
- Romario, R. (2019). HIZBUT TAHRIR INDONESIA DALAM RUANG MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Aqlam: Journal of Islam and Plurality*, 4(1).
- Rubawati, E. (2018). Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah. *Jurnal Studi Komunikasi*, 2(1).
- Scott Blakemore, 2019, *Faith-based Diplomacy and Interfaith Dialogue*, Leiden: Brill. Hal. 93.
- Simonsen, K., de Neergaard, M., & Koefoed, L. (2019). A mosque event: the opening of purpose- built mosque in Copenhagen. *Social & Cultural Geography*, 20(5), 649-670.
- Siti Saodah Susanti, 2019: 209, *Peran Manajemen Organisasi Remaja Mesjid dalam Pembentukan Karakter Remaja*, I'tibar, Vol.06, No. 12, Mei, 2019, hal. 205-218. Senada dengan Mahmud Yunus (173: 163) dan Gazalba (1994: 118 dalam Dedy Susanto, 2015: 187, *Penguatan Manjamen Mesjid Darussalam di Wilayah RW. IV Kelurahan Banjar Dowo Kecamatan Genuk Kota Semarang*, Dimas: Jurnal Pemikiran Agama dan Pemberdayaan, Vol.15, No. 1, Oktober 2015, hal: 175-206.
- Van Leeuwen, T., 1996. The Representation of Social Actors in Discourse, dalam *Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis*, diedit oleh Caldas-Coulthard, C. R., & Coulthard, M., London: Routledge.
- Yusuf, M. (2014). PINTU-PINTU MENUJU TUHAN Telaah Pemikiran Hamka. *Jurnal THEOLOGIA*, 25(2), 103-126