



1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada tahun 2020, dalam acara *Moelism Choice Award* yang disiarkan oleh TVRI, Ustadz Khalid Basalamah—salah seorang tokoh agama yang populer di media sosial—dinobatkan sebagai tokoh ulama kharismatik. Perhelatan ini digelar oleh *Moelism Choice Media Network*, salah satu jejaring media online di Indonesia. Selain Khalid Basalamah, terdapat pula sederet nama tokoh muslim lain yang dinilai telah “memberikan inspirasi, sumbangan besar dan signifikan terhadap perkembangan Islam, kehidupan berbangsa dan bernegara, baik dilingkup daerah, nasional, hingga global”, termasuk di dalamnya para pemimpin daerah dan beberapa orang menteri.

Khalid Basalamah merupakan salah seorang ulama populer di media sosial dengan jumlah *subscriber* Youtube mencapai hingga lebih dari 2,3 juta. Namun sebagaimana diketahui bahwa Khalid bukanlah bagian dari organisasi massa

Islam dominan di Indonesia seperti NU dan Muhammadiyah, baik secara formal maupun dalam aspek pemahaman keagamaan. Bahkan dalam beberapa hal, memperlihatkan gejala yang berkebalikan dan berseberangan dengan arus utama pemahaman keagamaan di Indonesia pada umumnya.

Beberapa ceramah agama yang ditayangkan di channel Youtube-nya bahkan telah menimbulkan kontroversi yang menjadi pusat perhatian dan ramai dibicarakan oleh media, termasuk tentang ‘haramnya wayang golek.’ Meskipun belakangan persoalan ini telah diklarifikasi, namun publik Islam di Indonesia telah terlanjur melihat tema-tema ceramah Khalid terlampau melawan arus pemahaman Islam di Indonesia (Tim Detikcom, 2022). Namun semua itu tercermin dari apa yang selalu disampaikannya dalam berbagai forum pengajian maupun dalam pernyataan kepada media dimana ia secara tegas mengatakan agar “*menjadikan Islam sebagai tradisi dan bukan menjadikan tradisi sebagai Islam.*”

Pernyataan ini mengandung arti bahwa Islam adalah cetak biru yang tidak dapat berkompromi dengan situasi sosio-kultural yang justru telah lama menjadi ciri khas dan karakteristik Islam Indonesia. Dalam ranah akademik, upaya “mendamaikan” Islam dengan kultur lokal telah dijumpai salah satunya oleh Clifford Geertz melalui kategorisasi santri, priyayi, dan abangan (Geertz, 1981). Ketiga kategori ini tidak saja menggambarkan ketahanan budaya Indonesia terhadap ajaran Islam, tetapi juga mengimajinasikan spektrum dan daya jelajah Islam sebagai sebuah ajaran yang kosmopolit.

Namun demikian, Khalid bukan satu-satunya ustadz populer di media sosial. Nama-nama seperti Ustadz Abdul Somad (UAS), Ustadz Hanan Attaki (UHA), Ustadz Evie Effendie dan beberapa nama lainnya juga sangat akrab ditelinga umat Islam di Indonesia. Salah satu persamaan dari beberapa tokoh ini adalah bahwa mereka seolah-olah berada di luar struktur organisasi massa (ormas) Islam dominan di Indonesia. Atau setidaknya, tidak memperlihatkan simbol dan identitas ormas yang seringkali digunakan oleh para ulama di Indonesia, meskipun pemahaman keagamaan beberapa diantara mereka terlihat identik dengan ormas-ormas Islam di Indonesia.

Setidaknya dalam satu dekade terakhir, telah terlihat semakin banyak banyaknya ustadz-ustadz atau ulama yang memiliki pandangan Khalid Basalamah yang cenderung frontal dan secara terbuka memposisikan diri secara kritis terhadap kelompok ulama pada ormas-ormas Islam mainstream. Pengikutnya pun terus tumbuh bak jamur di musim hujan. Popularitas ustadz-ustadz yang kemudian diidentifikasi sebagai kelompok yang terafiliasi dengan ajaran Salafi ini terutama menanjak dengan dukungan kemampuan mereka dalam memaksimalkan berbagai platform media sosial.

Persoalannya kemudian adalah, apakah popularitas tokoh-tokoh agama ini merepresentasikan minat dan pemahaman keagamaan umat Islam di Indonesia? Lebih jauh, apakah hal ini merupakan gejala dari melemahnya otoritas keagamaan ormas Islam di Indonesia sekaligus bangkitnya arus pemahaman baru sekaligus sebagai sumber otoritas yang baru terkait maraknya media sosial dalam kehidupan keagamaan?

Untuk mengurai benang kusut ini, salah satunya dapat dimulai dari fakta bahwa spektrum dakwah (dalam arti ceramah keagamaan) tidak hanya telah menjelajah ruang-ruang privat dan individual dengan maraknya penggunaan media sosial, tetapi juga diperkuat oleh kemunculan generasi Z yang memiliki karakteristik tersendiri. Generasi Z dipandang memiliki cara tersendiri dalam memperoleh informasi dan bagaimana mereka memutuskan apa yang baik bagi mereka, tidak terkecuali untuk urusan pemahaman keislaman.

Bagi generasi Z, internet dan media sosial lebih dari sekadar media dimana mereka memperoleh informasi dan untuk berinteraksi, tetapi juga telah menjadi ruang dimana mereka dapat memenuhi kebutuhan ekspresi keagamaan mereka. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa mereka telah menjadi *media settlers* (penghuni jagat media) (Kołodziejska et al., 2022) atau digital natives (Prensky, 2001) dimana media telah melingkupi dan menyempurnakan kehidupan mereka sehari-hari.

Hal ini pun mendapat dukungan dari data terkait kehidupan keagamaan dan penggunaan internet secara agresif di Indonesia. *Pertama*, Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat penggunaan internet dan media sosial yang paling tinggi di dunia (Kemp, 2021); *kedua*, Indonesia juga masuk ke dalam sepuluh besar negara dengan warga yang religius (CEOWorld, 2020); *ketiga*, Indonesia adalah negara dengan populasi Muslim paling besar juga memiliki organisasi keagamaan yang paling besar di dunia yaitu Nadhlatul Ulama dan Muhammadiyah (Indonesia, 2021).

Dengan konteks seperti ini, maka sesungguhnya tidak mencengangkan jika setidaknya dalam dua dekade terakhir telah terjadi transformasi pada level diskursus dan praktik keberagamaan di Indonesia. Hal ini diantaranya dimungkinkan oleh adanya pertemuan antara tingkat penetrasi teknologi informasi dan komunikasi yang begitu cepat, antusiasme dalam penggunaan beragam media digital (terutama media sosial), dengan antusiasme masyarakat dalam mempelajari dan mempraktikkan agama dalam kehidupan keseharian mereka (Fakhruroji, 2019b; Muslim, 2017a) yang termanifestasi dalam berbagai bentuk. Konten-konten, aplikasi, dan program-program keagamaan yang disajikan secara online menjamur di mana-mana untuk berbagai tujuan dan kepentingan yang lebih spesifik (Fakhruroji & Nurhasanah, 2022; Fakhruroji, 2019a). Para pemuka agama beramai-ramai menggunakan berbagai platform media sosial untuk mendakwahkan pesan-pesan dan memfasilitasi praktik keagamaan (Beta, 2019; Fakhruroji, 2019a; Muslim, 2017b; Nisa, 2018b).

Dari aspek teknologi, perkembangan ini didukung oleh karakter media baru yang bersifat terbuka dan memungkinkan setiap individu atau komunitas untuk terlibat secara aktif dalam produksi wacana keagamaan. Menariknya, beberapa studi menunjukkan bahwa pada level individu dan komunitas inilah seringkali media digital lebih banyak digunakan. Studi-studi terdahulu tentang bagaimana internet digunakan oleh berbagai kelompok keagamaan menunjukkan bahwa individu dan kelompok keagamaan ini terlihat sangat adaptif terhadap perkembangan terbaru (Beta, 2012; Solahudin & Fakhruroji, 2020).

Kemunculan arus baru dalam pemahaman Islam di Indonesia yang didorong dengan beberapa faktor di atas setidaknya telah memberikan tantangan bagi ormas-ormas Islam di Indonesia. Diantara beberapa klaim, salah satunya berargumen bahwa fenomena ini terkait erat dengan gelombang Islam transnasional yang mulai menjamur di Indonesia yang hadir dan telah melahirkan apa yang disebut sebagai *popular piety* yang ditandai dengan lahirnya berbagai bentuk kesalehan baru (Bayat, 2007; Slama, 2018).

Tidak mengherankan jika fenomena ini kemudian menunjukkan potensi pergeseran otoritas keagamaan yang sebelumnya dikuasai ormas-ormas Islam dominan di Indonesia, dalam hal ini adalah Nahdlatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah. Kedua ormas Islam yang secara tradisional dan kultural telah mengisi ruang-ruang pemahaman keagamaan masyarakat mayoritas Muslim di Indonesia ini secara perlahan tergeser oleh aktor-aktor keagamaan baru yang lahir sejalan dengan maraknya media baru.

Meskipun demikian, harus pula diakui bahwa fenomena pergeseran otoritas keagamaan ini bukanlah hal baru. Jauh-jauh hari, Sardar & Inayatullah (2003) telah memproyeksikan pergeseran otoritas ini dalam kaitannya dengan keragaman sajian pengetahuan keagamaan dan kian mudahnya persebaran pengetahuan keagamaan diantara umat Islam dengan dukungan teknologi baru. Berkat teknologi yang baru, otoritas keagamaan menjadi bersifat lebih cair (O'Leary, 1996; Possamai & Turner, 2014). Selain itu, pergeseran otoritas keagamaan juga dimungkinkan karena lahirnya berbagai media yang mendorong

perubahan secara lebih luas pada level proses dan praktik keagamaan (Hirschkind, 2006; Millie, 2011).

Namun demikian, meskipun kajian tentang penggunaan internet dan media sosial untuk kepentingan agama dan implikasinya pada otoritas keagamaan telah banyak dilakukan, namun belum ada kajian menyeluruh yang menunjukkan bagaimana sikap dan respon ormas-ormas Islam mayoritas di Indonesia, terutama Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah dalam mengadaptasi platform media digital untuk kepentingan organisasinya. Absennya para tokoh dari kedua ormas Islam ini sebagai tokoh Islam populer pilihan publik menyisakan pertanyaan besar; apakah mereka tidak menyadari potensi melemahnya otoritas mereka, atau apakah mereka tidak melihat hal ini sebagai sebuah tantangan?

Apapun alasannya, fakta yang muncul tetap mengejutkan mengingat justru ormas-ormas Islam Indonesia yang besar seperti Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah memiliki akar historis sangat mengakar kuat dan memiliki pengaruh besar dalam dinamika kehidupan keislaman di negara ini. Dengan potensi sebesar ini, secara ideal, kedua ormas ini semestinya memiliki strategi yang kurang lebih sama dengan apa yang didemonstrasikan oleh para aktor-aktor keagamaan baru yang dihadirkan oleh platform media sosial ini. Namun hal ini tentunya berhubungan dengan tingkat kesadaran mereka terkait kemunculan dan perkembangan new media sebagai tantangan baru sebab new media telah mewujudkan situasi dimana sumber-sumber pengetahuan keagamaan menjadi kian menyebar. Sebab, sifat new media sebagai infrastruktur baru dalam pembentukan

otoritas keagamaan telah memunculkan indikator-indikator baru dari 'otoritas' dalam pandangan publik.

Oleh sebab itu, penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi lebih mendalam terkait berbagai upaya yang dilakukan oleh ormas-ormas Islam di Indonesia dalam menghadapi kemunculan otoritas baru yang didorong oleh maraknya penggunaan platform internet dan media sosial, khususnya terkait aspek otoritas yang dikontestasikan, respon ormas Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah terhadap potensi erosi otoritas keagamaan mereka di ranah digital, dan upaya praktis kedua ormas ini dalam menggunakan platform internet dan media sosial sebagai upaya untuk mempertahankan dan memperluas otoritas keagamaan mereka.

B. Tujuan Penulisan

Sebagai salah satu upaya pembatasan masalah, penelitian ini diarahkan pada beberapa fokus utama antara lain untuk mengeksplorasi; aspek otoritas keagamaan apa saja yang menjadi arena kontestasi antara ormas Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah dengan otoritas keagamaan yang baru di ranah digital?; bagaimanakah respon ormas Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah terhadap potensi erosi otoritas keagamaan mereka di ranah digital?; dan bagaimanakah langkah yang dilakukan oleh ormas Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah dalam menggunakan platform internet dan media sosial sebagai upaya mempertahankan dan memperluas otoritas mereka?

C. Metode yang Digunakan

Karena penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi internet dan media sosial yang berdampak pada lahirnya otoritas keagamaan yang baru—yang dibangun di ranah digital—dan memberikan tantangan pada otoritas keagamaan tradisional—yang dibangun secara tradisional-offline, maka penelitian dilakukan secara online dan offline. Studi yang dilakukan secara online dilakukan dengan menginventarisir sejumlah situs dan wacana yang berkembang dalam berbagai platform internet dan media sosial untuk memperoleh gambaran tentang munculnya tokoh-tokoh dan wacana keagamaan yang baru.

Sementara itu, studi yang bersifat offline diimplementasikan melalui studi lapangan melalui kunjungan langsung pada beberapa wilayah yang menjadi kantong-kantong ormas NU dan Muhammadiyah, baik secara individual maupun institusional. Adapun studi lapangan ini dilakukan di wilayah; Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, dan Banten. Dalam praktiknya, studi lapangan ini dilakukan dengan melakukan eksplorasi beberapa tokoh dan lembaga yang berafiliasi dengan masing-masing ormas, baik secara struktural maupun kultural. Beberapa lembaga yang dikunjungi antara lain; Pimpinan Pusat Muhammadiyah di Yogyakarta, Pimpinan Wilayah NU di Jawa Barat, Pesantren Attermasi Wal Mahfudziyah di Bandung, Pesantren Nurul Jadid di Jawa Timur dan Pesantren Nur El-Falah di Banten.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, yakni dengan menjadikan beberapa kasus relevan untuk dianalisis dalam upaya memahami masalah penelitian secara mendalam (Creswell, 2014). Dengan demikian, beberapa kasus, tokoh dan

institusi yang terlibat dalam penelitian ini bukanlah fokus utama, melainkan hanya digunakan sebagai jembatan untuk memahami konteks tentang bagaimana Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah sebagai ormas Islam terbesar di Indonesia merespon perkembangan platform digital untuk kepentingan gerakan keagamaan. Lebih jauh, penelitian ini juga diharapkan dapat memunculkan gambaran tentang strategi kedua ormas dalam menyikapi gejala kemunculan tokoh-tokoh keagamaan baru yang muncul dan populer di internet dan media sosial.

D. Jenis dan Sumber Data

Secara umum, data penelitian ini terdiri dari dua jenis, yakni data kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif merujuk pada data yang berkenaan dengan potensi praktik dan wacana keagamaan di ranah online, misalnya pertumbuhan jumlah akun media sosial yang dipandang memberikan tantangan pada otoritas keagamaan ormas NU dan Muhammadiyah dan pertumbuhan jumlah pengikut atau simpatisan tokoh-tokoh keagamaan baru ini. Sementara itu, data kualitatif lebih bersifat deskriptif-naratif yang diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam dengan beberapa tokoh pada beberapa lembaga dengan afiliasi ormas NU dan Muhammadiyah di Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur dan Banten.

Adapun secara tematik, data yang dibutuhkan adalah data yang berhubungan dengan; (a) aspek-aspek otoritas keagamaan yang menjadi arena kontestasi antara ormas Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah dan otoritas keagamaan yang baru di ranah digital; (b) respon ormas Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah terhadap potensi erosi otoritas keagamaan mereka di ranah digital;

dan (c) langkah-langkah strategis yang dilakukan oleh ormas Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah dalam menggunakan platform internet dan media sosial sebagai upaya mempertahankan dan memperluas otoritas mereka.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data diperoleh dalam tiga tahapan, yakni studi literatur, observasi secara online dan wawancara mendalam. Pada tahapan *pertama* yakni studi literatur dilakukan untuk melakukan identifikasi dan pemetaan subjek yang diteliti secara lebih sistematis dan jernih. Tahapan ini memungkinkan peneliti untuk melakukan kajian secara ekstensif terkait topik dan subjek yang tengah dikaji. *Kedua*, observasi secara online dilakukan dengan tujuan untuk melakukan pemetaan awal terkait bagaimana kemunculan wacana keagamaan yang baru dan berujung pada gejala lahirnya otoritas keagamaan yang baru di ranah digital. Hal ini dilakukan dengan mengamati beberapa akun media sosial dan website kunci yang relevan.

Ketiga, wawancara mendalam dilakukan dengan individu-individu pada level pimpinan pusat atau pihak yang merupakan representasi dari ormas NU dan Muhammadiyah dan diyakini memahami isu otoritas keagamaan secara strategis. Selain itu, wawancara juga dilakukan dengan individu-individu yang terlibat langsung secara teknis dalam pengelolaan media-media digital dari ormas NU dan Muhammadiyah. Pertanyaan wawancara diarahkan pada pandangan para informan tentang gejala maraknya diskursus dan pemahaman keagamaan yang marak di platform internet dan media sosial.

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan skema teknik analisis data sesuai dengan metode penelitian yang digunakan yakni metode studi kasus. Adapun tahapan yang dilalui dalam menganalisis data dengan studi kasus adalah sebagai berikut:

1. Membangun kerangka kerja konseptual untuk mengkaji kasus awal tentang hubungan antara internet dengan praktik agama untuk memperoleh gambaran umum tentang dampak internet sebagai media sosial terhadap munculnya otoritas keagamaan.
2. Melakukan kategorisasi dan identifikasi kemunculan wacana dan praktik-praktik keislaman di internet berdasarkan prinsip-prinsip fenomenologis untuk mendapatkan komponen penting atau isu-isu yang sesuai dengan masalah penelitian.
3. Melacak pola-pola data yang muncul untuk memperkaya isu-isu tentang wacana dan praktik keagamaan di internet yang mengarah pada hubungan internet dan praktik agama.
4. Mengaplikasikan teknik triangulasi dalam rangka mempertegas data penelitian. Adapun teknik triangulasi dilakukan melalui triangulasi teori yang dilakukan dengan mengkonfirmasi berbagai temuan dengan wacana teori yang berkembang dan berhubungan dengan fokus penelitian, sementara itu triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengkonfirmasi hasil temuan dan interpretasi dengan informan dan sumber-

sumber lainnya sebelum disajikan dalam laporan penelitian.

5. Membangun beberapa alternatif interpretasi dan penafsiran berdasarkan data dan informasi yang diperoleh sebagai hasil penelitian.
6. Merumuskan pernyataan-pernyataan yang kemudian disajikan dalam kesimpulan.[]