

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konstruksi wacana isu ekstraktivisme pada portal resmi *Nu.or.id* dan *Muhammadiyah.or.id*, mengidentifikasi negosiasi ideologi *Green Islam* dalam produksi wacana kedua organisasi, serta menjelaskan strategi komunikasi keduanya dalam menjaga legitimasi institusional di tengah relasi kuasa kebijakan tambang negara pasca terbitnya PP Nomor 25 Tahun 2024.

Penelitian ini menggunakan paradigma kritis dengan pendekatan kualitatif dan metode Analisis Wacana Kritis model Teun A. Van Dijk. Data utama berupa teks pemberitaan, pada portal resmi *Nu.or.id* dan *Muhammadiyah.or.id* yang dipublikasikan pada periode 1 Juni 2024 sampai 30 Juni 2025. Pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling* dengan total 49 unit analisis, terdiri atas 27 teks berita dari *Nu.or.id* dan 22 teks berita dari *Muhammadiyah.or.id*. Analisis dilakukan melalui tiga dimensi, yaitu dimensi teks, kognisi sosial, dan konteks sosial, dengan bantuan pengolahan data menggunakan NVivo 15.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada dimensi teks, *Nu.or.id* cenderung menggunakan bahasa yang afirmatif, akomodatif, dan legitimatif, sehingga keterlibatan ormas dalam pengelolaan tambang dinarasikan sebagai amanah, kemaslahatan, dan kemandirian umat. Sebaliknya, *Muhammadiyah.or.id* lebih menampilkan diksi yang hati-hati, etik, prosedural, dan argumentatif, dengan penekanan pada pertimbangan moral dan batas tanggung jawab ekologis. Pada dimensi kognisi sosial, NU memperlihatkan model kemitraan-kesejahteraan yang menempatkan tambang sebagai peluang strategis bagi penguatan ekonomi organisasi, sedangkan Muhammadiyah menampilkan model kritis-keberlanjutan yang menempatkan prinsip moral, keadilan sosial, dan keberlanjutan lingkungan sebagai kendali utama terhadap pragmatisme ekonomi. Pada dimensi konteks sosial, *Nu.or.id* cenderung lebih adaptif terhadap narasi pembangunan negara, sementara *Muhammadiyah.or.id* menjaga jarak kritis melalui legitimasi berbasis integritas moral dan tanggung jawab ekologis.

Kesimpulannya, komunikasi organisasi Islam pada isu ekstraktivisme tidak bersifat netral, melainkan menjadi arena negosiasi identitas, legitimasi moral, dan kepentingan institusional. Wacana ekstraktivisme dalam media digital ormas Islam memperlihatkan dialektika antara idealisme teologis dan pragmatisme politik; NU cenderung bergerak pada orientasi antroposentris pragmatis, sedangkan Muhammadiyah menampilkan orientasi ekosentris etis. Dengan demikian, media digital ormas telah bertransformasi bukan hanya sebagai sarana dakwah, tetapi juga sebagai instrumen politik-ekonomi dalam mengelola legitimasi, identitas, dan posisi tawar organisasi di ruang publik.

Kata kunci: komunikasi organisasi Islam, ekstraktivisme, analisis wacana kritis, *Green Islam*, media digital.

ABSTRACT

This study aims to analyze the discourse construction of extractivism issues on the official portals Nu.or.id and Muhammadiyah.or.id, identify the negotiation of Green Islam ideology in the discourse production of both organizations, and explain their communication strategies in maintaining institutional legitimacy amidst the power relations of state mining policies following the issuance of Government Regulation (PP) Number 25 of 2024.

This research employs a critical paradigm with a qualitative approach and Teun A. Van Dijk's Critical Discourse Analysis (CDA) method. The primary data consists of news texts on the official portals Nu.or.id and Muhammadiyah.or.id published between June 1, 2024, and June 30, 2025. Sampling was conducted through purposive sampling with a total of 49 units of analysis, comprising 27 news from Nu.or.id and 22 news from Muhammadiyah.or.id. The analysis was carried out through three dimensions text, social cognition, and social context assisted by data processing using NVivo 15.

The results indicate that in the text dimension, Nu.or.id tends to use affirmative, accommodative, and legitimizing language, narrating the involvement of religious organizations in mining management as a mandate, a public benefit (masalahah), and institutional independence. Conversely, Muhammadiyah.or.id displays more cautious, ethical, procedural, and argumentative diction, emphasizing moral considerations and ecological responsibility boundaries. In the social cognition dimension, NU demonstrates a “partnership-welfare” model that positions mining as a strategic opportunity for strengthening the organization's economy, whereas Muhammadiyah exhibits a “critical-sustainability” model that places moral principles, social justice, and environmental sustainability as primary controls over economic pragmatism. In the social context dimension, Nu.or.id tends to be more adaptive to state development narratives, while Muhammadiyah.or.id maintains a critical distance through legitimacy based on moral integrity and ecological responsibility.

In conclusion, the communication of Islamic organizations on extractivism issues is not neutral but serves as an arena for negotiating identity, moral legitimacy, and institutional interests. The discourse of extractivism in the digital media of Islamic organizations reveals a dialectic between theological idealism and political pragmatism; NU tends toward a pragmatic anthropocentric orientation, while Muhammadiyah displays an ethical ecocentric orientation. Thus, the digital media of these organizations has transformed not only as a means of da'wah but also as a political-economic instrument in managing the legitimacy, identity, and bargaining power of the organizations in the public sphere.

Keywords: *Islamic organizational communication, extractivism, critical discourse analysis, Green Islam, digital media.*