

**Otoritas Keagamaan dalam Komunitas Dakwah
Milenial di Kota Semarang**

DISERTASI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
guna Memperoleh Gelar Doktor
dalam Studi Islam



oleh:

BAKHITA AIDA

NIM: 2100029042

**PROGRAM DOKTOR STUDI ISLAM
PASCASARJANA**
UIN WALISONGO SEMARANG

2025



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
PASCASARJANA

Jl. Walisongo 3-5 Semarang 50185, Telp./Fax: 024-7614454, 70774414

[FDD-38]

PENGESAHAN MAJELIS PENGUJI UJIAN TERBUKA

Yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa disertasi saudara:

Nama : Bakhtita Aida

NIM : 2100029042

Judul : Otoritas Keagamaan dalam Komunitas Dakwah Milenial di Kota Semarang

telah diujikan pada 6 Mei 2025 dan dinyatakan:

LULUS

dalam Ujian Terbuka Disertasi Program Doktor sehingga dapat dilakukan Yudisium Doktor.

NAMA	TANGGAL	TANDATANGAN
Prof. Dr. H. Nizar, M.Aq. Ketua/Promotor/Penguji	6 Mei 2025	
Prof. Dr. H. Awaluddin Pimay, M.Aq. Sekretaris/Penguji	6 Mei 2025	
Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Aq. Promotor/Penguji	6 Mei 2025	
Prof. Dr. H. Muhammad Sulthon, M.Aq. Kopromotor/Penguji	6 Mei 2025	
Prof. Dr. H. Fahrurrozi, MA. Penguji	6 Mei 2025	
Dr. H. Najahan Musyafak, MA. Penguji	6 Mei 2025	
Dr. Hj. Siti Sholihatih, MA Penguji	6 Mei 2025	
Dr. H. Nasihun Amin, M.Aq. Penguji	6 Mei 2025	

PERNYATAAN KEASLIAN DISERTASI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama lengkap : **Bakhita Aida**

NIM : 2100029042

Judul Penelitian : **Otoritas Keagamaan dalam Komunitas Dakwah Milenial di Kota Semarang**

Program Studi : Studi Islam

Konsentrasi : Ilmu Dakwah

menyatakan bahwa disertasi yang berjudul:

OTORITAS KEAGAMAAN DALAM KOMUNITAS DAKWAH MILENIAL DI KOTA SEMARANG

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, Januari 2025

Pembuat Pernyataan,



Bakhita Aida

NIM: 2100029042

NOTA DINAS

Semarang, Januari 2025

Kepada

Yth. Direktur Pascasarjana

UIN Walisongo

di Semarang

Assalamualaikum Warrohmatullahi Wabarakatuh.

Dengan ini diberitaukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap disertasi yang ditulis oleh:

Nama : **Bakhita Aida**

NIM : 2100029042

Konsentrasi : Ilmu Dakwah

Program Studi : Studi Islam

Judul : **Otoritas Keagamaan dalam Komunitas Dakwah Milenial di Kota Semarang**

Kami memandang bahwa disertasi tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Walisongo untuk diujikan dalam Sidang Ujian Disertasi (Terkait).

Wassalamualaikum Warrohmatullahi Wabarakatuh.

Ko-Promotor,



Dr. H. Muhammad Sulthon, M.Ag

NIP: 196208271992031001

Promotor,



Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag

NIP: 197204102001121003

ABSTRAK

Judul : Otoritas Keagamaan dalam Komunitas Dakwah Milenial di Kota Semarang

Penulis: Bakhita Aida

NIM : 2100029042

Hadirnya budaya digital membuat otoritas keagamaan berkontestasi pada komunitas dakwah. Penelitian bertujuan untuk menganalisis kemunculan otoritas keagamaan baru di dai milenial di Kota Semarang. Secara terperinci membahas tentang: Bentuk otoritas keagamaan; Terbentuknya otoritas baru untuk membangun komunitas *mad'u*; Kecenderungan *mad'u* mengikuti otoritas; Penyebab terbentuknya otoritas. Permasalahan ini dijawab menggunakan fenomenologi dan digali dengan menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Data diperoleh melalui wawancara berupa: Profil komunitas, profil dai, kecenderungan dai membentuk komunitas *mad'u*, kecenderungan *mad'u* mengikuti otoritas. Subjek yang diwawancara meliputi dai, pengurus komunitas dan *mad'u* pada tiap komunitas. Objek penelitian meliputi komunitas Dawwam Sahabat Hijrah, Santrendelik, UKKI Unnes dan Insani Undip. Observasi digunakan untuk memperoleh data sumber rujukan dakwah, metode berdakwah, data identitas *mad'u*, jumlah peserta kajian dakwah komunitas dan materi dakwah. Dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data berupa jadwal kajian dan video ceramah di media digital. Data yang diperoleh akan di cross check, kemudian dilakukan kategorisasi serta interpretasi data. Terakhir, dilakukan visualisasi data dalam bentuk deskripsi jawaban.

Keempat komunitas memiliki perbedaan jenis otoritas. Otoritas keagamaan cendekiwan dari kaderisasi dan perguruan tinggi (Dawwam Sahabat Hijrah), otoritas cendekiawan dari perguruan tinggi dan otoritas tradisional (UKKI Unnes), otoritas cendekiawan dari

kaderisasi (Insani Undip), dan otoritas cendekiawan dari perguruan tinggi (Sanrendelik). Terbentuknya komunitas *mad'u*, dai melakukan upaya menciptakan konten dakwah, membentuk komunitas dakwah, memiliki sertifikasi trainer dai kampus, memberikan strategi dakwah urban, dan model dakwah rasional. Kecenderungan dai membentuk otoritas baru dipicu oleh tantangan dakwah digital, urgensi literasi dakwah digital, munculnya wacana baru dakwah digital, adanya hiperealitas dalam dakwah digital, otoritas keagamaan baru sebagai bentuk tanggung jawab moral bagi para dai, adanya permasalahan dakwah perkotaan. Kecenderungan *mad'u* mengikuti otoritas dai dikarenakan dai dengan citra dakwah humanis, memiliki kualifikasi pendidikan Islam, mampu menciptakan tema kekinian dan lembaga dakwah kampus sebagai pemegang otoritas keagamaan. Kesimpulan: Dai milenial dengan karakteristik *digital native*, justru tidak ditemukan otoritas keagamaan digital. Mayoritas *mad'u* cenderung menyukai dai yang memiliki otoritas keagamaan cendekiawan. Hal ini dikarenakan sikap kritis masyarakat perkotaan yang berada pada level geopolitik. Komunitas Dawwam, Sanrendelik dan UKKI Unnes sepakat bahwa otoritas baru tidak berkontestasi dengan otoritas tradisional. Insani Undip sebagai pemegang otoritas cendekiawan dari kaderisasi yang menentang keberadaan otoritas tradisional. Teori Otoritas Max Weber perlu direvisi dengan menambahkan otoritas substansif rasional dan digital.

Kata Kunci : Otoritas Keagamaan Baru, Otoritas Keagamaan Cendekiawan, Dakwah Digital

ABSTRACT

Title : Religious Authority in Millennial Da'wah Community in Semarang

Author : Bakhita Aida

Student Number: 2100029042

The presence of digital culture makes religious authorities contest in the da'wah community. This study aimed to analyze the existence of new religious authorities in the millennial da'wah in Semarang. In detail, it discusses: forms of religious authority; formation of new authority to build the *mad'u* community; the tendency of *mad'u* to follow authority; reasons for the authority formation. These problems are answered using phenomenology and explored through interviews, observations, and documentation. The data obtained through interviews are: community profile, da'i profile, da'i's tendency to form *mad'u* community, *mad'u* tendency to follow authority. The subjects interviewed are da'i, the community's administrators, and *mad'u* in each community. The research objects are Dawwam Sahabat Hijrah, Santrendelik, UKKI Unnes, and Insani Undip. Observation is used to obtain data on sources of da'wah references, da'wah method, *mad'u* identity, number of participants in the community, and da'wah materials. Documentation is used to obtain data on study schedules and video lectures on digital media. The data obtained will be cross-checked, then categorized and interpreted. Finally, the data is visualized in the form of descriptions of answers.

Four communities have different types of authority: the religious authority of scholars from cadre formation and university (Dawwam Sahabat Hijrah), the authority of scholars from university and traditional authority (UKKI Unnes), the authority of scholars from cadre formation (Insani Undip), and the authority of scholars from university (Santrendelik). In the formation of a *mad'u* community, the da'i makes efforts to create da'wah content, forms a da'wah community, obtains a campus da'wah trainer certification, and provides an urban da'wah strategy and rational da'wah model. The tendency of da'i to form new authorities is triggered by the challenges of digital da'wah, the urgency of digital da'wah literacy, the

emergence of new discourses on digital da'wah, the existence of hyperreality in digital da'wah, new religious authorities as a form of moral responsibility for da'i, and the problems of urban da'wah. The tendency of *mad'u* to follow the authority of the da'i is because they have a humanist da'wah image, have Islamic educational qualifications, are able to create contemporary themes, and the campus da'wah institution is the holder of religious authority. Conclusion: millennial da'is with digital native characteristics, in fact, do not have digital religious authority. The majority of *mad'u* tend to prefer da'i who has scholarly religious authority. This is due to the critical attitude of urban society at the geopolitical level. The Dawwam, Santrendelik, and UKKI Unnes communities agreed that the new authority does not contest with the traditional authority. Insani Undip, as the holder of the authority of scholars from the cadre formation, opposes the existence of traditional authority.

Keywords: New Religious Authority, Scholarly Religious Authority, Digital Da'wah

الملخص

العنوان : السلطات الدينية في مجتمع الدعوة الألفية في مدينة سيمارانج
الكاتب : بختة عائدة
رقم التسجيل : ٢١٠٠٢٩٠٤٢

إن وجود الثقافة الرقمية يجعل السلطات الدينية تنافس المجتمع الدعوات التبشيري. يهدف البحث إلى تحليل ظهور سلطات دينية جديدة بين الدعاة الألفية في مدينة سيمارانج. ويناقش بالتفصيل: أشكال السلطة الدينية؛ إنشاء هيئة جديدة لبناء مجتمع المدعو؛ ميل المدعو لاتباع السلطة؛ أسباب تشكيل السلطة. يتم الرد على هذه المشكلة باستخدام علم الظواهر واستكشافها باستخدام المقابلات والملاحظة والتوثيق. البيانات التي سيتم الحصول عليها من خلال المقابلات ستكون في شكل: ملف تعريف المجتمع، ملف تعريف الداعية، ميل الداعية إلى تكوين مجتمعات المدعو، ميل المدعو إلى اتباع السلطة. وكان من بين الأشخاص الذين تمت مقابلتهم الدعاة ومديرو المجتمع المحلي والالمدعو في كل مجتمع. تشمل أهداف البحث مجتمعات دوام الصحابة الهجرة، وسانترنديليك، وحدات النشاطات الدينية الإسلامية في جامعة سورابايا الحكومية (أوكى أونيس)، وجامعة ديبونيجارا (إنساني أونديب) تم استخدام الملاحظات للحصول على بيانات حول المصادر المرجعية للدعوة، وطرق الوعظ، وبيانات عن هويات المدعو، وعدد المشاركين في دراسات الدعوة المجتمعية ومواد الدعوة. يتم استخدام التوثيق للحصول على البيانات في شكل جداول دراسية ومحاضرات فيديو على الوسائل الرقمية. سيتم فحص البيانات التي تم الحصول عليها، ثم سيتم تصنيف البيانات وتقسيرها. وأخيراً، تم تنفيذ تصوّر البيانات في شكل وصف الإجابات. المجتمعات الأربع لديها أنواع مختلفة من السلطة. المرجعية الدينية لعلماء تكوين الكادر والجامعات (دوام صحابة الهجرة)، ومرجعية العلماء من الجامعات والمرجعيات التقليدية (أوكى أونيس)، ومرجعية العلماء من تكوين الكادر (إنساني أونديب)، وهيئة العلماء من الجامعات (سانترنديليك). تم تشكيل مجتمع المدعو، وبنلت الدعوة جهوداً لإنشاء محتوى الدعوة، وشكلت مجتمع دعوة، وحصلت على شهادة مدرب واعظ في الحرم الجامعي، وقدّمت استراتيجيات الدعوة الحضرية، ونموذج الدعوة العقلاني. إن ميل الدعاة إلى تشكيل سلطات

جديدة ينجم عن تحديات الدعوة الرقمية، وال الحاجة الملحة لمحو الأمية الوعظية الرقمية، وظهور خطاب جديد حول الدعوة الرقمية، ووجود الواقع المفرط في الدعوة الرقمية، السلطات الدينية الجديدة كشكل من أشكال المسؤولية الأخلاقية للدعاة، ومشكلة الدعوة الحضارية. يرجع ميل المدعو إلى اتباع سلطة الداعية إلى أن الداعية يتمتع بصورة دعوية إنسانية، ولديه مؤهلات تعليمية إسلامية، وقدر على خلق موضوعات معاصرة، كما أن مؤسسة الوعظ بالحرم الجامعي هي صاحبة السلطة الدينية.

الاستنتاج: بالنسبة لجيل الألفية الذي يتمتع بخصائص رقمية أصلية، لا توجد سلطة دينية رقمية. تمثل غالبية الالمدعو إلى تفضيل الدعاة الذين يتمتعون بسلطة دينية علمية. ويرجع ذلك إلى الموقف النقي للمجتمع الحضري على المستوى الجيوسياسي. تتفق مجتمعات (دوام صحابة الهجرة) و (سانتر بنديليك) و (أوكى أونيس) على أن السلطة الجديدة لا تتنافس مع السلطة التقليدية. تفكير الموارد البشرية ك أصحاب سلطة فكرية من الكوادر المناهضة لوجود السلطة التقليدية.

الكلمات الرئيسية: السلطات المرجعية الدينية الجديدة ، السلطات المرجعية الدينية العلمية، الدعوة الرقمية

PERSEMBAHAN

Terimakasih tak terhingga untuk:

1. Suami tercinta, Mas Nafis
2. Anak-anaku terkasih, Kak Nazhan, Mbak Nasya, Dek Nauriya
3. Orang tua kami yang kami nantikan do'anya
4. Promotor Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag
serta Ko-promotor Dr. H. Muhammad Sulthon, M.Ag.
5. Seluruh dosen S-3 dan staff Pascasarjana UIN Walisongo Semarang
6. Keluarga S-3 UIN Walisongo angkatan 2021.

MOTTO

فَإِذَا ضُيِّعَتِ الْأَمَانَةُ فَإِنْتَظِرْ السَّاعَةَ قَالَ كَيْفَ إِضَاعَتُهَا قَالَ إِذَا وُسِدَ الْأَمْرُ إِلَى
السَّاعَةِ أَهْلُهُ فَإِنْتَظِرْ عَيْرَ

“Apabila amanah sudah hilang, maka tunggulah terjadinya kiamat”. Orang itu (Arab Badui) bertanya, “Bagaimana hilangnya amanah itu?” Nabi Shallahu Alahi Wasalla menjawab, “Apabila suatu urusan diserahkan bukan kepada ahlinya, maka tunggulah terjadinya kiamat.”

(HR.

Al-Bukhari).

عَنْ أَنَّسِ بْنِ مَالِكٍ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ طَلَبَ الْعِلْمَ فَرِيقَةً
عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ وَوَاضِعَ الْعِلْمِ عِنْدَ عَيْرَ أَهْلِهِ كَمْقَدِ الْخَنَازِيرِ الْجَوْهَرَ وَاللُّؤْلُؤَ
وَالذَّهَبَ

“Dari Anas bin Malik dia berkata; Rasulullah Shallahu Alahi Wasallam bersabda: ‘Menuntut ilmu adalah kewajiban bagi setiap muslim. Dan orang yang meletakkan ilmu bukan pada ahlinya, seperti seorang yang mengalungkan mutiara, intan dan emas ke leher babi.’”

(HR. Sunan Ibnu Majah No. 220).

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987

1. Konsonan

No.	Arab	Latin
1	ا	tidak dilambangkan
2	ب	b
3	ت	t
4	ث	š
5	ج	j
6	ح	h
7	خ	kh
8	د	d
9	ذ	ž
10	ر	r
11	ز	z
12	س	s
13	ش	sy
14	ص	š
15	ض	đ

No.	Arab	Latin
16	ط	t
17	ظ	z
18	ع	‘
19	غ	g
20	ف	f
21	ق	q
21	ك	k
22	ل	l
23	م	m
24	ن	n
25	و	w
26	ه	h
27	ء	,
28	ي	y

2. Vokal Pendek

- كَبَّ kataba
- سُلَّ suila

3. Vokal Panjang

- قَالَ qāla
- قِيلَ qīla

- يَقُولُ yaqūlu

4. Diftong

- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

Kata sandang [al-] pada bacaan syamsiyyah atau qamariyyah ditulis [al-] secara konsisten supaya selaras dengan teks Arabnya

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrohmatullahi Wabarakatuh,

Puji syukur alhamdulillah atas limpahan dan sayang serta kuasa-Nya, disertasi berjudul “**Otoritas Keagamaan dalam Komunitas Dakwah Milenial di Kota Semarang**” dapat tersaji untuk para Pembaca yang budiman. Shalawat dan salam senantiasa diagungkan untuk baginda Rasulullah Muhammad Shallahu Alaihi Wassalam yang telah menunjukkan kehidupan yang terang benderang karena ilmu. Cercah cahaya ilmu tersebut di antaranya terbias dalam karya tulis ini, semoga.

Materi yang dipersembahkan dalam disertasi ini merupakan hasil pemikiran, campur tangan, peran, dan bantuan banyak pihak. Bersama ini, rasa terima kasih yang setinggi-tingginya disampaikan kepada:

1. Prof. Dr. H. Nizar, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.

2. Prof. Dr.H. Muhyar Fanani, M.Ag selaku Direktur Pascasarjana UIN Walisongo Semarang.
3. Prof. Dr. H. Rahardjo, M.Ed., St selaku Kaprodi S-3 UIN Walisongo beserta para jajarannya.
4. Promotor Disertasi, Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag dan Ko-promotor, Dr. H. Muhammad Sulthon, M.Ag. atas arahan, pemikiran, waktu, restu, serta doa tak henti-hentinya yang diberikan.
5. Seluruh dosen S-3 UIN Walisongo Semarang, atas ilmu manfaat yang diberikan. Segenap karyawan yang telah membantu menyelesaikan segala administrasi.
6. Suami, anak-anak dan orang tua tercinta yang selalu mencerahkan semua doa dan dukungan untuk kesuksesan dan kesehatan penulis dalam menyelesaikan kegiatan sehari-hari dan sampai dalam menyelesaikan pendidikan pada gelar doktor.

7. Teman-teman seperjuangan S-3 angkatan 2021 atas kebersamaan dan semua hal yang tidak bisa disebutkan. Ditinjau dari banyak aspek, baik penulisan, substansi isi, materi penyusunan, pengetikan, dan aspek lainnya, tentu karya tulis ini masih banyak kekurangan dan kelemahan. Untuk itu, segala bentuk koreksi kritik, saran, dan masukan yang membangun untuk penyempurnaan disertasi ini, sangat diharapkan. Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu dakwah. Semoga disertasi ini menyumbang wacana keilmuan khususnya untuk otoritas keagamaan dalam komunitas dakwah.

Selamat membaca, berfikir, dan (diharapkan) bertindak.

Waalaikumussalam Warrohmatallahi Wabarakatuh.

Semarang, November 2024

Bakhita Aida

NIM: 2100029042

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL	xxiv
DAFTAR GAMBAR.....	xxv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	14
D. Kajian Pustaka	15
1. Pemegang Otoritas Keagamaan dalam Media Digital	15
2. Pemegang Otoritas Keagamaan oleh Ulama.....	26
3. Pemegang Otoritas Keagamaan oleh Cendekiawan Modern.....	31
4. Otoritas Keagamaan dalam Komunitas Dakwah ..	33
5. Otoritas Keagamaan pada Dai.....	45

E. Metode Penelitian	47
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	47
2. Teknik Pengambilan Sampel	51
3. Teknik Pengumpulan Data.....	55
a. Metode Observasi	56
b. Metode Wawancara.....	57
c. Metode Dokumentasi	58
4. Analisis Data.....	58
5. Pengujian Keabsahan Data.....	60
a. Triangulasi.....	61
b. Member Check.....	63
H. Sistematika Penulisan	64
BAB II	67
DASAR KONSEPTUAL OTORITAS KEAGAMAAN DALAM KOMUNITAS DAKWAH MILENIAL	67
A. Jenis Otoritas Keagamaan.....	67
B. Sifat Otoritas Keagamaan	74
C. Sumber Otoritas Keagamaan	76
D. Dai Milenial	80
E. Karakteristik Dai Milenial.....	90
F. Kriteria Otoritas Keagamaan pada Dai Milenial	93
1. Dai yang Memiliki Pemahaman Agama	100
2. Dai yang Memiliki Kemampuan sebagai Mediator	
103	

3. Dai Memiliki Pendekatan Dakwah Transformatif	105
4. Dai Memiliki Kematangan Emosional dan Sosiologis.....	107
5. Dai memiliki Sanad Keilmuan dari Segi Tradisionalitas Intelektual, Literasi Akurat dan Kreatifitas.....	109
G. Otoritas Keagamaan pada Era Digital	114
H. Konsep Komunitas dan Dakwah.....	123
1. Unsur-unsur Komunitas	127
2. Jenis Komunitas	128
3. Pengertian Dakwah	131
4. Unsur-unsur Dakwah	132
5. Komunitas Dakwah.....	140
BAB III.....	145
KOMUNITAS DAKWAH MILENIAL DI KOTA SEMARANG	145
A. Profil Komunitas Dawwam Sahabat Hijrah	145
1. Sejarah Terbentuknya Komunitas	145
2. Profil Dai.....	148
a. Alfian Yusuf : Pemegang Otoritas Keagamaan Cendekiawan dari Kaderisasi.....	148
b. Miftahul Huda: Pemegang Otoritas Keagamaan Cendekiawan dari Perguruan Tinggi.....	157
3. Aktivitas Komunitas Dakwah	162

B.	Profil Komunitas Santrendelik.....	173
1.	Sejarah Terbentuknya Komunitas	173
2.	Profil Dai.....	176
a.	Fakhrudin Aziz: Pemegang Otoritas Keagamaan Cendekiawan dari Perguruan Tinggi.....	176
b.	Ahmad Tajuddin Arafat: Pemegang Otoritas Keagamaan Cendekiawan dari Perguruan Tinggi ...	182
3.	Aktivitas Komunitas Dakwah	199
a.	Metode Kisah	206
b.	Dakwah Konseling.....	207
c.	Penguasaan Mad'u dari Berbagai Kalangan .	211
d.	Karya Ilmiah sebagai Materi Dakwah bagi Dai Cendekiawan.....	213
C.	Profil Komunitas UKKI Unnes.....	220
1.	Sejarah Terbentuknya Komunitas	220
2.	Profil Dai.....	225
a.	Muhammad Sokheh: Pemegang Otoritas Keagamaan Cendekiawan dari Perguruan Tinggi ...	225
b.	Rizal Fadli Nurhadi: Pemegang Otoritas Keagamaan Tradisional.....	235
3.	Aktivitas Komunitas Dakwah	243
D.	Profil Komunitas Insani Undip	252
1.	Sejarah Terbentuknya Komunitas	252
2.	Profil Dai.....	258

a.	Luthfie Maula: Pemegang Otoritas Keagamaan Cendekiawan dari Kaderisasi.....	258
b.	Ahmi Rifqi Hudaya: Pemegang Otoritas Keagamaan Cendekiawan dari Kaderisasi	267
3.	Aktivitas Komunitas Dakwah	274
	BAB IV	285
	KEMUNCULAN OTORITAS KEAGAMAAN KOMUNITAS DAKWAH MILENIAL DI KOTA SEMARANG	285
	A. Keberagaman Otoritas Keagamaan dalam Komunitas Dakwah Milenial di Kota Semarang	285
	B. Terbentuknya Komunitas <i>Mad'u</i> dengan Otoritas Keagamaan Baru	319
1.	Dai Menampilkan Konten Dakwah Menarik	319
2.	Dai Membentuk Majelis Taklim Secara Mandiri	337
3.	Dai Memiliki Sertifikasi Sebagai <i>Trainer</i> Dai Kampus	342
4.	Dai Memberikan Strategi Dakwah untuk Pemuda Urban.....	345
5.	Dai Memberikan Pemahaman Rasional Melalui Otoritas Keagamaan Baru	356
C.	Kecenderungan <i>Mad'u</i> Mengikuti Otoritas Keagamaan Baru	364
1.	Dai Menampilkan Dakwah Humanis bagi Anak Muda	364
2.	Dai Memiliki Kualifikasi Pendidikan Islam	371

3. Dai Membawakan Tema Kekinian yang Menghubungkan Agama dengan Berbagai Perspektif Keilmuan.....	376
4. Lembaga Dakwah Kampus Sebagai Wadah Menambah Ilmu Agama.....	378
D. Penyebab Dai Milenial Membentuk Otoritas Keagamaan Baru	382
1. Dai Menjawab Tantangan Dakwah Digital.....	382
2. Upaya Meningkatkan Literasi Dakwah Digital... ..	387
3. Dai Menciptakan Wacana Baru dalam Dakwah Digital	390
4. Dai Menentang Hiperrealitas Dakwah Digital.....	399
5. Otoritas Keagamaan Baru sebagai Bentuk Tanggung Jawab Moral.....	402
6. Upaya Mengatasi Permasalahan Dakwah pada Pemuda Urban.....	404
a. Krisis Otoritas pada Dai.....	404
b. Komunitas Dakwah yang Tidak Sesuai dengan Gairah Keagamaan.....	407
BAB V	413
PENUTUP	413
A. Kesimpulan	413
B. Implikasi Hasil Penelitian	424
C. Saran	427
D. Kata Penutup.....	429
DAFTAR PUSTAKA	i

LAMPIRAN I : PANDUAN WAWANCARA	xxxiii
RIWAYAT HIDUP	xxxvii

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Jenis, Sumber dan Sifat Otoritas Keagamaan dalam Komunitas Dakwah Milenial	286
---	-----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Analisis Data Spiral Creswell	59
Gambar 3. 1 Konten Iklan Nonton Bareng Film Sejarah Islam	163
Gambar 3. 2 Miftah sebagai Dai Konten Kreator	164
Gambar 3. 3 Alfian sebagai Dai Konten Kreator.....	168
Gambar 3. 4 Konten Youtube Komunitas Dawwam Sahabat Hijrah.....	168
Gambar 3. 5 Lokasi Kajian Santrendelik	173
Gambar 3. 6 Flyers Kajian Santrendelik di Instagram	201
Gambar 3. 7 Kontribusi Tajuddin Arafatddin sebagai Dai Cendekiawan di Media Digital	204
Gambar 3. 8 Dai Milenial Membentuk Komunitas Dakwah Baru	218
Gambar 3. 9 Lokasi Kajian "Pemimpin yang Ideal di Era Kontemporer Berakar pada Politik di Zaman Nabi" di Masjid FIPP Unnes	228
Gambar 3. 10 Rizal Mengisi Kajian di Unnes	236
Gambar 3. 11 Konten Rizal sebagai Dai Konten Kreator	241
Gambar 3. 12 Konten Fatwa Online	244
Gambar 3. 13 Dai Milenial Kampus dalam Kajian Dakwah	250
Gambar 3. 14 Alur Kaderisasi	256
Gambar 3. 15 Luthfie dalam Kajian "Become Precious Moslem in Society 5.0" di Masjid Kampus Undip	264
Gambar 3. 16 Dai Milenial Kampus Berdakwah di Kawasan Kampus.....	277

Gambar 3. 17 Personal Branding Dai Kampus	278
Gambar 4. 1 Dialog dalam Kajian Santrendelik	366
Gambar 4. 2 Hiperrealitas Dakwah pada Konten Youtube.....	401

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Otoritas keagamaan dimiliki oleh orang yang disebut alim atau ulama, tidak hanya menguasai bidang ilmu keislaman seperti Al-Qur'an, Hadis, *uṣūl al-fiqh*, tasawuf, fikih. Ilmu pengetahuan lain seperti ilmu yang digunakan sebagai alat bantu interpretasi makna Al-Qur'an dan Hadis seperti ilmu bahasa, *mantiq*, sejarah, dan sebagainya.¹ Ulama atau kiai merupakan aset berharga dalam pengembangan dakwah.² Ulama memiliki peran sebagai acuan ilmu keislaman, serta memiliki misi membimbing umat Islam agar sesuai dengan syari'at Islam serta memahami konteks sosial-politik di masyarakat maupun negara.³ Otoritas keagamaan ini terbentuk oleh kapasitas dan kompetensi ulama yang kompleks dan dibutuhkan oleh masyarakat.

Otoritas keagamaan tidak hanya dimiliki oleh ulama, namun juga dimiliki oleh cendekiawan modern, sehingga otoritas keagamaan menjadi sebuah kontestasi pada keilmuan Islam karena

¹ Moh Romzi, "Ulama Dalam Perspektif Nahdlatul Ulama," *Religio: Studi Agama-Agama* 2, no. 1 (March 2012): 55.

² Awaluddin Pimay dan Agus Riyadi, "Abdurrahman Wahid Structural Dakwah Activities," *Ilmu Dakwah* 15, no. 2 (2021).

³ Mokhamad Choirul Hudha, "Al-Qur'an Dalam Pusaran Politik Di Indonesia: Perebutan Makna Atas Lafaz Auliya Dan Ulama," *Al-Mabsut: Jurnal Studi Islam Dan Sosial* 14, no. 1 (2020).

memiliki cara pandang yang berbeda terhadap penafsiran Al-Qur'an, Hadis dan pendapat ulama. Fenomena munculnya otoritas baru yang dimiliki oleh cendekiawan muslim modern berasal dari perguruan tinggi atau disebut dengan istilah "*New religious intellectuals*" atau NRI. NRI merupakan pemegang otoritas keagamaan bukan dari madrasah tetapi dari perguruan tinggi dan universitas negara barat, seringkali tanpa landasan formal dalam ilmu keislaman dalam meninterpretasi makna Al-Qur'an dan Hadis.⁴

Kebangkitan Islam memiliki efek tersebarnya otoritas keagamaan di berbagai lokasi, media, dan bentuk asosiasi baru yang beragam. Secara konvensional, otoritas keagamaan keindonesiaan telah menjadi wilayah orang-orang yang secara formal dilatih terutama dalam fikih. Seorang ulama tradisional perlu belajar bertahun tahun mendapat pelajaran dan meraih status yang membuatnya dikenal luas sebagai seorang ahli fikih atau mufti. Isu otoritas ini penting bagi bentuk bentuk fatwa yang diakses secara instan melalui media digital atau fatwa *online* maupun yang lebih tradisional dan merupakan topik diskusi yang umum ada di kalangan Muslim. Kebanyakan cendekiawan muslim modern dalam teori hukum Islam ingin membatasi praktik fatwa

⁴ Muhammad Qasim Zaman, "The Ulama and Contestations on Religious Authority," *Islam and Modernity: Key Issues and Debates*, 2009, 206–36.

hanya kepada mereka yang telah mempelajari Al-Qur'an, Hadis dan fikih. Mereka menjelaskan bahwa bagian besar dari kekuatan persuasif fatwa adalah karena otoritas yang dimiliki para ulama semacam ini.⁵

Beragamnya bentuk otoritas keagamaan dipengaruhi oleh hadirnya budaya digital. Budaya digital menjadi faktor penyebab terjadinya pergeseran pola masyarakat dalam mencari referensi keislaman; dari sumber referensi konvensional seperti media cetak ke sumber referensi yang tersambung internet atau *online*. Generasi milenial memiliki preferensi mendapatkan sumber-sumber pengetahuan keislaman melalui media digital.⁶ Fenomena beralihnya penggunaan media cetak menjadi media digital, merupakan ciri khas generasi milenial memiliki pandangan bebas dan selalu terhubung dengan internet telah mengubah desain dakwah di Indonesia. Generasi milenial telah memanfaatkan teknologi untuk memperoleh informasi dan pengetahuan Islam.⁷ Mereka secara perlahan-lahan meninggalkan dakwah konvensional baik dari segi topik maupun metode sebagai tercermin dari semakin

⁵ Greg Fealy dan Sally White, *Ustadz Seleb : Bisnis Moral & Fatwa Online* (Jakarta: Komunitas Bambu, 2012), 167.

⁶ Noorhaidi Hasan, *Literatur Keislaman Generasi Milenial : Transmisi, Aproiasi, Dan Kontestasi* (Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Press, 2018).

⁷ Muhammad Rijal Fadli and Siti Irene Astuti Dwiningrum, "Pesantren's Digital Literacy: An Effort to Realize the Advancement of Pesantren Education," *Ulul Albab* 22, no. 2 (2021): 338–59.

populernya gaya dakwah yang dipraktikkan oleh para pengkhotbah yang seperti Hannan Attaki dengan demikian, otoritas keagamaan baru muncul dari media digital.

Media digital memberikan kontribusi positif bagi dakwah meski bisa juga membawa akibat negatif seperti munculnya dakwah dengan pemaknaan artifisial yaitu dakwah yang dangkal, sehingga *output* dakwah tidak maksimal atau belum tuntasnya dakwah, dan maraknya ujaran kebencian atas nama dakwah. Konsumen muslim dakwah digital juga dibujuk untuk meninggalkan referensi utama ajaran Islam untuk pengajaran instan seperti yang tersedia dari internet.⁸

Media digital sebagai media dakwah memiliki dampak positif yaitu memudahkan untuk berinteraksi dengan teks sumber dakwah secara mandiri dan memahami secara bebas dan menyebar secara luas.⁹ Selain memiliki dampak positif, media digital sebagai media dakwah juga memiliki dampak negatif seperti terjadinya distorsi fakta tentang agama. Sebagian dari narasi dakwah di

⁸ Mohammad Hidayaturrahman dan D.I Ansusa Putra, “The Role of Technology and Social Media in Spreading the Qur'an and Hadiths by Mubalig,” DINIKA : Academic Journal of Islamic Studies 4, no. 1 (2019): 45.

⁹ Hidayaturrahman dan Putra.

internet, menanamkan pesan dakwah yang bertentangan dengan Islam dan mencitrakan Islam yang ekstrimis atau radikal.¹⁰

Dampak negatif dari pemanfaatan media digital sebagai media dakwah adalah terjadinya kasus hujatan dari masyarakat terhadap dai. Seperti dakwah yang dilakukan oleh Oki Setiana Dewi pada tahun 2022 terkait pernyataan bahwa istri wajib menutup aib suami walaupun telah melakukan kekerasan dalam rumah tangga. ¹¹ Oki memiliki pengikut sosial media yang sejumlah 19,2 Juta pengikut Instagram. Khalid Basalamah dengan pernyataan mengharamkan wayang ¹², memiliki akun Instagram resmi “khalidbasalamahofficial” dengan jumlah 2,9 juta pengikut. Hanan Attaki dengan pernyataan bahwa wanita salihah memiliki berat badan tidak lebih dari 55 kilogram.¹³ Akun Instagram “hanan_attaki” memiliki 9,2 juta pengikut. Berkembangnya organisasi masyarakat yang bertentangan dengan ideologi negara dan agama juga perlu dikhawatirkan, seperti munculnya Hibut

¹⁰ Muhammad Maga Sule, “Muslim Scholars and the World of Social Media: Opportunities and Challenges,” Islamic Communication Journal 5, no. 2 (2020): 223.

¹¹ Tim Detik, “Kontroversi Mengemuka Buntut Ceramah KDRT Dari Oki Setiana Dewi,” Detik.com, 2022, <https://news.detik.com/berita/d-5927463/kontroversi-mengemuka-buntut-ceramah-kdrt-dari-oki-setiana-dewi>.

¹² Rahmatia Miralena, “Permintaan Maaf Khalid Basalamah, Bantah Mengharamkan Wayang,” Detik.com, 2022, <https://news.detik.com/berita/d-5942698/permintaan-maaf-khalid-basalamah-bantah-mengharamkan-wayang>.

¹³ Niken Purnamasari, “Klarifikasi Ustaz Hanan Soal Berat Wanita Salihah Tak Lebih 55 Kg,” 2018, <https://news.detik.com/berita/d-4126455/klarifikasi-ustaz-hanan-soal-berat-wanita-salihah-tak-lebih-55-kg>.

Tahrir Indonesia dan Khilafatul Muslimin sebagai organisasi yang membawa paham khilafah.¹⁴ Bahkan, Badan Intelijen Negara memaparkan sebanyak 85 persen, generasi milenial rentan terpapar radikalisme.¹⁵ Radikalisme muncul karena adanya kedangkalan dalam pemahaman peran agama. Setidaknya ada tiga peran agama yang rentan, yaitu agama sebagai faktor ideologis, kedua, agama sebagai faktor identitas, dan ketiga, agama sebagai legitimasi etis hubungan sosial.¹⁶

Berdasarkan kasus hujatan terhadap dai yang telah terjadi, seharusnya dai menggunakan adab yang baik seperti penggunaan bahasa yang tidak diskriminatif. Dalam materi dakwah, rujukan referensi perlu diperhatikan, tidak berbicara tentang perpecahan, menjelaskan kelompok lain, faktual, menyentuh logika, *human interest* dan edukatif. Pelaku dakwah memperhatikan kaidah dakwah “*Tilamidzu al-iman la tilamidu al-kitab*” (muridnya guru bukan muridnya buku).¹⁷

¹⁴ Kautsar Widya Prabowo, “MUI: Ideologi Khilafatul Muslimin Mirip HTI,” Medcom, 2022, <https://www.medcom.id/nasional/peristiwa/nN9X9r8K-mui-ideologi-khilafatul-muslimin-mirip-hti>.

¹⁵ CNN, “BIN: 85 Persen Milenial Rentan Terpapar Radikalisme,” CNN, 2021, <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210615195226-12-654763/bin-85-persen-milenial-rentan-terpapar-radikalisme>.

¹⁶ Nasihun Amin, “Menyemai Nasionalisme Dari Spirit Agama: Upaya Meredam Radikalisme Beragama,” *Theologia* 23, no. 1 (2017).

¹⁷ Hajir Tajiri, Etika Dan Estetika Dakwah (Bdanung: Simbiosa Rekatama Media, 2015).

Ulama dan pemerintah melalui kementerian agama dan organisasi masyarakat merupakan pemegang utama otoritas keagamaan. Selama ini, otoritas keagamaan hanya dimiliki oleh para ulama.¹⁸ Ulama sebagai pemegang otoritas keagamaan melakukan transmisi keilmuan dengan cara yang dakwah tradisional seperti sistem bandongan, sorogan dan pengajian namun, perkembangan teknologi yang mengakibatkan munculnya otoritas baru cenderung menampilkan suasana yang religius populer sehingga menarik minat pemuda Muslim.¹⁹ Pergeseran otoritas keagamaan ditandai dengan jumlah pengguna internet yang meningkat. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2022-2023, sebanyak 215,63 juta orang atau 78,19% dari total populasi Indonesia (275,77 juta jiwa).²⁰ Berdasarkan *Nielsen Consumer & Media View Q3 2022 (Indonesia)*, TV dan internet merupakan dua jenis media dengan jangkauan tertinggi dimana TV masih mendominasi dengan 81,1% dan internet telah mengalami pertumbuhan yang signifikan mencapai 76,7%. Hingga

¹⁸ Heidi Campbell and Paul Emerson Teusner, “Religious Authority in the Age of the Internet,” *Virtual Lives*, 2011, 59–68; Mutohharun Jinan, “New Media Dan Pergeseran Otoritas Keagamaan Islam Di Indonesia,” *Jurnal Lektur Keagamaan* 10, no. 1 (2012): 181–208.

¹⁹ Dony Arung Triantoro, “Dakwah Dan Kesalahan: Studi Tentang Gerakan Teras Dakwah Di Kalangan Remaja Yogyakarta,” *Jurnal Masyarakat Dan Budaya* 20, no. 2 (2018).

²⁰ Anonim, “APJII: Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta Pada 2022-2023,” accessed April 3, 2023, <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-21563-juta-pada-20222023>.

kuartal III-2022, pengguna TV masih didominasi oleh usia 40-49 tahun (18%) dan 50+ (23%), sedangkan digital masih didominasi oleh usia 10-19 (22%) dan 20-29 (26%) tahun. Dengan pertumbuhan internet yang tinggi, mengakses video *online* dan menonton *streaming* TV juga telah tumbuh secara signifikan dalam tiga tahun terakhir di semua kelompok umur.²¹

Pergeresan otoritas keagamaan lama ke baru juga ditandai dengan menjamurnya *Islamic Book Fair (IBF)*. IBF di Tangerang pada tahun 2023, disambut dengan antusias oleh kurang lebih 5000 pengunjung dengan 48 penerbit. Dengan banyaknya buku keislaman dan penerbit yang mencetak buku Islam, dalam waktu sama menunjukkan minat kaum muslim juga meningkat. IBF ini sudah cukup bertahan dengan diselenggarakan dari sejak tahun 2001 hingga 2023.²² Dari buku-buku itulah kaum muslim memperoleh pijakan baru dalam beragama. Gejala tersebut memperlihatkan pergeseran otoritas tradisional yang sebelumnya di tangan ulama, kini ke sumber-sumber impersonal.²³ Semakin banyaknya situs keislaman yang dikelola lembaga keagamaan maupun perseorangan yang menawarkan pentingnya implementasi

²¹ Anonim, “Nielsen Meluncurkan Rating Konten Streaming Yang Memungkinkan Pengukuran Lintas Media Di Indonesia | Nielsen,” accessed April 3, 2023, <https://www.nielsen.com/id/news-center/2022/nielsen-launches-streaming-content-ratings-enabling-cross-media-measurement-in-indonesia/>.

²² Anonim, “*Islamic Book Fair*,” 2023, <https://islamicbook-fair.com/#>.

²³ Jinan, “New Media Dan Pergeseran Otoritas Keagamaan Islam Di Indonesia,” 2012.

Islam. Pada platform youtube, atau konten islam pada kanal @Islampopuler berada posisi top 100 dengan 10 Juta *subscribers* dan seratus juta *viewers*.²⁴ Kanal youtube Ustaz Abdul Somad (UAS) mendapatkan 3,48 Juta dengan viewrs 500.000 hingga 1 Juta. Kanal Adi Hidayat dengan 3,72 Juta *subscriber*. Bahkan kiai tradisional seperti Anwar Zahid, sekarang memiliki kanal youtube dengan 1,27 Juta *subscriber*. Dari kalangan dai muda, ada kanal Hanan Attaki dengan 2,49 *subscriber*. Bahkan dari kalangan komunitas seperti Pijar Studio yang sering menyebarluaskan konten Islami, mampu mendapatkan 3 Juta *viewers* di platform youtube. Pada sasaran anak-anak, kanal youtube menawarkan konten Islam populer yang drepresentasikan melalui Nussa dan Rara dengan 3,97 *subscriber*. Pada platform Instagram tokoh pegiat dakwah seperti, AA Gym mendapatkan 7,3 Juta pengikut, Oki Setiana Dewi, 19,8 Juta pengikut.²⁵ Ditambah lagi, banyaknya portal, situs berita Islami yang berafiliasi dengan organisasi tertentu dengan bebas dapat diakses. Seperti VOA-Islam, Arrahmah.com, Muslim.or.id, dan NU *Online*. Semarang juga memiliki akun-akun dakwah di platform digital seperti Dakwah Islam dengan 589.000 pengikut.

²⁴ Anonim, “Top 100 YouTube Channels in Indonesia (2023) - Sorted by Subscribers,” accessed April 3, 2023, <https://www.speakrj.com/audit/top/youtube/id>.

²⁵ Anonim, “Top Instagram Influencers in Indonesia in 2023 | StarNgage,” accessed April 3, 2023, <https://starngage.com/app/id/influencer/ranking>.

Gary R Bunt mengemukakan bahwa mahasiswa pengguna aktif internet (54%) mendahulukan mencari jawaban di internet, dengan membuka web Islam atau lembaga-lembaga keislaman. Kelompok yang memiliki kdekatan dengan dunia naya terdorong untuk menyelesaikan masalah secara cepat. Selanjutnya 14% bertanya kepada guru, kiai, ustaz atau dosen secara langsung, dan 32% mencari jawaban dengan membaca buku atau media cetak.²⁶

Pergeseran otoritas keagamaan di Kota Semarang, ditandai dengan munculnya ustaz “baru” di komunitas Kota Semarang. Otoritas keagamaan yang dimiliki oleh media digital, mengakibatkan terjadinya fragmentasi otoritas keagamaan di kalangan pemuda Muslim dengan disertai menjamurnya pengajian di kota besar.²⁷ Seperti Yuk Ngaji Semarang, Gerakan Jilbab Semarang, Tim Hijrah Akbar dan komunitas hijabers Semarang.

Komunitas dakwah juga beberapa menampilkan selebritis sebagai dai untuk menarik minat anggota. Hal ini terjadi di Kota Semarang, Insani Undip yang menampilkan *influencer* Saihul Basyir dengan 41.700 pengikut di Instagram, Hutri dengan 21.500 pengikut dan Oemar Mita dengan 1,2 Juta pengikut serta Komunitas Hijabers yang menampilkan Oki Setiana Dewi, dan

²⁶ GR Bunt, *Islam in the Digital Age: E-Jihad, Online Fatwas and Cyber Islamic Environmentsress* (London: Pluto Press, 2003).

²⁷ Triantoro, “Dakwah Dan Kesalehan: Studi Tentang Gerakan Teras Dakwah Di Kalangan Remaja Yogyakarta.”

Peggy Melati Sukma. Dai selebritis terkadang tidak memiliki kualifikasi pendidikan Islam yang baik seperti memiliki penguasaan bahasa Arab dan hukum Islam. Dua pengetahuan tradisional ini denggap sebagai landasan kesarjanaan dan otoritas Islam.²⁸

Banyaknya jumlah pengguna internet dan pengikut pegiat dakwah menandai terjadinya pergeseran otoritas lama ke baru, menimbulkan persaingan antara berbagai wacana dan gaya sosial yang beragam dalam dakwah. Salah satunya muncul komunitas dakwah. Munculnya komunitas dakwah, diiringi kebutuhan dan kebiasaan baru membaca dan berdiskusi tentang Islam, yang dipenuhi oleh sejumlah organisasi melalui kegiatan yang berada dalam domain dakwah. Keberagaman ini sesuai dengan perbedaan sikap komunitas dakwah terhadap tradisi, modernitas, dan reformasi, karakter Islam yang menyeluruh atau terbuka sebagai sistem sosial dan hukum, penerimaan cara hidup, pemikiran lokal, dan asing serta menuju berbagai pusat otoritas keagamaan muslim. Komunitas dakwah tidak hanya melengkapi satu sama lain dengan menangani audiens yang berbeda; komunitas dakwah seringkali membela berbagai jenis otoritas agama dan kategori orang yang dianggap atau yang menganggap diri mereka berhak memegang

²⁸ Fealy dan White, *Ustadz Seleb : Bisnis Moral & Fatwa Online*, 35.

otoritas dalam masalah agama.²⁹ Setiap komunitas harus memahami pluralistik dan keragaman. Materi dakwah sekarang ini harus berkembang dari penyampaian ceramah melalui mimbar, menyampaikan materi tentang ibadah mahdah menjadi permasalahan realitas sosial kemanusiaan, sehingga terwujud situasi sosial yang selaras di antara budaya dan agama, menanamkan pesan dakwah seperti saling menghormati dan toleransi.³⁰

Komunitas dakwah dengan mengangkat realitas sosial kemanusiaan dimiliki oleh beberapa komunitas dakwah di Semarang.

Berkembangnya berbagai komunitas dakwah di masyarakat, lembaga keagamaan merupakan pemegang otoritas keagamaan secara resmi namun juga secara bebas otoritas keagamaan dimiliki oleh individu-individu yang memiliki kemampuan intelektual yang memadai, serta mendapatkan respon positif dari para pengikutnya masing-masing serta mampu

²⁹ Johan Meuleman, “Dakwah, Competition for Authority, and Development,” *Bijdragen Tot de Taal-, Land- En Volkenkunde* 167 (2011): 236–69.

³⁰ Abdul Karim et al., “Pemetaan Untuk Strategi Dakwah Di Kota Semarang Menggunakan Pendekatan Data Mining (Mapping for Da’wah Strategy in Semarang City Using Data Mining,” *Risalah* 32, no. 1 (2021): 40–55.

menjawab persoalan masyarakat.³¹ Persoalan dalam masyarakat yang dimaksud adalah menjawab dinamika kondisi ekonomi, sosial, dan politik umat Islam yang menjadi latar belakang komunitas sosial Islam berkembang.³² Penampung komunitas sosial umat Islam saat ini adalah aktifitas keagamaan seperti pengajian. Majelis ini hadir dalam setiap komunitas muslim.³³ Pada penelitian ini mengkaji bagaimana otoritas keagamaan yang lahir pada dai milenial di komunitas dakwah Kota Semarang, baik berupa bentuk otoritas keagamaan dan pengaruhnya terhadap *mad'u*, latar belakang dai yang mempengaruhi lahirnya otoritas keagamaan baru dan faktor pendorong *mad'u* mematuhi dai milenial.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana jenis, sifat dan sumber otoritas keagamaan yang dimiliki oleh dai milenial ?
2. Bagaimana dai milenial menggunakan otoritas keagamaan untuk membangun komunitas *mad'u*?

³¹ Ahmad Khotim Muzakka, “Otoritas Keagamaan Dan Fatwa Personal Di Indonesia,” *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman* 13, no. 1 (2018): 63–88.

³² Syarifuddin Jurdì, “Gerakan Sosial Islam: Kemunculan, Eskalasi, Pembentukan Blok Politik Dan Tipologi Artikulasi Gerakan,” *Politik Profetik* 1, no. 1 (2013).

³³ Firman Nugraha, *Gerakan Sosial Ekonomi Keagamaan Muslim Perdesaan* (Jakarta: Litbang Diklat Press, 2021).

3. Mengapa *mad'u* memiliki kecenderungan mengikuti otoritas keagamaan dari dai milenial pada komunitas dakwah?
4. Mengapa dai milenial bisa menghadirkan otoritas keagamaan ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis fenomena otoritas keagamaan komunitas dakwah milenial di Kota Semarang.

Tujuan khusus penelitian:

1. Memaparkan jenis otoritas keagamaan yang digunakan oleh milenial.
2. Mendapatkan pola eksploratif otoritas keagamaan yang digunakan pada masing-masing komunitas.
3. Mengetahui penyebab dan faktor pendorong *mad'u* mengikuti otoritas keagamaan baru pada komunitas dakwah perkotaan.
4. Mengetahui penyebab dan proses dai milenial mampu melahirkan otoritas keagamaan baru.

Dilihat dalam aspek teoritis diharapkan penelitian memberi kegunaan. Pertama; menambah substansi keilmuan dan penelitian dalam bidang ilmu dakwah dan studi islam tentang otoritas keagamaan komunitas dakwah milenial di Kota Semarang. Kedua; menambah pemikiran tentang ilmu dakwah dan berguna bagi

civitas akademika perguruan tinggi dan komunitas dakwah yang memerlukannya. Output penelitian ini secara praktis berguna untuk : Pertama; sebagai salah satu acuan dakwah dan otoritas keagamaan pada komunitas dakwah yang dapat diterapkan oleh komunitas atau lembaga dakwah di masyarakat. Kedua; memberikan arahan bagi para dai dan pengurus harian komunitas dakwah dalam menerapkan pola dakwah yang tepat, menampilkan komunitas dakwah yang sesuai syariat Islam dan kaidah dakwah serta sebagai evaluasi para dai dalam merencanakan kegiatan dakwah.

D. Kajian Pustaka

Berdasarkan beberapa penelitian terakhir, terdapat penelitian yang serupa terkait otoritas keagamaan dan dakwah. Penelitian terakhir memiliki ketidaksamaan tema dan fokus kajian dengan penelitian ini. Untuk memperbaiki gambaran perbedaan antara penelitian ini dan terdahulu, maka dijelaskan beberapa penelitian terakhir sebagai berikut.

1. Pemegang Otoritas Keagamaan dalam Media Digital

Otoritas keagamaan yang dimiliki oleh media digital, digunakan untuk menyebarkan pesan dakwah, namun juga disertai menjamurnya pengajian di kota-kota Indonesia. Hal ini mengakibatkan terjadinya fragmentasi otoritas keagamaan di kalangan pemuda Muslim, salah satunya di Yogyakarta pada

komunitas Teras Dakwah. Pemuda Yogyakarta lebih berminat pada pengajian yang dikemas dengan budaya populer dan media sosial untuk mendapatkan ilmu secara cepat. Pendakwah memiliki gaya selebritis, mengemas pesan dakwah yang religius, humoris dan gaul.³⁴ Penelitian ini lebih berfokus pada strategi komunitas milenial dalam mengemas dakwah populer dengan budaya selebritis, sedangkan penelitian yang dilakukan berfokus pada kapasitas dai milenial yang mampu melahirkan otoritas keagamaan baru dikalangan komunitas.

Perkembangan populise agama di Indonesia adalah salah satu wujud dari penyebaran pesan dakwah ruang produktif melalui media digital. Dakwah yang dilakukan oleh tokoh atau lembaga keagamaan secara konvensional ditantang oleh populisme agama di media sosial. Penelitian Fakhruroji dengan pendekatan studi kasus berfokus pada bagaimana informasi Islam diproduksi dan beredar di internet, bagaimana aktor dan struktur agama dinegosiasi dalam konteks *online* dan *offline*, bagaimana mengintegrasikan ruang *online* dan *offline* dan bagaimana konteks *online* dan *offline* ini dinegosiasi oleh tokoh agama. Platform

³⁴ Eko Saputra and Dony Arung Triantoro, “Urban Muslim Youth, Pengajian Communities and Social Media: Fragmentation of Religious Authority in Infonesia,” *Al-Qalam* 27, no. 2 (2021); Z Zulkifli, “The Ulama in Indonesia: Between Religious Authority and Symbolic Power,” *Jurnal Ilmu Keislaman-Miqot* 1 (2013).

yang digunakan adalah situs Cyberdakwah.com, Tafaqquh Channel, akun Instagram @gustaqi, dan platform digital smartphone AA Gym. Cyberdakwah.com yang bekerjasama dengan ulama pesantren untuk menjawab pertanyaan tentang Islam, video ceramah Islam UAS di Saluran Tafaqquh, akun Instagram @gustaqi, dan aplikasi “Aa Gym” menggambarkan upaya negosiasi yang dilakukan oleh tokoh dan lembaga keagamaan dalam konteks budaya digital. Praktik pembelajaran Islam di internet hendaknya tidak dipahami hanya sebagai bentuk populisme agama yang menantang otoritas agama tetapi juga sebagai peluang untuk memperluas otoritas agama dalam konteks digital. Beberapa contoh yang disajikan dalam artikel ini telah menunjukkan caranya otoritas agama tradisional bernegosiasi dengan konteks internet untuk membangun hubungan kontekstual dalam masyarakat Islam kontemporer.³⁵ Perbedaan dengan penelitian ini adalah berfokus pada fenomena lapangan yang terjadi pada aktivitas dakwah di komunitas, menelusuri lebih dalam latar belakang dai terkait keahlian sebagai pendakwah sehingga nantinya

³⁵ Dindin Solahudin and M Fakhruroji, “Internet and Islamic Learning Practices in Indonesia: Social Media, Religious Populism, and Religious Authority,” *Religions* 11, no. 1 (2020); Nur Afni Muhammad, “Populisme Dan Dinamika Otoritas Keagamaan Dalam Islam Di Media Sosial,” *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam* 4, no. 2 (2021).

membuktikan apakah telah terjadi pergeseran otoritas keagamaan atau terjadi perluasan fenomena cara berdakwah.

Otoritas keagamaan baru yang diproduksi oleh media digital, menghasilkan munculnya komunitas hijrah “Terang Jakarta” dan “Shift Bandung” yang turut memiliki tugas dakwah. Pola di ‘Terang Jakarta’ memiliki kecenderungan menggunakan tokoh selebritis untuk menarik pemuda agar tergabung dalam proses kaderisasi. Komunitas ini tidak memiliki dai yang tidak berasal dari lembaga agama yang berotoritas atau tidak memiliki latar belakang pendidikan khusus di bidang keagamaan. Dainya justru lahir dari komunitas subkultur anak muda yang terkenal di bidang kesenian, olahraga dan keagamaan serta budaya populer menjadi strategi dakwah Komunitas Shift Bandung. Kedua komunitas ini bersifat inklusif dan memiliki tujuan dakwah yang sama dengan NU dan Muhammadiyah namun dikemas dengan lebih populer. Gerakan dakwah “Shift” Bandung memiliki perbedaan latar belakang budaya dan kelas sosial pada komunitas di kalangan anak muda sehingga mengakibatkan aspirasi mereka berbeda. Upaya akomodasi terhadap aspirasi yang berbeda tersebut melahirkan gerakan dakwah jalanan yang semakin beragam. Pada akhirnya otoritas keagamaan yang seharusnya dimiliki oleh figur maupun gerakan terpusat pada satu ustaz dan satu gerakan tetapi menyebar kepada banyak ustaz dan juga gerakan sekaligus hanya memiliki

segmentasi audiensi terbatas.³⁶ Sama dengan sebelumnya, penelitian Fakhruroji berfokus pada strategi dakwah populer komunitas hijrah di Bandung dan Jakarta, berbeda dengan penelitian ini yang mengarah pada otoritas keagamaan yang dimiliki dai milenial di Semarang.

Selanjutnya, penelitian Saputra dengan studi etnografi dan mengambil studi kasus pada lembaga sosial keagamaan Gerakan Teras Dakwah, Yogyakarta, bahwa pergeseran gerakan dakwah anak muda yang hibrid, mencair, menyebar ke berbagai identitas anak muda yang beragam, seperti ideologi keagamaan, pendidikan, sosial budaya, hobi, kesenangan dan pergaulan merupakan respon terhadap wacana agama pasar, bagaimana gerakan dakwah mengapresiasi keislaman anak muda sesuai dengan keinginan pasar budaya anak muda, yang gaul dan modern.³⁷ Penelitian Triantoro juga menunjukkan bahwa otoritas keagamaan lama yang masih dipegang oleh Teras Dakwah dipertahankan melalui upaya menciptakan ruang kesalehan populer dan hijrah bagi masyarakat kemudian Teras Dakwah melakukan gerakan sosiokultural dan

³⁶ Muhammad Ibtisan Han, "Anak Muda, Dakwah Jalanan Dan Fragmentasi Otoritas Keagamaan: Studi Atas Gerakan Dakwah Pemuda Hijrah Dan Pemuda Hidayah," *UIN Sunan Kalijaga* (UIN Sunan Kalijaga, 2018).

³⁷ Eko Saputra, "Teras Dakwah, Agama Dan Pasar: Lanskap Dan Pergeseran Gerakan Dakwah Di Indonesia," *Idarotuna* 3, no. 1 (2020).

tidak berkontestasi secara politis.³⁸ Otoritas keagamaan tradisional seperti Nahdlatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah perlu bersinergi program dengan kelompok hijrah, terutama dalam kegiatan dakwah dan moderasi keagamaan. Penelitian menilai bahwa kelompok Islam Progresif merupakan gerakan alternatif yang mampu memberikan advokasi kepada semua kelompok di Indonesia³⁹. Perbedaan dengan penelitian ini, penelitian akan menelusuri lebih dalam penyebab otoritas keagamaan bisa dimiliki oleh dai milenial dan membuktikkan apakah terjadi pergeseran atau perluasan dakwah.

Muhammadiyah dan Nahdatul Ulama/NU memiliki sikap yang berbeda dalam menanggapi datangnya teknologi baru. Dengan menggunakan *desk research* dan mengumpulkan informasi dari media sosial, khususnya Instagram dan Youtube. Penelitian Akmaliah mengkaji peran ormas Islam moderat dalam platform digital yang cepat sebagai ruang publik baru. Muhammadiyah lebih menerima otoritas keagamaan dari media baru dengan tenang, NU lebih reaktif dalam menanggapi kehadiran teknologi baru yang diikuti fenomena otoritas keagamaan yang baru. Muhammadiyah lebih memilih cara konvensional bagi pemuda Muslim untuk

³⁸ Dony Arung Triantoro, “Ustaz Youtube: Ustaz Abdul Somad Dan Dinamika Perubahan Otoritas Keagamaan,” *Penamas* 33 (2020).

³⁹ Didid Haryadi, “Otoritas Keagamaan Baru: Habituasi Dan Arena Dakwah Era Digital,” *Islamic Insights* 02, no. 2 (2020): 69–82.

memahami dan mempelajari Islam dengan cara tatap muka namun, untuk menghadapi tantangan era digital, Muhammadiyah membuat platform digital seperti TVMU, Tarjih di playstore, MUvon, EduMU dan messengerMu dan 64 website yang berafiliasi dengan Muhammadiyah. Dalam narasi platform digital Muhammadiyah cenderung menghindari konflik dibandingkan harus berkontestasi dengan otoritas Islam baru saat ini yang dipengaruhi oleh gerakan hijrah dan salafi. NU menjawab tantang era digital dengan memperkuat platform NU *Online* dengan menantang otoritas agama baru dari aliran salafi dan gerakan hijrah.⁴⁰ Penelitian yang dilakukan, menelisik apakah dai milenial di komunitas dakwah memiliki afiliasi dengan organiasi masyarakat (latar belakang dai) sehingga mempengaruhi sumber dakwah yang disampaikan.

Media digital menjadi ruang untuk menyebarkan wacana keagamaan yang digaungkan oleh para dai. Seperti wacana hijrah, serta menampilkan dai media sosial menjadi trend tersendiri terhadap sebagian kaum milenial, seperti di Banten. Hal ini dipaparkan dalam penelitian Afifi dengan pendekatan etnografi, teori otoritas dari Max Weber, teori habitus dari Pierre Bourdieu dan teori Post Islamisme Asef Bayat. Hasil dari penelitiannya

⁴⁰ Wahyudi Akmaliah, “The Demise of Moderate Islam: New Media, Contestation, and Reclaiming Religious Authorities,” *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* 10, no. 1 (2020): 1–24.

memaparkan bahwa dampak dari perkembangan media digital adalah latar belakang sosio historis kaum milenial di Banten yang berangkat dari sosial-keagamaan kontemporer masyarakat urban dan berkembangnya Islam transnasional. Otoritas keagamaan baru yang lahir dari munculnya dai media sosial tidak menggeser peranan otoritas keagamaan tradisional yang sudah mapan dalam masyarakat. Kedua, media baru mempengaruhi preferensi otoritas keagamaan generasi milenial, berkembangnya masyarakat perkotaan yang lebih terbuka dan majemuk. Ketiga, wacana keagamaan kaum milenial bersifat dinamis, dipengaruhi oleh hadirnya *new media* sebagai sarana memproduksi dan sekaligus mendistribusikan wacana keagamaan tersebut. Media digital menjadi wadah untuk memperdebatkan wacana mengenai hijrah, identitas muslim milenial, dan tradisi lokal. Kondisi ini menandakan terjadinya pergeseran otoritas keagamaan di tengah masyarakat.⁴¹ Perbedaan dalam peneltian ini, peneliti membuktikkan apakah telah terjadi pergeseran otoritas keagamaan yang terjadi pada komunitas Dakwah di Kota Semarang, serta menggunakan teori otoritas keagamaan.

⁴¹ E Afifi, “Dinamika Otoritas Dan Diskursus Keagamaan Kaum Milenial: Studi Terhadap Remaja Masjid Di Banten” (UIN Sunan Gunung Djati, 2021).

Otoritas keagamaan yang dibawa oleh media baru tidak hanya menggeser namun dapat berkontestasi dengan otoritas keagamaan baru di bidang fatwa keagamaan dan wacana keislaman di Nusantara. Menurut penelitian Zamhari dengan pendekatan fenomenologis pada platform Cariustaz.id dengan mayoritas anggota salafi dan jamaah tabligh, menunjukkan bahwa fatwa dan dakwah Islam di media digital dapat digunakan sebagai kontranarasi bagi otoritas keagamaan tradisional dalam menghadapi berkembangnya gerakan dakwah yang memiliki otoritas keagamaan baru dan gerakan dakwah Salafi dan radikal di media baru ⁴². Otoritas keagamaan yang beragam pada media digital, diperlukan dakwah siber humanis yang mengajak kebaikan dan mencegah kemungkaran, serta memberikan gambaran terjadinya akibat perselisihan dan benturan ideologi komunitas keagamaan. ⁴³ Apabila, penelitian Zamhari berfokus pada kontestasi otoritas keagamaan pada media baru di bidang fatwa, maka penelitian ini menjelaskan tipologi beberapa otoritas keagamaan yang dimiliki oleh dai milenial di Kota Semarang yang dapat dilihat secara langsung atau bukan melalui media digital.

⁴² Arif Zamhari, Muhamad Ibtissam Han, dan Zulkifli, “Traditional Religious Authorities in New Media: A Study of the Cariustadz.Id Platform as an Alternative Cyber Fatwa and Dakwah Media among the Middle-Class Urban Muslims,” Ahkam: Jurnal Ilmu Syariah 21, no. 1 (2021).

⁴³ Minan Jauhari, “Gerakan Dakwah Siber Di Tengah Benturan Ideologi Komunitas Keagamaan,” *Al-Ulum* 21, no. 1 (2021).

Kontestasi otoritas keagamaan pada era media baru, ditunjukkan oleh fakta kenyataan bahwa setiap orang memiliki hak dan peluang yang sama dalam mengeluarkan fatwa. Perubahan era media baru juga menimbulkan kekhawatiran bahwa seseorang dengan kemampuan ilmiah tidak lagi mentransmisikan fatwa. Mereka dikenal sebagai “ustaz baru”, sebuah istilah yang mengacu pada karakter yang tiba-tiba menjadi ustaz tanpa melalui serangkaian perenungan intelektual lama dan pendidikan. Ini berpotensi terjadinya kerancuan dalam agama, sehingga menimbulkan kegaduhan dan gesekan di masyarakat.⁴⁴

Sama halnya dengan temuan Afandi, fenomena hadirnya “ustaz baru”, menantang para ulama atau kiai yang dulunya menjadi satu-satunya otoritas keagamaan dengan memadukan kemurnian agama dalam kepentingan politik. Hal ini memberikan pengaruh negatif bagi otoritas keagamaan itu sendiri. Kehendak ilahi yang substantif dipaksa untuk tunduk pada kehendak individu atau kelompok tertentu. Islam yang sebelumnya inklusif dan moderat melebur menjadi tindakan eksklusif dan diskriminatif. Jarak antara tujuan agama dengan *rahmatan lil 'alamin* dan kepentingan politik individu telah terkikis (hiper-realitas) oleh karena itu, masyarakat belum mempercayai otoritas tradisional dan otoritas legal

⁴⁴ M Akhfas et al., “The New Ustad in Religious Authority : Challenge and Dynamic of Fatwa in the New Media Era,” in *ICISS* (Jakarta: EAI, 2021).

rasional⁴⁵. Melihat hadirnya fenomena ustaz baru, maka peneliti memberikan fokus pada penelitian ini terhadap bagaimana jenis otoritas keagamaan yang dimiliki oleh para dai milenial pada komunitas dakwah di Kota Semarang.

Penelitian Zulkifli menegaskan bahwa otoritas keagamaan yang dipegang oleh ulama telah tepecah-pecah sejak lama dan media baru telah membuat otoritas tersebut semakin plural. Dalam konteks ini otoritas keagamaan merupakan arena yang kompetitif di mana kelompok tradisionalis, reformis, radikal, dan pendatang baru berkompetisi untuk mencapai pengakuan. Studi ini juga menegaskan bahwa otoritas keagamaan dan pengakuan berjalan hanya dengan adanya kekuatan simbolik.⁴⁶

Balai Litbang Kota Semarang juga sepakat bahwa media digital menggerus otoritas pendakwah agama, karena banyak pelaku media digital yang seperti merasa wajib melakukan dakwah walaupun tidak memiliki kapasitas pengetahuan agama. Salah satunya konten agama yang dibagikan melalui platform WhatsApp group (WAG). Kajian ini menggunakan metode jajak pendapat yang dilakukan terhadap responden dengan kriteria memiliki latar

⁴⁵ Effendi Chairi, “Ketiadaan Otoritas Terpusat Dalam Fenomena Kontemporer Di Indonesia,” *SANGKéP: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan* 2, no. 2 (2019).

⁴⁶ Z Zulkifli, “The Ulama in Indonesia: Between Religious Authority and Symbolic Power.”

belakang keagamaan yaitu pegawai Kementerian Agama dan mahasiswa atau alumni perguruan tinggi agama Islam (PTAI) di Kota Semarang dan sekitarnya. Responden juga menilai pembagi materi ini di WAG mereka lebih dari setengahnya (51,2%) tidak sesuai kompetensinya dalam bidang agama. Pembagian konten agama di WAG lebih banyak tidak mencantumkan penulis (pembuat) yaitu sebanyak 63,3%, dan tidak mencantumkan referensi atau rujukan yaitu 60,2%. Temuan ini menunjukkan adanya fenomena *misplace* dakwah di grup WhatsApp, di mana hal tersebut menunjukkan penyimpangan dalam prinsip berdakwah.⁴⁷ Penelitian yang dilakukan berfokus pada lapangan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi untuk mengetahui secara mendalam untuk membuktikan apakah terjadi pergeseran otoritas keagamaan di Kota Semarang.

2. Pemegang Otoritas Keagamaan oleh Ulama

Otoritas keagamaan yang lahir dari media baru, tidak menggeser otoritas tradisional. Penelitian haryadi dengan pendekatan teori reproduksi budaya Pierre Bourdieu, menemukan bahwa otoritas tradisional yang dipegang oleh kiai terus bertahan di era digital, karena pesantren memiliki peran sebagai ruang

⁴⁷ Siska Nur Apriyani et al., “Misplace Otoritas Berbagi Konten Keagamaan Pada Grup WhatsApp,” *Jurnal SMART (Studi Masyarakat, Religi, Dan Tradisi)* 8, no. 2 (2022): 203.

transmisi nilai-nilai kultural termasuk pengakuan terhadap posisi tinggi kiai.⁴⁸

Temuan Harnadi, sejalan dengan hasil penelitian Whyte terhadap ulama di Australia, tentang respon penggunaan platform dakwah digital di kalangan Muslim di Australia. Para ulama tidak menolak umat Islam menggunakan platform digital selama mereka memiliki keterampilan untuk memeriksa konten dan memverifikasi kredensial dai, mempertahankan kewibawaan tokoh seperti ulama. Untuk masalah yang lebih kompleks, umat Islam didorong untuk berkonsultasi dengan imam setempat atau ulama tepercaya dari masyarakat umat Islam menghargai manfaat dari mengakses pengetahuan, mengkomunikasikan ide-ide dan memfasilitasi pluralisme agama melalui platform digital.⁴⁹

Hal ini dikuatkan dengan penelitian Rachamadani dengan metode etnografi dan netnografi, bahwa media sosial sebagai media dakwah tidak menggser pengaruh otoritas keagamaan tradisional, tetapi justru semakin memperkuatnya. Otoritas keagamaan tradisional tetap dipegang oleh ulama atau dai di media digital maupun konvensional. Perpaduan antara kultur tradisional dan peran media baru, Gus Mus tampil sebagai figur karismatik,

⁴⁸ Dodik Harnadi, Hotman Siahaan, dan Masdar Hilmy, “Pesantren and the Preservation of Traditional Religious Authority in the Digital Age,” *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik* 34, no. 3 (2021).

⁴⁹ (Whyte, 2022)

memiliki otoritas Islam tradisional yang khas. Gus Mus sebagai ulama tradisional yang juga berdakwah melalui media digital membuktikan bahwa dai di media digital tetap berasal dari latar belakang pendidikan Islam formal ataupun pesantren yang menguasai kitab kuning atau klasik.⁵⁰ Perbedaan dengan penelitian ini, bahwa penelitian yang dilakukan tidak menggunakan analisis konten digital, melainkan mendapatkan sumber penelitian secara langsung atau observasi untuk melihat bentuk otoritas keagamaan yang digunakan.

Otoritas keagamaan ulama juga dimiliki oleh perempuan seperti nyai atau ustazah. Otoritas keagamaan nyai di Pesantren Kauman Jekulo Kudus, oleh Muhtador menggambarkan bahwa otoritas fatwa yang dikeluarkan nyai atau ustazah hanya mengikat bagi keluarga sendiri dan tidak berpengaruh pada masyarakat. Fatwa keagamaan perempuan (nyai) hanya mengikat santri putri dan kaum ibu-ibu di masyarakat sekitarnya. Secara umum otoritas keagamaan masih dikendalikan oleh kaum laki-laki. Fatwa keagamaan dari laki-laki (kiai, ustaz) lebih dipercayai oleh masyarakat daripada fatwa yang dihasilkan dari perempuan (nyai, ustazah) atau dalam kata lain perempuan tidak mempunyai peran

⁵⁰ Arnis Rachmadhani, “Otoritas Keagamaan Di Era Media Baru,” *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat* 5, no. 2 (2021).

signifikan dalam lingkungan pesantren maupun masyarakat umum.⁵¹

Berbeda dengan Madura, otoritas ulama perempuan Madura merupakan otoritas yang dibangun dari kapasitas nyai yang memiliki pemahaman dan pengalaman keagamaan lebih dibandingkan yang lainnya (nyai dan perempuan umumnya). Hal tersebut dapat disandarkan dalam tradisi Islam, bahwa seorang imam (pimpinan) harus mempunyai otoritas dalam masyarakatnya, otoritas yang dibangun dengan pengetahuan mengenai Al-Qur'an dan sumber agama lain. Otoritas yang diberikan kepada ulama perempuan Madura adalah karena kapasitasnya yang menyangkut karakter dan keilmuannya sehingga masyarakat mempercayainya untuk mengarahkan keyakinan dan perilakunya. Studi tersebut menemukan bahwa tidak setiap orang memiliki peluang atau kesempatan untuk menjadi pemegang otoritas di Madura jika tidak memiliki genealogi ulama, dikarenakan masyarakat Madura teguh memegang prinsip genealogis karena penguasaan keilmuan agama saja tidak cukup, jika bukan keturunan ulama.⁵²

⁵¹ Moh Muhtador, "Otoritas Kegamaan Perempuan (Studi Atas Fatwa-Fatwa Perempuan Di Pesantren Kauman Jekulo Kudus)," *Kafa`ah: Journal of Gender Studies* 10, no. 1 (2020).

⁵² Jannah Hasanatul, *Ulama Perempuan Madura: Otoritas Dan Relasi Gender*, ed. Yusrianto Elga (Yogyakarta: IRCiSoD, 2020), 316.

Di beberapa pesantren, otoritas keagamaan dipegang oleh ulama dengan prinsip seperti genealogi atau menguasai kitab kuning, sehingga penelitian ini menunjukkan otoritas keagamaan yang dimiliki dai milenial berwujud dan berasal dari mana sehingga dapat dipatuhi oleh *mad'u* pada komunitas dakwah di Kota Semarang.

Berbeda dengan Madura, Aceh mengalami fragmentasi dan kontestasi otoritas keagamaan dari ulama tradisional kepada ustaz salaf. Penelitian yang dikemukakan oleh Fadhlil dengan menggunakan penelitian lapangan yang dikolaborasikan dengan netnografi (*online*) “ulama lokal” (abu, waled, teungku) dan “ustaz salafi”. Kajian ini menunjukkan bahwa tidak semua aktor keagamaan yang terlahir melalui media baru dikatakan sebagai *lumpen-inteligentsia* yaitu agamawan yang tidak memiliki keilmuan agama yang kokoh. Ini dapat ditunjukkan melalui hasil kajian penulis atas kemunculan ustaz salafi yang berdakwah melalui media baru. Kehadiran ustaz salafi menggeser ulama lokal hingga memberikan tantangan bagi otoritas keagamaan ulama lokal. Konsekuensi dari determinisme teknologi melahirkan demokratisasi pengetahuan agama yang menyebabkan terjadinya fragmentasi dan kontestasi otoritas keagamaan. Munculnya ustaz salafi dan delokalisasi pesan-pesan keagamaannya melalui media *online* juga berdampak terhadap

pesan-pesan keagamaan terdelokalisasi ke batas-batas wilayah, daerah dan keagamaan yang lebih luas.⁵³ Pada penelitian yang dilakukan, menunjukkan apakah sudah terjadi keberagaman otoritas keagamaan di komunitas Kota Semarang beserta penyebabnya.

3. Pemegang Otoritas Keagamaan oleh Cendekiawan Modern

Otoritas keagamaan baru yang berkembang di lingkungan perguruan tinggi muncul pada gerakan tarbiyah kampus, dimana anggota perempuan dari hierarki rendah berusaha membentuk otoritas keagamaan baru melalui *liqo'* (pelatihan keagamaan mingguan). Perempuan memiliki kesempatan membentuk otoritas keagamaan baru dengan menjadi mentor *liqo'*. Satu-satunya otoritas keagamaan yang dimiliki anggota perempuan ini berasal dari struktur gerakan tarbiyah dan PKS (otoritas birokrasi) melalui menjadi mentor di *liqo'*. Meskipun wanita di *liqo'* tidak memiliki kredensial pendidikan tradisional, karena mereka sebagian besar lulusan dari latar belakang pendidikan non-Islam, mereka masih aktif mempertahankan otoritas agama melalui posisi mereka sebagai mentor pelatihan *liqo'*. Praktik ini menunjukkan bahwa *liqo'* gerakan tarbiyah di Indonesia telah menggeser otoritas

⁵³ Eko Saputra and Fadhl, "Shifting and Contestation of Religious Authorities in Aceh: From Abu, Tengku, Waled to Ustadz," *Lekture Keagamaan* 18, no. a (2020).

keagamaan sebagaimana dipahami secara tradisional dalam sejarah Islam.⁵⁴

Otoritas keagamaan tidak hanya dipegang oleh ulama tradisional, namun juga dihasilkan oleh cendekiawan muslim modern dan media digital sehingga, menciptakan bentuk otoritas keagamaan yang beragam, khususnya pada komunitas dakwah sebagai gerakan sosial. Gerakan dakwah memiliki penafsiran terhadap teks kitab suci dan pendapat ulama yang berbeda. Ditambah, gerakan dakwah di Kota Semarang terbentuk dari masyarakat yang pluralistik dan heterogen. Masyarakat modern memiliki sifat transparan dan plural sebagai efek modernisasi. Pandangan keagamaan yang toleran terhadap perbedaan budaya dan agama, pluralistik, kesadaran positif harus dimiliki masyarakat modern. ⁵⁵

Otoritas keagamaan personal yang dimiliki oleh para intelektual, memiliki pandangan religius yang berbeda satu dengan yang lainnya. Contohnya adalah Nadirsyah Hosen dan Firanda, Nadirsyah Hosen lulus dari universitas Barat, sementara Firanda adalah lulusan Arab Saudi. Dengan menggunakan pendekatan

⁵⁴ Ai Fatimah Nur Fuad, “Female Religious Authority among Tarbiyah Communities in Contemporary Indonesia,” *Archipel. Études Interdisciplinaires Sur Le*, 2021, 187–207.

⁵⁵ Karim et al., “Pemetaan Untuk Strategi Dakwah Di Kota Semarang Menggunakan Pendekatan Data Mining (Mapping for Da’wah Strategy in Semarang City Using Data Mining.”

analisis isi, terlihat bagaimana genealogi pengetahuan antara Nadirsyah Hosen sebagai akademisi yang memiliki konsep dalam bidang kajian ke-Islam-an yang mengakomodasi kebudayaan sebagai bagian dalam melaksanakan tuntutan agama. Hossen tidak menolak akulturasi kebudayaan secara tegas. Sementara itu, Firanda Andirja lebih terlihat sangat eksklusif dalam menerima kebudayaan lain dan merasa terancam dengan keberadaannya. Kedua sikap ini akan berimbang pada sikap, pandangan politik, dan sosial masyarakat, serta pandangan kenegaraan dalam konteks yang lebih luas.⁵⁶

Pada penelitian diatas berfokus perbedaan pandangan antara pemegang otoritas keagamaan, sedangkan peneliti berfokus pada tipologi jenis otoritas keagamaan dai dan pengaruhnya terhadap komunitas *mad'u* itu sendiri.

4. Otoritas Keagamaan dalam Komunitas Dakwah

Otoritas menurut Max Weber, membahas kemungkinan suatu perintah dari sumber tertentu akan dipatuhi oleh sekelompok orang tertentu. Untuk mempertahankan otoritas, Weber menekankan sangat penting otoritas diyakini sah (mendapatkan hak untuk memerintah) dan perlu ada hubungan langsung antara perintah dan kepatuhan. Otoritas akan bergantung pada empat faktor utama dalam teori organisasi: jenis legitimasi, jenis

⁵⁶ Muzakka, “Otoritas Keagamaan Dan Fatwa Personal Di Indonesia.”

kepatuhan, komposisi staf administrasi, dan cara menjalankan wewenang. Berdasarkan keempat faktor ini, terdapat tiga jenis otoritas yang sah: (1) legal rasional; (2) karismatik; dan (3) tradisional.

Otoritas legal rasional berpijak pada keyakinan akan sistem hukum yang berlaku dan hak mereka yang diangkat ke otoritas di bawah aturan tersebut untuk mengeluarkan perintah (otoritas hukum). ⁵⁷ Kepatuhan tidak ditujukan kepada pribadi seseorang, melainkan kepada lembaga yang bersifat impersonal. Satu contoh model tatanan sosial yang bersifat rasional (legal) adalah organisasi birokrasi yang mencerminkan adanya hierarki dan peraturan yang tegas yang mengendalikan pemangku otoritas di semua tingkatan. Orang-orang yang diseleksi untuk menduduki pos tertentu harus memenuhi kriteria kompetensi yang dibutuhkan. ⁵⁸

Otoritas karismatik berpijak pada pengabdian pada kesucian, kepahlawanan, atau karakter teladan yang luar biasa dari seorang individu, dan pola atau tatanan normatif yang diungkapkan atau ditetapkan olehnya (karismatik otoritas). Otoritas karismatik didefinisikan sebagai kualitas tertentu dari seorang individu di

⁵⁷ Max Weber, *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*, Volume 2, ed. Guenther Roth dan Claus Wittich, vol. 2 (Berkeley: The Regents of The University of California, 1978).

⁵⁸ D Damanhuri, "Kiai, Kitab Dan Hukum Islam (Relasi Kuasa Teks Dan Otoritas Keagamaan Di Sumenep, Madura)," 2019, 20.

mana ia dianggap luar biasa dan diperlakukan sebagai anugrah dengan kekuatan atau kualitas manusia luar biasa.⁵⁹ Otoritas karismatik adalah otoritas yang didasarkan pada kemampuan unik yang dimiliki oleh seseorang yang berasal dari luar dirinya, seperti anugerah Tuhan. Otoritas ini menuntut kepercayaan bagi pengikutnya, tanpa adanya kepercayaan maka otoritas ini tidak berfungsi dengan baik. Kepercayaan masyarakat biasanya akan tetap bertahan apabila fungsi dan manfaatnya masih dapat dirasakan dengan baik. Dasar wewenang karismatik bukan merujuk pada aturan atau hukum yang ditetapkan tapi pada diri individu yang bersangkutan. Semakin individu dapat menunjukkan kemampuan karismatiknya, maka pengikutnya akan semakin menikmatinya. Karisma ini akan memudar apabila individu melakukan tindakan-tindakan kesalahan baik terkait dengan aspek etika atau lainnya, sehingga dapat merugikan dirinya sendiri dan masyarakat. Kemampuan unik yang dimiliki oleh pemegang otoritas karismatis adalah kemampuan yang sifatnya irasional dan didapatkan dari lingkungan sosial.⁶⁰

Otoritas ketiga yaitu otoritas tradisional berpijakan pada keyakinan terhadap tradisi kuno yang mapan dan legitimasi yang

⁵⁹ Weber, Economy dan Society: An Outline of Interpretive Sociology, Volume 2.

⁶⁰ Damanhuri, “Kiai, Kitab Dan Hukum Islam (Relasi Kuasa Teks Dan Otoritas Keagamaan Di Sumenep, Madura),” 19.

menjalankan otoritas di bawahnya (otoritas tradisional).⁶¹ Dalam hal otoritas tradisional, kepatuhan harus diberikan kepada putra kepala yang menempati posisi otoritas yang disetujui secara tradisional dan yang (dalam lingkupnya) terikat oleh tradisi. Otoritas tradisional berada dalam realitas sosial yang bersandar pada kebiasaan-kebiasaan lama di mana status dan hak pemimpin ditentukan adat kebiasaan. Otoritas tradisional membutuhkan kesetiaan pribadi antara “tuan” dan“ hamba”.⁶² Otoritas keagamaan tradisional dalam Islam, dipegang oleh aktor keagamaan yang menguasai teks agama, mempunyai kemampuan ilmu agama yang baik dan mendapatkan legalitas pengakuan yang kuat di tengah masyarakat.⁶³ NU adalah otoritas keagamaan tradisional. Kaum Muslim tradisionalis meyakini dan mengikuti doktrin, norma, dan tradisi NU yang berlandaskan kuat pada ulama abad pertengahan. Ajaran tersebut dirumuskan dengan istilah *ahlussunnah wal jama'ah* (Aswaja) dimana para ulama berusaha mempertahankan doktrin dan praktik keagamaan dan dengan demikian menciptakan otoritas keagamaan mereka. Otoritas

⁶¹ Ruth V. Aguilera dan Abhijeet K. Vadera, “The Dark Side of Authority: Antecedents, Mechanisms, dan Outcomes of Organizational Corruption,” Journal of Business Ethics 77, no. 4 (2008): 431–49.

⁶² Weber, Economy dan Society: An Outline of Interpretive Sociology, Volume 2, 2:216.

⁶³ Zaman, “The Ulama and Contestations on Religious Authority”; Saputra and Fadhili, “Shifting and Contestation of Religious Authorities in Aceh: From Abu, Tengku, Waled to Ustadz.”

keagamaan tradisional ini memiliki landasan yang kuat dalam lembaga pendidikan Islam seperti pesantren, surau, dan dayah. Dengan semakin intensifnya hubungan dengan Timur Tengah, banyak santri mengejar pendidikan Islam mereka di Timur Tengah, khususnya Makkah dan Madinah, karena itu dianggap sebagai cara terbaik untuk mencapai kualifikasi tinggi dalam studi Islam dan kemudian kembali ke tanah air untuk membentuk institusi dakwah dan pendidikan yang masih memegang teguh otoritas keagamaan tradisional. Para ulama tradisional ini disebut dengan kiai.⁶⁴

Kaum Muslim reformis atau modernis juga memiliki otoritas keagamaannya sendiri, Seperti Muhammadiyah yang mengedepankan pendekatan-pendekatan baru terhadap Islam sebagai jawaban atas tuntutan modernitas, khususnya seruan untuk kembali kepada sumber utama Islam, Al-Qur'an dan sunah, serta dibukanya kembali pintu ijtihad (tafsir independen Islam dan doktrin berdasarkan pengetahuan yang cukup dari quran dan sunah). Ulama reformis mendesak umat Islam untuk tidak semata-mata mendasarkan agamanya penafsiran atas pendapat ulama tanpa mengkajinya lebih jauh melalui Al-Qur'an dan Hadis.⁶⁵ Terdapat empat faktor yang menyebabkan seseorang disebut ulama, yaitu: 1)

⁶⁴ Z Zulkifli, "The Ulama in Indonesia: Between Religious Authority dan Symbolic Power."

⁶⁵ Z Zulkifli.

ilmunya, 2) ketakwaannya, 3) keturunannya, dan 4) jumlah muridnya. Gelar ulama atau kiai tidak tercapai dari proses akademik yang didapat dari sertifikat, tapi dia datang dari pengakuan dari masyarakat atau tidak ada sekolah yang bisa memproduksinya secara langsung. Ulama adalah tetap tinggal di Pesantren. Kedekatan pribadi dengan muridnya menjadikan kiai menjadi pribadi yang karismatik. Bisa dipahami karena ulama menggunakan komunikasi lisan dalam dakwah agama.⁶⁶

Otoritas keagamaan juga dipegang oleh orang dengan kualifikasi akademis tinggi, seperti dosen, atau guru besar. Mereka termasuk dalam otoritas keagamaan cendekiawan muslim. Penceramah yang berasal dari guru besar, tidak hanya mendapatkan pendidikan pesantren tapi juga memperoleh gelar kesarjanaan tinggi dari lembaga yang dijadikan tempat mempelajari ilmu sosial, sejarah, perbandingan agama, dan studi Islam. Seperti Nurcholis Madjid, Quraish Shihab, Nasarudin Umar, Jalaludin Rakhmat, dan Komaruddin Hidayat. ⁶⁷

Pertumbuhan literasi dan munculnya pasar massal global untuk teks-teks agama telah memperluas akses masyarakat kepada teks cetak dan situs web keagamaan. Salah satu

⁶⁶ Muhammad Zaenal Abidin, “Ulama in Indonesian Urban Society: A View of Their Role and Position in the Change of Age,” *Theologia* 28, no. 2 (2017): 235–54.

⁶⁷ Fealy dan White, *Ustadz Seleb : Bisnis Moral & Fatwa Online*, 46.

akibatnya adalah meluasnya penafsiran dan penafsir Islam. Para penafsir baru ini adalah produk, bukan dari sekolah-sekolah tradisional, tetapi dari fakultas-fakultas di dalam institusi pendidikan tinggi sekuler.⁶⁸ Selain otoritas keagamaan yang dipengaruhi oleh cendekiawan muslim, otoritas keagamaan juga berasal dari media digital, bahwa setiap orang bisa mempelajari ilmu agama melalui internet (seperti situs web, blog, dan media sosial), walaupun belum pernah mengenyam pendidikan formal di madrasah atau pesantren. Mereka belajar Islam tanpa dimentori oleh ulama atau kiai.⁶⁹

Berbeda dengan Weber, Gaborieau menggunakan tipologi dua dimensi keagamaan Islam, esoterik dan eksoterik. Dalam kehidupan esoterik Islam, orang yang lazim diberi otoritas adalah para guru sufi, mursyid, dan imam. Dalam kehidupan eksoterik Islam, orang yang memperoleh pengesahan sebagai pemilik otoritas adalah para fukaha, mufti, hakim dan ulama yang mendiami daerah tertentu. Mereka menjadi panutan bagi kaum muslim dalam menjalankan syariah dan ibadah sehari-hari serta menjawab persoalan-persoalan sosial-budaya yang dihadapi kaum muslim, melalui fatwa-fatwa atau pendapat-pendapatnya. Otoritas

⁶⁸ Bryan S. Turner, “Religious Authority and the New Media,” *Theory, Culture & Society* 24, no. 2 (2007): 117–34.

⁶⁹ Mutohharun Jinan, “New Media Dan Pergeseran Otoritas Keagamaan Islam Di Indonesia,” *Lekture Keagamaan* 10, no. 1 (2012).

yang ketiga adalah ada di tangan para khalifah atau sultan atau raja. Selain sebagai pemimpin dan penguasa, mereka juga sebagai penentu kebijakan dalam hal keagamaan.⁷⁰

Otoritas dipahami sebagai kekuatan yang bersifat memaksa atau koersif dan atau sebuah kekuatan dan kekuasaan yang bisa mengarahkan pada pembentukan keyakinan sehingga menghasilkan perilaku dengan melalui pendekatan persuasif. Otoritas persuasif melibatkan penggunaan pengaruh dan kekuasaan normatif atas seseorang. Kekuasaan normatif yang dimaksud adalah kemampuan memengaruhi keyakinan dan tindakan orang lain dengan cara meyakinkan mereka bahwa ketundukannya terhadap arahan tertentu adalah untuk kepentingan mereka dan selaras dengan rasa tanggung jawab mereka.

Otoritas persuasif memiliki kekuatan untuk memengaruhi orang lain agar mempercayai, untuk melakukan tindakan atau tidak tentang hal tertentu, upaya tersebut bisa melalui bujukan dengan meyakinkan bahwa hal tersebut merupakan sesuatu yang memang sudah semestinya. Otoritas persuasif berusaha memberi pengaruh pada orang lain agar mempercayai untuk melakukan tindakan sesuai dengan arahan tertentu sejalan dengan rasa tanggung jawab pribadi mereka. Ketaatan pada pemegang otoritas, karena mereka dipandang memiliki pengetahuan, kebijaksanaan, atau pemahaman

⁷⁰ Jinan.

yang lebih baik dari para pengikutnya yang bersifat sukarela dan disertai kesadaran individual. Berbeda dengan otoritas persuasif, otoritas koersif adalah kemampuan untuk mengarahkan perilaku orang lain dengan cara membujuk, mengambil keuntungan, mengancam atau menghukum, sehingga orang yang berakal sehat akan berkesimpulan bahwa untuk tujuan praktis mereka tidak punya pilihan lain kecuali harus menurutinya.

Friedman membedakan otoritas pada, *being in authority* (memangku otoritas) dan *being an authority* (pemegang otoritas). *Being in authority* adalah menduduki jabatan resmi atau struktural yang memberinya kekuasaan untuk mengeluarkan perintah dan arahan. Seseorang yang memangku otoritas dipatuhi orang lain dengan cara menunjukkan simbol-simbol otoritas yang memberi pesan kepada orang lain bahwa mereka berhak mengeluarkan perintah atau arahan. Dalam kasus ini tidak dikenal adanya “ketundukan atas keputusan pribadi”, karena seseorang bisa saja berbeda pendapat dengan orang yang memangku otoritas, namun ia tidak memiliki pilihan lain kecuali menaatinya. Kesadaran pribadinya tidak terpengaruh oleh ketundukannya kepada mereka yang memangku otoritas. Alasannya, bahwa kesadaran individu dipandang tidak relevan karena adanya pengakuan bahwa mereka memangku otoritas harus ditaati. *Being an Authority*, seseorang meninggalkan pendapat pribadinya karena tunduk pada pemegang

otoritas yang dipandang memiliki pengetahuan, kebijaksanaan, atau pemahaman yang lebih baik. Lebih lanjut menurut Friedman, pengetahuan khusus semacam itulah yang menjadi alasan ketundukan orang awam terhadap ucapan-ucapan pemegang otoritas, meskipun ia tidak memahami dasar argumentasi dari ucapan-ucapan tersebut.⁷¹ Pemegang otoritas dimaknai apabila terdapat orang lain yang tunduk pada pemegang otoritas karena memiliki pengetahuan, kebijaksanaan dan pemahaman yang lebih baik. Pemegang otoritas melibatkan unsur kepercayaan, dan setiap perilaku yang dapat memelihara kepercayaan tersebut, termasuk memberikan argumentasi persuasif sehingga dapat melanggengkan dan meningkatkan otoritas. ⁷²

Teori otoritas Friedman menyiratkan bahwa otoritas tidak hanya tradisional, legal dan karismatik yang digagas oleh Max Weber namun melainkan juga ditambah otoritas yang dimiliki oleh seseorang dengan pengetahuan yang mumpuni. Kontekstualisasinya dalam komunitas dakwah milenial, bahwa dai milenial yang dipatuhi dan dipercaya oleh anggota komunitas memiliki jenis otoritas kegamaannya masing-masing dengan

⁷¹ Friedman, *On the Concept of Authority in Political Philosophy, Authority*, ed. Joseph Raz (Oxford: BasilBlackwell, 1990).

⁷² Hasanatul, *Ulama Perempuan Madura: Otoritas Dan Relasi Gender.*

panduan kombinasi jenis otoritas dari Max Weber, Friedman, Jinan dan Greg Fealy.

Otoritas keagamaan dapat dikaji dengan menggunakan indikator terlaksananya kegiatan keagamaan dilakukan dalam suatu kelompok, terdapat aktor keagamaan professional dalam suatu kelompok, meneliti latar belakang pemegang otoritas keagamaan.⁷³ Tokoh, ulama atau organisasi perlu menyadari akan diseminasi sumber pengetahuan yang memungkinkan interpretasi baru terhadap pesan keagamaan, terdapat perbedaan dalam fatwa keagamaan.⁷⁴

Dai merupakan individu memiliki kesempatan sebagai pemegang otoritas karena manusia pada hakikatnya adalah keterwakilan Tuhan. Otoritas dalam Islam dilihat sebagai fenomena sosiologis. Artinya, persoalan otoritas agama merupakan konstruksi sosial. Persoalan otoritas dalam Islam merupakan bentuk hubungan saling memengaruhi antara konstruksi keyakinan keagamaan dengan realitas sosial. Sementara otoritas keislaman di Indonesia tidak berlaku tunggal karena menyebar dalam berbagai

⁷³ Mark Chaves, “Secularization as Declining Religious Authority,” *Social Forces* 72, no. 3 (March 1, 1994): 768..

⁷⁴ Jinan, “New Media Dan Pergeseran Otoritas Keagamaan Islam Di Indonesia,” 2012.

lapisan, mulai dari lembaga agama, lembaga negara, hingga menyebar dalam tokoh lokal.⁷⁵

Beragamnya otoritas keagamaan merupakan salah satu dampak dari munculnya media digital. Media digital memberikan akses ke sumber-sumber alternatif informasi keagamaan, tetapi juga memberdayakan masyarakat untuk menyumbangkan informasi, pendapat, dan pengalaman untuk pengayaan wacana dan dialog publik. Kaum muslim diharuskan memiliki keterampilan dalam melek teknologi, sehingga mampu melihat bagaimana media digital telah menciptakan lingkungan sosial baru, menciptakan otoritas baru dan melegitimasi tindakan dalam komunitas keagamaan. Media digital memiliki pengaruh dalam dinamika kepekaan keagamaan yang tidak selalu melibatkan simbol-simbol konvensional seperti masjid, madrasah, pesantren. Ruang keberagaman semakin luas yang ditandai naiknya minat dan gairah keagamaan di kalangan kaum muslim sebagai dampak dari semakin banyaknya sumber otoritas keagamaan baru di luar sumber otoritas tradisional. Media digital mampu mengubah cara individu dalam memahami komunitas keagamaan, karena itu, bagaimana agamawan mendapatkan dan mempertahankan identitas agamanya, fatwa pemimpin agama semakin rentan terhadap pengawasan oleh

⁷⁵ Hasanatul, *Ulama Perempuan Madura: Otoritas Dan Relasi Gender*, 60.

suara kritik alternatif secara *online*, serta budaya media digital banyak yang bertentangan dengan struktur keagamaan secara tradisional, terutama yang ingin menilai dan memperbaiki pengetahuan teologis, sehingga dapat menciptakan ruang bagi orang untuk memeriksa kembali doktrin, simbol, dan praktik tradisi keagamaan.⁷⁶

Berdasarkan uraian diatas, otoritas keagamaan dalam komunitas dakwah didefinisikan sebagai kekuatan untuk memengaruhi *mad'u* agar mempercayai pesan dakwah yang disampaikan, karena memiliki pengetahuan keislaman yang lebih baik. Dalam komunitas dakwah terdapat kegiatan keagamaan yang dibimbing aktor keagamaan profesional, yang dilihat dengan meneliti latar belakang pendidikan aktor tersebut. Pemegang otoritas keagamaan dalam komunitas dakwah perlu dilihat sumber pengetahuan yang memungkinkan interpretasi baru terhadap pesan keagamaan, sehingga menimbulkan perbedaan dalam fatwa keagamaan.

5. Otoritas Keagamaan pada Dai

Dakwah merupakan proses komunikasi untuk mentransformasikan nilai-nilai Islam kepada khalayak dengan memiliki unsur dakwah didalamnya yaitu dai, *mad'u*, pesan

⁷⁶ Jinan, “New Media Dan Pergeseran Otoritas Keagamaan Islam Di Indonesia,” 2012, 182.

dakwah, metode dan media dakwah. Generasi milenial mengalami pergeseran otoritas keagamaan, dimana ada kecenderungan meinggalkan metode konvensional dan lebih banyak mengakses literatur keislaman secara virtual melalui internet. Ditambah lagi, komunitas keagamaan memiliki perspektif yang berbeda dalam menafsirkan sumber otoritas keagamaan, sehingga melahirkan bentuk otoritas keagamaan yang bervariasi. Pada penelitian ini, otoritas keagamaan dibagi menjadi lima tipe. Pertama, otoritas keagamaan yang dipegang oleh seseorang yang memiliki latar belakang pendidikan pesantren. Kedua, otoritas keagamaan dipegang oleh cendekiawan yaitu reformis yang terdiri dari latar belakang Perguruan Tinggi Islam, dan atau Universitas Sekuler. Ketiga, otoritas keagamaan yang dipegang oleh keturunan ulama seperti gus, ning, habib atau putra ulama karismatik lainnya. Keempat, otoritas keagamaan berdasarkan pengangkatan atau legalitas seperti bagian dari MUI, hakim atau fukaha yang diangkat oleh penguasa. Kelima, otoritas keagamaan dari media digital, yaitu pemegang otoritas mendapatkan sumber informasi keislaman dari situs *online*, media sosial, blog, tanpa memiliki latar belakang pendidikan sekolah madrasah atau pesantren.

Keberagaman otoritas keagamaan dapat dilihat dan dibuktikan, diperlukan teori otoritas keagamaan yang berfokus pada dai milenial tentang jenis otoritas keagamaan yang dimiliki

oleh dai (menggunakan jenis otoritas keagamaan), bagaimana dai milenial menggunakan otoritas keagamaan baru untuk membangun komunitas *mad'u*, faktor pendorong *mad'u* memiliki ketertarikan untuk mengikuti otoritas keagamaan yang dilahirkan oleh dai pada tiap komunitas dakwah di Kota Semarang, serta mengapa dai milenial mampu melahirkan otoritas keagamaan.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Kualitatif lapangan merupakan jenis penelitian ini dengan menggunakan informan, dokumentasi dan observasi berkaitan dengan subjek yang diteliti sebagai sumber data yang diperoleh. Informan diteliti dan diamati secara langsung oleh peneliti dan berpartisipasi di lingkungan subjek penelitian.⁷⁷ Penelitian dengan pendekatan fenomenologi, sehingga memahami fenomena otoritas keagamaan yang terjadi pada komunitas dakwah milenial di Kota Semarang serta fokus pada perilaku manusia dan memberi kesimpulan atas proses penyebab lahirnya otoritas keagamaan baru pada dai milenial. Untuk menggali hasil penelitian di komunitas dakwah, penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologis. Pendekatan sosiologis mengkaji interaksi antara masyarakat dan agama, dalam hal ini agama dan masyarakat sebagai objek yang

⁷⁷ RG Burgess, "Field Research: A Sourcebook dan Field Manual," 2003.

bersinggungan. Masyarakat sosiologis adalah masyarakat yang memiliki karakteristik, sifat interaksi, saling membutuhkan, ketergantungan, dan menciptakan budaya. Relasi satu sama lain, ketergantungan, saling menyesuaikan diri, dan struktur sosial tertanam kuat dalam memberikan keragaman identitas. Pendekatan sosiologis tidak mengkaji kebenaran doktrin agama tetapi melihat bagaimana umat Islam memahami Islam. Tentang bagaimana Islam dibahas dalam ranah sosiologis, praktik sehari-hari, identitas muslim hibrid, dan negosiasi dengan budaya populer dan modernisasi. Lalu bagaimana Islam diamalkan oleh pemeluknya.⁷⁸ Pendekatan sosiologis dalam studi Islam untuk menjelaskan praktik keseharian seorang muslim dan diskursus otoritas selalu berubah.⁷⁹

Penelitian ini digali dengan pendekatan fenomenologi yang diartikan sebagai studi tentang bagaimana orang mengalami dan menggambarkan sesuatu, karena sesuatu itu dialami. Fenomenologi mempunyai empat karakteristik yaitu: deskriptif, reduksi, esensi, dan intensionalitas. Deskripsi fenomena menggambarkan sesuatu yang muncul seperti emosi, pikiran dan tindakan manusia. Reduksi, merupakan proses mengeliminasi prasangka tentang fenomena untuk memastikan bahwa prasangka-prasangka tidak mencemari

⁷⁸ Saputra and Triantoro, “Urban Muslim Youth, Pengajian Communities and Social Media: Fragmentation of Religious Authority in Indonesia.”

⁷⁹ Zainal Fikri, “Pendekatan Filsafat Tentang Dakwah,” *Al Hadharah* 1, no. 1 (2002).

deskripsi hasil pengamatan dan memastikan bahwa wujud deskripsi. Ketiga, esensi adalah makna inti dari pengalaman individu dalam fenomena tertentu sebagaimana adanya. Keempat, intensionalitas yaitu korelasi antara noema dan noesis yang mengarahkan interpretasi terhadap pengalaman dan diperoleh kesadaran murni dari subjek yang diteliti. Noema adalah pernyataan objektif dari perilaku atau pengalaman sebagai realitas, sedangkan noesis adalah refleksi subjektif (kesadaran) dari pernyataan yang objektif tersebut.⁸⁰

Terdapat prosedur penting dalam melaksanakan studi fenomenologis, sebagai hasil adaptasi dari pemikiran sebagai berikut:

1. Menetapkan lingkup fenomena yang diteliti: Peneliti berusaha memahami perspektif filosofis di balik pendekatan yang digunakan, terutama konsep mengenai kajian bagaimana orang mengalami sebuah fenomena. Peneliti menetapkan fenomena yang hendak dikaji melalui para informan.

2. Menyusun daftar pertanyaan: Peneliti menuliskan pertanyaan penelitian yang mengungkap makna pengalaman bagi para individu, serta menanyakan kepada mereka untuk menguraikan pengalaman penting setiap harinya.

⁸⁰ Abdul Hadi, *Penelitian Kualitatif, Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi* (Purwokerto: Pena Persada, n.d.), 23.

3. Pengumpulan data: Peneliti mengumpulkan data dari individu yang mengalami fenomena yang diteliti. Data diperoleh melalui wawancara yang cukup lama dan mendalam. Teknik pengumpulan data lain yang dapat digunakan: observasi (langsung dan partisipan), penelusuran dokumen.

4. Tahap *Cluster of Meaning*: Selanjutnya peneliti mengklasifikasikan pernyataan- pernyataan tadi ke dalam tema-tema atau unit- unit makna, serta menyisihkan pernyataan yang tumpang tindih atau berulang-ulang.

Pada tahap ini, dilakukan: (a) *Textural description* (deskripsi tekstural): Peneliti menuliskan apa yang dialami, yakni deskripsi tentang apa yang dialami individu; (b) *Structural description* (deskripsi struktural): Penulis menuliskan bagaimana fenomena itu dialami oleh para individu. Peneliti juga mencari segala makna yang mungkin berdasarkan refleksi si peneliti sendiri, berupa opini, penilaian, perasaan, harapan subjek penelitian tentang fenomena yang dialaminya.

5. Tahap deskripsi esensi: peneliti mengonstruksi (membangun) deskripsi menyeluruh mengenai makna dan esensi pengalaman para subjek.

6. Peneliti melaporkan hasil penelitiannya. Laporan ini memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pembaca tentang bagaimana seseorang mengalami sesuatu fenomena. Laporan penelitian menunjukkan adanya kesatuan makna tunggal dari

pengalaman, di mana seluruh pengalaman itu memiliki “struktur” yang penting.⁸¹

Sumber data primer dari penelitian ini adalah berdasarkan hasil wawancara mendalam kepada dai milenial terkait otoritas keagamaan dan *mad'u* terkait faktor pendorong mereka mematuhi otoritas keagamaan yang dimiliki oleh dai, hasil catatan observasi terkait aktivitas komunitas dakwah dan narasi kajian secara langsung serta dokumentasi, penelusuran narasi dakwah digital pada platform media sosial masing-masing komunitas. Sumber data sekunder dari penelitian ini diperoleh dari literatur jurnal, buku, disertasi dan penelitian lainnya tentang otoritas keagamaan pada komunitas dakwah.

2. Teknik Pengambilan Sampel

Penentuan subjek penelitian menggunakan dengan cara pengambilan sampel yang berdasarkan pada *snowball sampling* yang menggunakan jaringan subjek penelitian dan rujukan. Para peneliti biasanya mulai dengan sejumlah kecil kontak awal, yang sesuai dengan kriteria penelitian dan diundang untuk menjadi partisipan dalam penelitian. Peserta yang setuju kemudian diminta untuk merekomendasikan kontak lain yang sesuai dengan kriteria penelitian dan yang berpotensi juga peserta yang bersedia,

⁸¹ Arief Nuryana, Pawito Pawito, dan Prahasitiwi Utari, “Pengantar Metode Penelitian Kepada Suatu Pengertian Yang Mendalam Mengenai Konsep Fenomenologi,” *Ensains Journal* 2, no. 1 (2019): 19.

yang kemudian pada gilirannya merekomendasikan peserta potensial lainnya, dan seterusnya.⁸² *Sampling* pada penelitian adalah dai yang mengisi kajian dalam komunitas dakwah dengan rentang kelahiran sesuai usia era milenial yaitu tahun 1981-1997.

Lokasi penelitian bertempat di Dawwam *Community* (Banyumanik, Semarang); Santrendelik (Gunung Pati, Semarang); Insani Universitas Diponegoro (Tembalang, Semarang); UKKI Universitas Negeri Semarang (Gunung Pati, Semarang). Komunitas Dawwam Sahabat Hijrah dipilih karena memiliki program inovasi dakwah seperti pemutaran film dengan tema sejarah para Imam Mazhab, kegiatan *sharing* antar anggota komunitas, kegiatan *standup* komedi, menampilkan kajian dengan konsep kontemporer dengan mayoritas anggota generasi milenial. Komunitas ini beranggotakan pemuda dengan berbagai golongan seperti mantan preman, mantan pegawai bank yang mengklaim dirinya untuk “hijrah” melalui komunitas ini. Komunitas yang berdiri tahun 2020 ini, memiliki program hapus Tatto gratis, *sharing* dengan anggota “Hijrah”, “Nonton Bareng Film Para Imam Mazhab” dan kajian rutin setiap Jumat. Dai pada komunitas ini adalah beberapa ustaz dari berbagai latar belakang. Tema dakwah yang mengangkat realitas sosial kemanusiaan

⁸² Timothy P. Johnson, “Snowball Sampling: Introduction,” *Wiley StatsRef: Statistics Reference Online*, September 29, 2014.

seperti “Pria *Qowwam* Bagi Wanita”, dan “Menjadi Pasangan Ideologis”. Komunitas hijrah dipandang sebagai fenomena yang menarik atau disebut sebagai gelombang hijrah. Fenomena hijrah mengakibatkan otoritas keagamaan baru, serta perubahan masyarakat perkotaan yang semakin religius. Ini dilihat dari sikap pengambilan keputusan masyarakat perkotaan dalam membeli dan menonsumsi produk, termasuk mengonsumsi pesan-pesan keagamaan berdasarkan fungsi, emosional dan kebutuhan kesalehan mereka. Hal ini menyebabkan aktor keagamaan atau dai menampilkan agama dalam bentuk kemasan sesuai dengan selera masyarakat perkotaan, seperti hadirnya kajian melalui media digital atau *live streaming*.⁸³ Dawwam *community* memiliki anggota mantan preman, mantan pegawai bank yang mengklaim riba adalah haram sehingga diharuskan “berhijrah” melalui Dawwam *community* sebagai media dakwahnya dan program hapus tato secara gratis. Komunitas ini mengangkat isu seperti kajian *sirah* para imam mazhab, “Iblis Siapa Dia”, Kajian keluarga sakinah, dan *stand up* dakwah.

Objek kedua, Santrendelik dengan mayoritas anggota adalah mahasiswa dengan menghadirkan tokoh akademisi sebagai dai dengan mengangkat tema kontemporer seperti *Urip Koyo*

⁸³ Saputra and Fadhli, “Shifting and Contestation of Religious Authorities in Aceh: From Abu, Tengku, Waled to Ustadz.”

Wayang, *Urip sing murup*, *Resik-resik* masalah *ngibadah*, Kurangin *insecure* banyakin syukur dengan dai seperti Arif Jatmiko, Lc, Dr. Fahmudin Azizi, Lc, Moh. Amin, Dr. Zainurrosyid, MA. Santrendelik Kampung Tobat yang mengusung konsep pesantren kontemporer dengan tema inti “Tobat” dengan anggota usia 17-40 tahun. Dai pada komunitas ini adalah akademisi dan *mad'u* nya adalah mahasiswa dan masyarakat umum. Komunitas ini memiliki kegiatan “Nobat”, sebuah kajian rutin setiap Kamis malam. Tema dakwah yang mengangkat realitas sosial seperti “Menjilat Riba”, “Meretas Kemunafikan” dan “BBM Boleh Turun, Gengsi Harus Naik”. Santrendelik memiliki konsep dakwah dengan menerapkan pembelajaran pesantren namun bergaya kontemporer. Hal ini merupakan fenomena unik, dimana saat ini justru pesantren tradisional yang dipercaya sebagai pemegang otoritas keagamaan.

Ketiga, komunitas dakwah milenial berasal dari lembaga dakwah kampus perguruan tinggi negeri di Semarang. Lembaga dakwah kampus dipilih karena mahasiswa merupakan agen perubahan masyarakat yang membentuk *NRI*, yaitu bentuk otoritas keagamaan baru yang dibentuk di tinggi. Komunitas dakwah kampus pada perguruan tinggi negeri di Kota Semarang, yaitu Insani Undip, dan UKKI Unnes. Lembaga dakwah perguruan tinggi dipilih karena memunculkan paham *NRI*. Sebagian besar cendekiawan muslim modern memiliki dasar yang sama dalam

berbagai cabang ilmu pengetahuan Islam, pada umumnya mereka tidak dianggap sebagai ulama.⁸⁴ Kegiatan kampus tentang aktivitas keislaman seperti *mentoring*, kajian, *halaqah*, *daurah*, *liqa'*, mabit merupakan tanggung jawab dari lembaga.⁸⁵ Lembaga dakwah perguruan tinggi, sering mengangkat tema realitas sosial seperti “*Role Model* Pemuda Peradaban”, “*Mental Health* dengan Bersyukur”, “Membangkitkan Ekonomi Islam yang *Maslahat*”.

Dakwah kampus perguruan tinggi negeri perlu dilihat dan diteliti karena kampus negeri memiliki kerentanan terpapar paham radikalisme. Selain itu, perguruan tinggi dipercaya sebagai pemegang otoritas keilmuan berbagai bidang, termasuk bidang dakwah.

3. Teknik Pengumpulan Data

Subjek penelitian ini adalah dai milenial pada komunitas dakwah “Dawwam, Santrendelik, Insani Undip, UKKI Unnes”. Data primer didapatkan langsung dari objek yang diteliti yaitu dai yang mengisi kajian dengan rentang kelahiran sesuai usia era milenial yaitu tahun 1981- 1997 berupa data hasil wawancara langsung. Objek penelitian ini adalah otoritas keagamaan yang

⁸⁴ C Kersten, *Cosmopolitans and Heretics: New Muslim Intellectuals and the Study of Islam* (New York: Columbia University Press, 2011).

⁸⁵ Hasan, *Literatur Keislaman Generasi Milenial : Transmisi, Aproiasi, Dan Kontestasi.*

dimiliki oleh dai milenial pada tiap komunitas dan faktor latar belakang serta pendukungnya.

a. Metode Observasi

Observasi digunakan untuk mencari data untuk menjawab masalah penelitian. Observasi difokuskan pada kegiatan dakwah yang sedang berlangsung pada setiap komunitas, seperti tabligh akbar. Metode observasi digunakan peneliti untuk memperoleh data berupa sumber rujukan dakwah dari dai, metode atau cara berdakwah dai, data identitas *mad'u*, jumlah peserta kajian dakwah komunitas dan materi dakwah dari subjek penelitian. Adapun tahap observasi dalam penelitian kualitatif sebagai berikut.⁸⁶

1. Pengamatan deskriptif dengan eksplorasi secara keseluruhan untuk mendapatkan gambaran umum
2. Pengamatan terfokus yaitu dengan melakukan pengamatan secara rinci pada objek penelitian.
3. Pengamatan terseleksi yaitu peneliti merujuk pada data yang diperlukan sesuai masalah penelitian dan mengelompokkan secara tematik sebelum ke tahap analisis.

⁸⁶ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif* (Solo: Cakra Books, 2014).

b. Metode Wawancara

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Wawancara dilakukan dengan tujuan mendapatkan keterangan sesuai masalah penelitian dan sebagai cara yang efektif untuk melakukan tanya jawab secara langsung dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur, artinya peneliti menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis sesuai dengan permasalahan dalam penelitian, kemudian dikembangkan pada saat proses wawancara berlangsung. Apabila diperoleh informasi baru terkait dengan permasalahan penelitian, peneliti mengajukan pertanyaan berikutnya agar data yang diperoleh terarah pada fokus penelitian.⁸⁷ Data yang diperoleh melalui data wawancara ini berupa: sejarah terbentuknya komunitas dakwah, profil, latar belakang sosial dan pendidikan dai, faktor penyebab dai membentuk komunitas *mad'u*, faktor penyebab *mad'u* mengikuti otoritas. Subjek yang diwawancara meliputi: dai, pengurus komunitas dan *mad'u* pada tiap komunitas.

⁸⁷ Burhan Bungin, *Analisa Data Penelitian Kualitatif, Pemaknaan Filosofis Dan Metodologis Ke Arah Penggunaan Model Aplikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), 116.

c. Metode Dokumentasi

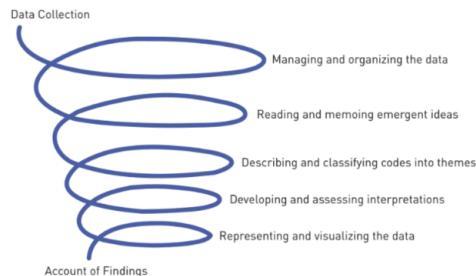
Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data tentang peristiwa yang sudah berlalu. Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data yang sudah tersedia dalam bentuk dokumen. Dalam penelitian ini, dokumen yang dianalisis adalah dokumen yang relevan dengan fokus penelitian ini, yaitu jadwal kajian dan video ceramah di platform media digital tiap komunitas. Dokumen ini bersifat transparan dan boleh diakses semua pihak, namun tetap diperlukan izin dari komunitas atau individu yang memiliki bahan tersebut dengan tujuan sebagai bukti penelitian dalam mencari data dan untuk keperluan analisis.

4. Analisis Data

Penelitian fenomenologi sebagai filsafat memberikan pedoman teoretis kepada peneliti untuk memahami fenomena pada tataran realitas subjektif. Kerangka filosofis atau teori realitas subjektif ini memainkan peran kunci dalam memahami aktor atau subjek mengenai peristiwa atau fenomena tertentu yang berkaitan dengannya. Peneliti dapat mengadopsi wawancara, observasi dan diskusi sebagai strategi pengumpulan data dalam metode inkuiiri fenomenologis; oleh karena itu, fenomenologi memiliki sikap filosofis dan metodologis. metode penelitian fenomenologi klasik dengan kerangka penelitian deskriptif menitikberatkan pada 'mencari realitas bukan mengejar

kebenaran berupa manifestasi fenomena sebagaimana adanya dalam wujud kehidupan yang tersusun dari pengalaman-pengalaman hidup yang saling berhubungan secara subjektif.⁸⁸

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, perolehan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang telah dikumpulkan melalui proses pengelolaan dan mengatur data. Pada tahap awal proses analisis, peneliti mengorganisasikan data dengan penamaan *file* sesuai dengan data formular, tanggal pengumpulan. Peneliti mendeskripsikan sepenuhnya fenomena/pengalaman yang dialami subjek penelitian.



Gambar 1. 1 Analisis Data Spiral Creswell

Langkah kedua, membaca memo dan gagasan yang muncul. Peneliti memahami keseluruhan basis data, memahami transkrip wawancara dengan mendalam dengan memberikan catatan kecil guna membantu memahami transkrip wawancara.

⁸⁸ Sadruddin Bahadur Qutoshi, "Phenomenology: A Philosophy and Method of Inquiry," Journal of Education and Educational 5, no. 1 (2018).

Langkah ketiga, mendeskripsikan dan mengklasifikasikan kode ke dalam tema. Peneliti membangun deskripsi terperinci, membentuk kode atau kategori, mengembangkan tema, dan memberikan intrepretasi dalam pandangan mereka atau pandangan perpektif dalam literatur. Deskripsi terperinci adalah peneliti menggambarkan apa yang mereka lihat (konteks latar orang, tempat atau peristiwa). Proses pengkodean melibatkan pemahaman teks yang dikumpulkan dari wawancara, observasi dan dokumen ke dalam kategori yang lebih kecil.

Langkah keempat, peneliti merefleksikan pemikirannya, mengembangkan dan menilai interpretasi. Peneliti menafsirkan data, menggambarkan proses intrepretatif, pengembangan kode, pembentukan tema dari kode dan kemudian pengorganisasian tema menjadi unit abstraksi yang lebih besar dalam memahami data.

Langkah kelima, memvisualisakan data. Peneliti merepresentasikan data yang ditemukan berupa teks, tabel, atau gambar.⁸⁹

5. Pengujian Keabsahan Data

Pengujian keabsahan data dalam penelitian, terkadang menekankan pada uji validitas dan realibilitas. Temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara apa

⁸⁹ JW Creswell dan CN Poth, “Qualitative Inquiry dan Research Design: Choosing among Five Approaches,” 2016,

yang terjadi dengan apa yang dilaporkan tentang objek penelitian.

⁹⁰ Keabsahan data diperoleh untuk membuktikan originalitas atau kebenaran hasil penelitian, mengungkapkan dan memperjelas data dengan fakta-fakta aktual di lapangan. Pada penelitian kualitatif, keabsahan data berjalan selaras dengan proses penelitian ketika sedang dilakukan. Penelitian ini dalam uji kredibilitas data atau kepercayaan data hasil penelitian dilakukan dengan menggunakan triangulasi dan melakukan *member check*.

⁹¹

a. Triangulasi

Triangulasi mengacu pada penggunaan beberapa metode atau sumber data dalam penelitian kualitatif untuk mengembangkan pemahaman yang komprehensif tentang fenomena. Triangulasi juga dipandang sebagai strategi penelitian kualitatif untuk menguji validitas melalui konvergensi informasi dari berbagai sumber. Terdapat empat jenis triangulasi: (a) triangulasi metode, (b) triangulasi peneliti, (c) triangulasi teori, dan (d) triangulasi sumber data. Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: triangulasi sumber dan triangulasi metode.

⁹⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2015), 267.

⁹¹ Sugiyono, 267.

1. Triangulasi sumber

Peneliti mengumpulkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber data dalam satu penelitian. Peneliti menggabungkan data dari wawancara, observasi dan analisis video dakwah di media digital. Dengan menggabungkan sumber data yang berbeda, peneliti dapat memastikan bahwa interpretasi mereka komprehensif dan tidak bergantung pada satu sumber data saja. Setelah data digabungkan, peneliti mengklasifikasikan secara tematik, menguraikan sehingga menjawab pertanyaan penelitian berupa jenis, sumber dan sifat otoritas keagamaan dai setiap komunitas serta terbentuknya komunitas *mad'u* dengan otoritas keagamaan baru.

2. Triangulasi metode

Triangulasi metode dilakukan untuk menguji keabsahan data dengan cara mengecek data dengan teknik yang berbeda. Teknik pengumpulan data terdiri dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Triangulasi metode dilakukan dengan cara membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi; dan membandingkan hasil wawancara

dengan dokumentasi. Setelah dibandingkan, kemudian dilakukan klasifikasikan secara tematik dan iiinterpretasikan sehingga dapat diketahui alasan terbentuknya otoritas keagamaan baru dan alasan *mad'u* mengikuti otoritas keagamaan baru dari dai.

92

b. Member Check

Member check atau pemeriksaan anggota, juga dikenal sebagai validasi anggota dapat digambarkan sebagai fase penelitian di mana “laporan sementara dibawa kembali ke lokasi dan diperiksa oleh orang-orang yang memberikan informasi. Selama proses ini, orang yang memberikan informasi dapat menentukan apakah peneliti telah melaporkan cerita mereka secara akurat. Dalam proses ini, peserta diberikan bagian yang relevan dari laporan penelitian dan diundang untuk mengomentari keakuratan laporan tersebut. Fokusnya adalah pada isi pengalaman, dan pemikiran peserta (misalnya, apa yang terjadi, bagaimana itu terjadi, apa yang dia pikirkan. Peserta juga dapat diminta untuk mengomentari analisis tersebut.

⁹² Nancy Carter, “The Use of Triangulation in Qualitative Research,” *Qualitative Research ONF* 41, no. 5 (2014): 545–47.

Member check sebagai cara optimal untuk menilai validitas studi kualitatif karena langkah pertama dari banyak proyek kualitatif adalah memahami pandangan dunia partisipan secara akurat. *Member check* dapat digunakan ketika tujuan penelitian adalah untuk mencari kebenaran, dan juga ketika tujuan penelitian adalah untuk menghasilkan perubahan. Mereka membedakan antara berbagai jenis pemeriksaan anggota (teknis, berkelanjutan, dan refleksif), dan mereka berpendapat bahwa jenis tertentu harus sesuai untuk pertanyaan penelitian.⁹³

Semua data yang didapatkan, peneliti mendeskripsikannya ke dalam tulisan, peneliti diskusikan untuk mendapatkan masukan dari pemberi data sebenarnya sesuai dengan kehendak pelaku yang menjadi informan di Dawwam, Santrendelik, Insani Universitas Diponegoro (Undip) dan UKKI Universitas Negeri Semarang (Unnes).

H. Sistematika Penulisan

Untuk menyajikan data secara lengkap dan komprehensif mengenai kajian dakwah dan otoritas keagamaan baru yang dilahirkan oleh dai milenial di Kota Semarang, maka dilakukan

⁹³ Lori E. Koelsch, “Reconceptualizing the Member Check Interview,” *International Journal of Qualitative Methods* 12, no. 1 (February 1, 2013): 168–79.

penyusunan hasil penelitian ini mengikuti sistematika sebagai berikut :

Bagian pertama adalah bab pendahuluan yang terdiri atas latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kajian teori, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

Bab kedua, berisi tentang dasar konseptual otoritas keagamaan dalam komunitas dakwah milenial . Oleh sebab itu dalam bab ini dipaparkan beberapa sub bab. Pertama, tentang dasar konseptual otoritas keagamaan dalam komunitas dakwah yang meliputi: Jenis, sifat, sumber otoritas keagamaan. Kedua, meliputi pengertian dan karakteristik dai milenial. Ketiga, kriteria otoritas keagamaan pada dai milenial, dan konsep komunitas.

Bab ketiga, dalam bab ini dipaparkan data hasil penelitian komunitas dakwah milenial yang meliputi sejarah terbentuknya, profil dai dan aktivitas komunitas dakwah dari Dawwam community, Santrendelik, Insani Universitas Diponegoro (Undip) dan UKKI Universitas Negeri Semarang (Unnes)

Bab keempat, analisis hasil penelitian. Dalam bab ini terbagi menjadi dua sub bab. Sub bab pertama membahas tentang analisis hasil penelitian yang meliputi: keberagaman otoritas keagamaan dalam komunitas dakwah di Kota Semarang, sub bab ini menjawab rumusan masalah pertama. Kedua, bagaimana dai membentuk komunitas *mad'u* dengan otoritasnya, sub bab ini menjawab

rumusan masalah kedua. Ketiga, kecenderungan *mad'u* mengikuti otoritas yang menjawab rumusan masalah ketiga dan keempat, kecenderungan dai dalam melahirkan otoritas baru, menjawab rumusan masalah keempat.

Bab kelima terdiri kesimpulan, implikasi hasil penelitian, saran dan kata penutup. Kesimpulan memuat sebuah jawaban terhadap rumusan masalah dari semua temuan dalam penelitian, dan mengklarifikasi kebenaran serta kritik yang dirasa perlu untuk bentuk otoritas keagamaan oleh dai milenial di Semarang. Kesimpulan ini diharapkan dapat memberi pemahaman dan pemaknaan kepada pembaca untuk memahami bentuk otoritas keagamaan oleh dai milenial di Kota Semarang.

BAB II

DASAR KONSEPTUAL OTORITAS KEAGAMAAN DALAM KOMUNITAS DAKWAH MILENIAL

A. Jenis Otoritas Keagamaan

Otoritas keagamaan menggambarkan kemampuan atau kesempatan untuk membuat peraturan dan keputusan seseorang untuk diikuti, dipatuhi, tanpa menggunakan kekuasaan yang memaksa. Otoritas keagamaan bertujuan untuk mempengaruhi pandangan dan perilaku orang lain. Dalam agama monoteistik otoritas keagamaan didasarkan pada kitab suci, serta melibatkan kemampuan, kesempatan, kekuasaan, atau hak untuk berkomunikasi. Otoritas keagamaan berasal dari individu, kelompok, atau institusi.⁹⁴ Dalam Islam, Al-Qur'an mewakili sebuah contoh otoritas kitab suci, karena umat Islam percaya bahwa Al-Qur'an adalah firman Tuhan yang sebenarnya, yang memberikan bimbingan Ilahi bagi umat manusia. Nabi dan wali menandakan otoritas manusia yang karismatik, karena memiliki keintiman unik dengan Tuhan, seperti halnya konsep Syiah tentang iman, yang dipahami sebagai keturunan Nabi Muhammad dan

⁹⁴ Gudrun Krämer and Sabine Schmidtke, "Introduction: Religious Authority and Religious Authorities in Muslim Societies. A Critical Overview," *Speaking for Islam*, 2014, 1–14.

pemimpin spiritual umat Islam yang sah. Para ulama dan ahli hukum atau fukaha memperoleh otoritasnya melalui pendidikan dalam berbagai ilmu keislaman, seperti Al-Qur'an, tafsir Al-Qur'an, Hadis, fikih. Kepemimpinan politik, yang diwakili oleh sosok khalifah, menunjukkan bentuk otoritas lain. Dari pemaparan diatas, menggambarkan bahwa bentuk otoritas keagamaan berasal dari berbagai sumber, pengalaman, dan bidang keahlian yang menjadi ciri tradisi Islam.⁹⁵

Friedman membagi jenis otoritas menjadi dua yaitu *being in authority* atau memangku otoritas dan *being an authority* atau memegang otoritas. Memangku otoritas artinya menduduki jabatan resmi atau struktural yang memberinya kekuasaan untuk mengeluarkan perintah dan arahan. Seseorang yang memangku otoritas dipatuhi orang lain dengan cara menunjukkan simbol-simbol otoritas yang memberi pesan kepada orang lain bahwa mereka berhak mengeluarkan perintah atau arahan. Dalam kasus ini, individu boleh tidak sependapat dengan sebuah perintah, tapi mereka tetap harus menaati orang yang memangku otoritas.

Berbeda dengan pemegang otoritas, yang tidak terjadi perbedaan pendapat karena tunduk, percaya kepada pemegang

⁹⁵ Sajida Jalalzai, "Muslim Chaplaincy and Female Religious Authority in North America," in *The Routledge Handbook of Islam and Gender* (New York: Routledge, 2021).

otoritas yang dipandang memiliki pengetahuan tertentu. Dengan kata lain, ketundukan pada orang yang memangku otoritas, melibatkan ketundukan kepada jabatan, legalitas seseorang. Tapi orang yang memegang otoritas, melibatkan ketundukan pada seseorang yang dipandang memiliki keahlian khusus. Kekuasaan yang berasal dari penguasaan ilmu pengetahuan berbeda dengan jenis kekuasaan yang diperoleh dari kedudukan jabatan politis tertentu. Individu yang mengakui seseorang sebagai penguasa berarti mengakui superioritas intrinsik, memberikan kesetiaan yang tidak diragukan lagi dan menyakini bahwa apa yang dikatakan penguasa adalah benar.⁹⁶ Contohnya kekuasaan yang dimiliki oleh presiden, dan atau ketua umum dalam suatu organisasi.

Pemegang kekuasaan yang didasarkan pada ilmu pengetahuan persandar pada tradisi.⁹⁷ Masyarakat mempercayai bahwa keturunan tokoh tertentu memiliki kemampuan yang mumpuni dengan kualifikasi pendidikan tradisional Islam seperti pesantren, surau, dan dayah.⁹⁸ Seperti Habib Lutfi Bin Yahya, KH. Bahaudin Nur Salim. Hal ini dikategorikan sebagai pemegang otoritas tradisional atau disebut sebagai ulama. Ulama berarti orang

⁹⁶ Rumadi, “Islam Dan Otoritas Keagamaan,” *Walisono* 20, no. 1 (2012): 31.

⁹⁷ Rumadi, “Islam Dan Otoritas Keagamaan.”

⁹⁸ Z Zulkifli, “The Ulama in Indonesia: Between Religious Authority and Symbolic Power.”

yang mempunyai latar belakang pendidikan agama formal, khususnya mempelajari kitab-kitab Islam melalui lembaga pendidikan seperti pesantren dan perguruan tinggi Islam.⁹⁹

Semakin berkembangnya ilmu keislaman, individu mulai mengejar pendidikan Islam melalui perguruan tinggi di dalam negeri, timur tengah maupun barat untuk mencapai kualifikasi tinggi dalam studi Islam.¹⁰⁰ Individu yang memeliki kualifikasi pendidikan dalam Studi Islam termasuk kategori intelektual agama. Seperti, KH. Dr. Nasarudin Umar, Dr. Abdul Somad, atau yang disebut dengan intelektual agama. Para intelektual agama memberikan kepemimpinan dalam wacana agama, budaya dan intelektual muslim. Otoritas tradisional yang dipegang oleh ulama, tidak bisa lagi mengklaim sebagai satu-satunya penjaga dan penafsir Islam. Otoritas mereka ditentang oleh kelompok reformis, yang memandang tradisionalisme agama sebagai penghambat kemajuan umat Islam. Berkembangnya dan meningkatnya religiusitas masyarakat Indonesia menyebabkan meluasnya pendidikan Islam, termasuk pada jenjang yang lebih tinggi. Dalam lingkungan sosial budaya inilah muncul intelektual keagamaan

⁹⁹ Ahmad Muttaqin, “Women’s Identity in the Digital Islam Age: Social Media, New Religious Authority, and Gender Bias,” *Qudus International Journal of Islamic Studies* 8, no. 2 (2020).

¹⁰⁰ Z Zulkifli, “The Ulama in Indonesia: Between Religious Authority and Symbolic Power.”

yang terpisah dari hierarki ulama tradisional yang masih menjadi kelompok elit dominan dalam masyarakat Indonesia.¹⁰¹

Para intelektual agama memiliki peranan penting dalam membuka wacana Islam di Indonesia, serta memperkenalkan ide-ide kritis dan wawasan dari Barat dan dunia Islam. Para intelektual agama diantaranya seperti Ali Syariati, Fazlur Rahman, Hassan Hanafi, Mohammed Arkoun, Jaber al-Jaberi, Abdullahi an-Naim, Asghar Ali Engineer, Fatima Mernissi, Amina Wadud, Khaled Abou El-Fadl, Farid Esack, Bassam Tibi, Adonis, Muhammad al-Ashmawy, Muhammad Sharur, Tariq Ramadan, Nasr Hamid Abu Zaid, dan lain sebagainya.¹⁰²

Intelektual agama bukan merupakan ulama. Mereka adalah akademisi dan orang-orang yang mempelajari ilmu modern dan beragama, mampu menjelaskan permasalahan masyarakat dan mencari solusinya. Beberapa ulama dapat dikatakan sebagai intelektual agama, asalkan memiliki wawasan luas, kritis, akrab dengan berbagai sumber, mengenal gagasan modern, serta pemikir yang inovatif dan kreatif. Terdapat beberapa yang dikenal sebagai ulama namun memiliki banyak kesamaan pandangan kritis yang

¹⁰¹ Azhar Ibrahim, ““Being Authoritative But No Authority?” Muslim Religious Intellectuals in Shaping Indonesian Islam Discourse,” in *The New Santri: Challenging To Traditional Religious Authority in Indonesia*, ed. Saat Norshahril and Ahmad Najib Burhani (Singapore: ISEAS, 2020).

¹⁰² Ibrahim.

disebarkan oleh para intelektual agama seperti Quraish Shihab, Said Aqil, KH Hussein, Gus Mus dan Nasruddin Umar.¹⁰³

Ilmu pengetahuan sekarang juga diperoleh dari media digital. Banyaknya situs keislaman seperti muslim.or.id, bincangsyariah.com, islami.co, rumaysho.com sebagai situs dengan penelusuran tertinggi di Indonesia¹⁰⁴, membuktikan bahwa pemegang otoritas keagamaan di Indonesia juga dimiliki oleh platform digital. Media digital memperluas jenis otoritas keagamaan dengan munculnya *social media influencers*. Media digital dan munculnya *influencer* di media sosial telah memberdayakan individu dan komunitas untuk menegosiasikan kembali gagasan lama tentang agama dan otoritas. Generasi baru *influencer* media sosial berasal dari pendidikan barat dan berspesialisasi dalam mata pelajaran non-agama seperti studi komunikasi, administrasi bisnis, ilmu komputer, dan manajemen atau disiplin ilmu umum lainnya. Mereka fasih berbahasa asing, memiliki pandangan dunia kosmopolitan, memiliki kemampuan komunikasi yang baik, dan paham dalam produksi media digital. Praktik keagamaan mereka berfokus pada penceritaan dibandingkan teks-teks dogmatis, pada hubungan antarmanusia,

¹⁰³ Ibrahim.

¹⁰⁴ Anonim, “100 Situs Islam Indonesia, NU *Online* Peringkat Pertama - IBTimes.ID,” accessed August 29, 2023, <https://ibtimes.id/100-situs-islam-indonesia-nu-online-peringkat-pertama/>.

kehidupan sipil. *Influencer* media sosial menggunakan media sosial untuk *personal branding*, *influencer* media sosial juga menggunakan media sosial untuk menyebarkan pesan agama dan moral.¹⁰⁵

Para *influencer* media sosial berfokus pada penyampaian cerita yang menghibur daripada ceramah berdasarkan teks dogmatis dengan memanfaatkan sumber daya multimodal berupa video, suara, gambar, ucapan, dan teks serta kekuatan persuasif. Dengan seperti itulah, *influencer* membangun kredibilitas dan otoritas mereka. Seperti menceritakan pengalaman pribadi, memproduksi konten digital. Melalui media digital, muncul televangelisme populer sebagai pemegang wacana otoritas keagamaan baru. Media mempengaruhi para *televangelism* Islam melahirkan “kultur selebriti”, seperti Ustaz Abdul Somad, Hanan Attaki dan Adi Hidayat. Para *televangelism* Muslim mengedepankan pendekatan cerita (*storytelling*), pelatihan (*training*), motivator (*motivation*).¹⁰⁶

¹⁰⁵ Bouziane Zaid et al., “Digital Islam and Muslim Millennials: How Social Media Influencers Reimagine Religious Authority and Islamic Practices,” *Religions* 13, no. 4 (2022).

¹⁰⁶ Najib Kailani and Sunarwoto, *Televangelisme Islam Dalam Lanskap Otoritas Keagamaan Baru.* *Ulama Dan Negara Bangsa: Membaca Masa Depan Islam Politik Di Indonesia* (Yogyakarta: PusPIDeP, 2019), 188.

Baik ketiga jenis otoritas keagamaan ini harus memiliki indikator didalamnya berupa memiliki aktor keagamaan profesional dan memiliki latar belakang pendidikan keagamaan.¹⁰⁷ Munculnya berbagai jenis otoritas keagamaan, sehingga menghasilkan tokoh-tokoh kesalehan publik baru, dan menciptakan ruang-ruang publik baru dimana ajaran Islam dibentuk dan diperebutkan. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi dan munculnya media komunikasi baru juga berkontribusi pada munculnya ruang publik, dimana banyak orang mempunyai pendapat mengenai isu politik dan agama. Hal ini menghasilkan tantangan terhadap otoritanisme, otoritas agama yang terfragmentasi.¹⁰⁸

B. Sifat Otoritas Keagamaan

Sifat otoritas keagamaan dibagi menjadi dua yaitu otoritas persuasif dan koersif. Otoritas persuasif melibatkan pengaruh dan kekuasaan normatif atas seseorang. Otoritas persuasif memengaruhi orang lain untuk percaya, bertindak, atau tidak bertindak sesuatu hal, dengan cara membujuk mereka bahwa hal tersebut adalah sesuatu yang sudah seharusnya. Otoritas persuasif adalah otoritas yang memiliki kemampuan untuk mengarahkan

¹⁰⁷ Chaves, “Secularization as Declining Religious Authority.”

¹⁰⁸ Yanwar Pribadi, “Pop and ‘True’ Islam in Urban Pengajian: The Making of Religious Authorithy,” in *The New Santri: Challenging To Tradisional Religious Authorithy in Indonesia*, ed. Norshahril Saat and Ahmad Najib Burhani (Singapore: ISEAS, 2020).

tindakan dan keyakinan pihak lain atas dasar kepercayaan. Otoritas ini bisanya melekat pada seorang ahli dalam bidang tertentu yang ada di level *society* (aktor non-negara).

Otoritas koersif merupakan kemampuan untuk mengarahkan perilaku orang lain dengan cara membujuk, mengambil keuntungan, mengancam, atau menghukum, sehingga orang yang berakal sehat akan berkesimpulan bahwa untuk tujuan praktis mereka tidak punya pilihan lain kecuali harus menurutinya. Otoritas koersif memiliki kemampuan untuk memaksa orang lain di mana ketidaktaatan bisa dikenai sanksi atau hukuman. Otoritas ini melekat pada aparatus negara. Sedang otoritas koersif yang melekat pada aparatus negara berfungsi untuk memaksa siapa saja yang memegang otoritas persuasif untuk bertindak di ruang publik sesuai dengan rule of the game. Pelanggaran atas *rule of the game* yang berkonsekuensi pada pelanggaran hak orang atau kelompok lain mengakibatkan si pelaku terkenai sanksi yang diberikan oleh aparatus negara. Aktor-aktor non-negara tidak boleh mengambil kewenangan koersif ini karena mereka hanya memiliki kewenangan persuasif dalam proses relasi dan kontestasi di ruang publik.¹⁰⁹ Dalam praktiknya, otoritas persuasif dimiliki oleh individu yang memiliki pengetahuan dan kualifikasi pendidikan

¹⁰⁹ Ahmad Zainul Hamdi and Muktafi, *Wacana Dan Praktik Pluralisme Keagamaan Di Indonesia* (Jakarta: Daulat Press, 2017), 221.

yang sesuai dibutuhkan oleh masyarakat seperti lembaga pendidikan atau pesantren, organisasi masyarakat (Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah), sedangkan otoritas koersif dimiliki individu yang memiliki jabatan struktural atau legalitas seperti presiden, ketua DPR, ketua MUI, atau lembaga negara lainnya.

C. Sumber Otoritas Keagamaan

Pertama, otoritas keagamaan yang bersumber dari media konvensional. Media konvensional merupakan perantara menyampaikan pesan secara langsung atau tatap muka antara komunikator dan komunikan. Kontekstualisasinya dalam dakwah, yaiti dengan cara ceramah di atas mimbar untuk menyampaikan pesan - pesan kebaikan dan intisari pelajaran Islam. Skalanya bisa dijumpai dalam ukuran yang kecil, misalnya di pengajian rumah, dan ukuran besar, seperti pengajian diselenggarakan di masjid, lapangan olahraga, ataupun ruangan berkapasitas besar.¹¹⁰ Media konvensional ini dilakukan oleh seorang mufti. Menurut hukum, seseorang harus memenuhi syarat untuk dapat berfungsi sebagai mufti. Meskipun kualifikasi yang harus memenuhi untuk dapat diakui sebagai seorang mufti berbeda-beda, secara umum dapat dikatakan bahwa seorang mufti harus menguasai kitab-kitab suci dan preseden hukum dengan baik, serta memiliki reputasi yang

¹¹⁰ Didid Haryadi, “Otoritas Keagamaan Baru: Habituasi Dan Arena Dakwah Era Digital,” *Islamic Insights* 02, no. 2 (2020): 69–82.

sempurna sebagai seorang mufti dan memiliki integritas moral yang tinggi. Sumber otoritas mungkin juga terletak pada badan kolektif yang terdiri dari orang yang memenuhi syarat dan dihormati.¹¹¹

Kedua, otoritas keagamaan yang bersumber dari media cetak. Saat ini setiap orang bisa belajar Islam dari buku-buku yang tersedia diberbagai tempat karena generasi muslim sekarang tampak cukup menguasai ilmu keislaman meskipun tidak pernah mengenyam pendidikan formal di sekolah Islam atau pesantren. Mereka belajar Islam tanpa dimentori oleh ulama atau kiai. Artinya generasi muslim sekarang mempelajari Islam dari sumber-sumber baru yang berbeda dengan sumber pengetahuan tradisional sebelumnya. Tidak diragukan percetakan buku merupakan salah satu media penting dalam penyiaran Islam. Buku dan tradisi membaca sangat besar peranannya dalam membangkitkan dan membentuk perilaku umat Islam. Disadari atau tidak, dengan semakin banyaknya buku-buku Islam berdampak pada berkurangnya otoritas tradisional dalam Islam yang selama ini hanya di tangan ulama. Mempelajari ilmu-ilmu tentang Islam tidak harus mengundang kiai atau datang kepada

¹¹¹ Nico J.G. Kaptein, “The Voice of the ‘Ulamā’: Fatwas and Religious Authority in Indonesia,” *Archives de Sciences Sociales Des Religions* 125, no. 1 (2004).

ulama tetapi cukup membaca buku-buku yang tersedia di pasar, baik buku cetak maupun buku elektronik.¹¹²

Ketiga, otoritas keagamaan yang bersumber dari media digital. Media ini digunakan untuk mengkomunikasi ide maupun informasi dari banyak orang ke banyak orang lainnya (*many to many*). Berdasarkan terminologi ini, karakteristik media digital, yakni dapat memberi akses ke konten di mana dan kapan pun, merupakan media interaktif, *hypertextual*, virtual, simulatif dan memberi kesempatan setiap orang untuk berpartisipasi kreatif dan kolektif di dalamnya. Secara umum, semua media digital memiliki karakteristik yang sama, yang berhubungan dengan distribusi, produksi, dan konsumsi.¹¹³

Berdasarkan pemaparan tentang teori otoritas keagamaan diatas, berawal dari Max Weber membagi otoritas menjadi 3: tradisional, legal rasional dan karismatik. Otoritas legal rasional berpijakan pada sistem struktural dan legaltas hukum, posisi dan jabatan individu.¹¹⁴ Otoritas karismatik berdasar pada kemampuan

¹¹² Mutohharun Jinan, “Intervensi New Media Dan Impersonalisasi Otoritas Keagamaan Di Indonesia,” *Jurnal Komunikasi Islam* Vol. 3, no. 2 (2013): 321–48.

¹¹³ Jinan, “New Media Dan Pergeseran Otoritas Keagamaan Islam Di Indonesia,” 2012.

¹¹⁴ Max Weber, *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*, Volume 2, ed. Guenther Roth dan Claus Wittich, vol. 2 (Berkeley: The Regents of The University of California, 1978).

unik yang dimiliki seseorang yang sifatnya irasional dan didapatkan dari lingkungan sosial.¹¹⁵ Contohnya adalah keturunan kiai, ulama, keturunan tokoh masyarakat, seseorang yang dianggap sebagai orang sakti di daerahnya, dukun. Berbeda otoritas tradisional, otoritas ini dimiliki seseorang berkeahlian khusus yang berasal dari latar pendidikan non formal keagamaan seperti pesantren.¹¹⁶

Otoritas keagamaan keempat, Fakhuroji menambahkan adanya otoritas keagamaan cendekiawan. Otoritas ini dihasilkan dari semakin berkembangnya ilmu keislaman, sehingga individu mulai mengejar pendidikan Islam melalui perguruan tinggi di dalam negeri, timur tengah maupun barat untuk mencapai kualifikasi tinggi dalam studi Islam atau disebut sebagai cendekiawan, akademisi atau intelektual agama.¹¹⁷

Otoritas keagamaan kelima, yaitu otoritas agama tradisional yang bernegosiasi dengan konteks internet untuk membangun hubungan kontekstual dalam masyarakat Islam kontemporer,

¹¹⁵ Damanhuri, “Kiai, Kitab Dan Hukum Islam (Relasi Kuasa Teks Dan Otoritas Keagamaan Di Sumenep, Madura),” 19.

¹¹⁶ Rumadi, “Islam Dan Otoritas Keagamaan”; Z Zulkifli, “The Ulama in Indonesia: Between Religious Authority and Symbolic Power.”

¹¹⁷ Z Zulkifli, “The Ulama in Indonesia: Between Religious Authority and Symbolic Power”; Ibrahim, “Being Authoritative But No Authority?” Muslim Religious Intellectuals in Shaping Indonesian Islam Discourse.”

sehingga disebut sebagai otoritas keagamaan digital.¹¹⁸ Contohnya aplikasi AA Gym dan akun instagram Gus Taqi. Hadirnya otoritas keagamaan digital mengakibatkan setiap orang memiliki hak dan peluang yang sama dalam mengeluarkan fatwa, sehingga menimbulkan kekhawatiran bahwa seseorang dengan kemampuan ilmiah tidak lagi mentransmisikan fatwa.¹¹⁹

D. Dai Milenial

Dai dalam sudut pandang Ilmu Komunikasi, dai adalah komunikator atau orang yang menyampaikan pesan komunikasi kepada orang lain, baik secara tulisan, lisan maupun perbuatan dengan muatan pesan keislaman, baik dilakukan secara individu maupun kelompok.

Dari segi keahlian, dai atau pendakwah merupakan setiap muslim mukalaf (sudah dewasa) yang sudah dikenai kewajiban berdakwah menurut ajaran Rasulullah dan atau seorang muslim yang memiliki keahlian khusus di bidang agama Islam, yang disebut sebagai ulama.¹²⁰

¹¹⁸ Solahudin and Fakhruroji, “Internet and Islamic Learning Practices in Indonesia: Social Media, Religious Populism, and Religious Authority”; Muhammad, “Populisme Dan Dinamika Otoritas Keagamaan Dalam Islam Di Media Sosial.”

¹¹⁹ Akhfas et al., “The New Ustad in Religious Authority : Challenge and Dynamic of Fatwa in the New Media Era.”

¹²⁰ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi* (Jakarta: Kencana, 2004).

Ali Abdul Halim Mahmud bependapat bahwa pendakwah memiliki persyaratan yang cakap di bidang keagamaan, akhlak, komitmen pada etika Islam, keilmuan bidang dakwah, mampu melaksanakan dakwah gerakan, mampu melakasankan setiap perbuatan yang dituntut oleh dakwah individual, memiliki kesabaran dalam melakukan aktivitas dan menghadapi mitra dakwah dan patuh terhadap perintah Al-Qur'an dan Hadis.¹²¹

Hal ini juga dikuatkan oleh 'Abd al-Karim Zaydan, pendakwah harus memiliki pemahaman Islam yang mendalam, iman yang kuat. Mustafa Assiba'i menambahkan bahwa pendakwah sebaiknya berasal dari garis keturunan yang terhormat, memiliki rasa empati, kecerdasaaan dan kepekaan, mandiri secara finansial, memiliki latar belakang sosial dan pengalaman yang baik, serta alim dalam beribadah.¹²²

Dai dikategorikan menjadi tiga jenis: Pertama, pendakwah *mujtahid* adalah dai yang memberikan pemahaman kepada mitra dakwah tentang kajian Al-Qur'an dan Hadis, sehingga pendakwah ini memiliki kemampuan ilmu keislaman. Kedua, pendakwah *muttabi'* yaitu pendakwah yang menyampaikan produk pemikiran dari pendakwah *mujtahid*. Ketiga, pendakwah *muqallid* adalah orang yang memahami ajaran Islam secara dangkal tanpa

¹²¹ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2004).

¹²² Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, 190.

mengetahui dasar hukum, namun kemudian disampaikan kepada mitra dakwah. Dari ketiga tingkatan diatas, pendakwah *mujtahid* memenuhi syarat sebagai pendakwah karena memiliki kapasitas dan intelektual.¹²³ Kategori *muttabi'* dan *muqallid* dalam melakukan aktivitas dakwah harus didampingi ulama yang cakap sehingga, setiap muslim diperkenankan untuk melakukan dakwah.

Kredibilitas pendakwah perlu dijaga melalui lembaga dakwah. Kewibawaan lembaga tergantung pada manajerial lembaga yang baik. Dalam dakwah kolektif, masing-masing pendakwah saling men lengkapi satu sama lain. Kultus individu dapat dihindarkan. Perbedaan pendapat dapat diminimalisir, karena diikat oleh norma yang sama.¹²⁴

Dai harus memperhatikan keluarganya menjadi panutan keluarga muslim lainnya, mampu membina masyarakat, mempersatukan umat, menggunakan manhaj *rabbani* (bersumber dari Allah), fitri (sesuai fitrah manusia), positif, seimbang, dan lurus di jalan Allah.¹²⁵

Faktor yang mempengaruhi proses dakwah seorang dai adalah kredibilitas, ketundukan atau kekuasaan. Kekuasaan, yaitu kemampuan yang menimbulkan ketundukan, karena dengan

¹²³ Aziz, 191.

¹²⁴ Aziz, 199.

¹²⁵ Taufiq Yusuf Al- Wa'iy, *Fiqih Dakwah Ilallah* (Jakarta: Al-I'tishom, 2011), 84.

kekuasaan menyebabkan seorang dai dapat “memaksakan” pesan kepada orang lain. Salah satu di antara kekuasaan adalah keahlian yang berasal dari pengetahuan, pengalaman, keterampilan, dan kemampuan yang dimiliki oleh dai. Maksud keahlian adalah bahwa dai memiliki pengetahuan yang luas tentang apa yang disampaikannya dan memiliki pengetahuan serta keterampilan tentang bagaimana menyampaikannya.¹²⁶

Generasi milenial dalam mengakses pengetahuan agama lebih memilih atau memilih membuka mesin pencari di Google, Instagram, Facebook, dan Youtube. Peran para ustaz, kiai, habaib, dan ulama peran telah digantikan oleh media digital untuk menemukan masalah agama. Dalam hal ini, media digital adalah dipandang sebagai wasilah atau sarana dakwah.¹²⁷

Pada tahun 2023, Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 mendominasi dengan jumlah sekitar 74,93 juta jiwa, atau 27,94% populasi. Generasi ini masih berada dalam usia muda hingga remaja awal. Dominasi ini memberikan harapan akan potensi kemajuan dan perubahan di masa depan.

¹²⁶ AS Enjang, “Dakwah Smart: Proses Dakwah Sesuai Dengan Aspek Psikologis *Mad’u*,” *Ilmu Dakwah* 4, no. 12 (2008): 272.

¹²⁷ Agoes Moh. Moefad, Syaifuddin Syaifuddin, and Iklima Sholichati, “Digitizing Religion: Millennial Generation Da’wah Patterns on Social Media,” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 15, no. 2 (2021): 387–406.

Milenial sebagai kelompok yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996, menyusul dengan jumlah sekitar 69,38 juta jiwa. Milenial menjadi penduduk dominan urutan kedua dengan presentase 25,87%

Generasi X yang memiliki kelahiran pada tahun 1965 hingga 1980, mengikuti dengan jumlah sekitar 58,65 juta jiwa. Dalam kelompok usia yang lebih tua, *Baby Boomer* yang lahir antara tahun 1946 hingga 1964 memiliki jumlah sekitar 31,01 juta jiwa.

Post Generasi Z dan *Pre-Boomer*, masing-masing dengan jumlah sekitar 29,17 juta jiwa dan 5,03 juta jiwa.¹²⁸

Generasi milenial memiliki tiga karakter, yaitu *creative*, *confidence*, dan *connected*. Mereka adalah generasi yang memiliki ide dan gagasan kreatif, memiliki rasa percaya diri yang tinggi, dan terhubung satu sama lain. Terdapat sembilan perilaku utama generasi milenial Indonesia, yaitu kecanduan internet, loyalitas rendah, *cashless*, kerja cerdas dan cepat, *multitasking*, suka jalan-jalan, cuek dengan politik, suka berbagi, dan yang terakhir kepemilikan terhadap barang rendah.

¹²⁸ Good Stat, “Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z,” 2023, <https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>.

Generasi milenial memiliki dua model segmen, pertama, *creativity level*, yaitu indikator seberapa kuat generasi milenial memiliki ide dan gagasan yang *out of the box* serta berani mengkomunikasikan gagasan tersebut. Kedua, *connectivity level*, indikator yang menunjukkan seberapa kuat ketergantungan generasi milenial dengan internet dan sosial media. Selain dari sisi *online*, indikator ini juga mengukur tingkat intensi seorang milenial dalam bersosialisasi dengan lingkungan sekitarnya.¹²⁹

Dari dua indikator tersebut, ditemukan bahwa generasi milenial Indonesia bisa dibagi menjadi 5 segmen, yaitu:¹³⁰

1. *Anti-Millennial*

Mereka kurang gaul dan tingkat konsumsi internetnya sangat rendah. Dalam bertindak mereka cenderung suka ketenangan.

2. *Nerd-Millennial*

Mereka adalah milenial yang hidup dalam dunia sendiri. Mereka kreatif tapi kurang gaul, mereka adalah orang yang independen, dan cenderung seenaknya. Konsumsi internet mereka juga relatif rendah.

¹²⁹ Hasanuddin Ali et al., “Indonesia Gen Z And Millenial Report 2020: The Battle Of Our Generation,” *Alvara Strategi Indonesia*, 2020.

¹³⁰ Hasanuddin Ali, “Lima Tipologi Generasi Milenial,” 2017, <https://hasanuddinali.com/2017/08/30/lima-tipologi-generasi-milenial/>.

3. *Alay-Millennial*

Mereka adalah generasi yang mudah berbagai informasi di media sosial dan menngunakan aktif media sosial.

4. *True-Millennial*

Mereka adalah milenial *trendsetter*, *gadget*-nya komplit, tidak pernah bisa lepas dari koneksi internet, bahkan cenderung sudah kecanduan internet. Mereka juga milenial yang inovatif dan sangat percaya diri dan paling siap dalam melakukan perubahan. Mereka inilah milenial sejati.

5. Mass- Millennial

Mereka secara umum adalah *follower* yang baik, konsumsi internetnya menengah dan aktif di internet berdasarkan *personal interest*.

Pada masa pandemi, tahun 2020, dakwah mulai merambah ke ranah digital. Hal ini dibuktikan dengan jumlah *influencer* dan konten kreator di Indonesia mengalami peningkatan. Konten kreator yang terverifikasi di perusahaan media sosial sekitar 2.552 hingga 7.730 akun per bulan, beberapa diantaranya bergerak di bidang dakwah. Mayoritas konten kreator merupakan generasi milenial dan generasi Z. Pada era digital, dakwah menampilkan dai yang berasal dari generasi muda. Penelitian Fahrudin menampilkan bahwa dai muda yang paling disukai adalah dilihat dari aspek

komunikasi, isi dakwah dan kepribadian seperti Hanan Attaki. Latar belakang organisasi masyarakat pada dai tidak menjadi pertimbangan *mad'u* milenial. Tema yang disukai oleh mayoritas generasi milenial antara lain isu kekinian, tema kehidupan, motivasi hidup, pernikahan dan perjodohan, permasalahan milenial, akhirat, pemuda hijrah, penguatan iman, tematik Al-Qur'an, dan lain-lain. Generasi milenial lebih mementingkan *personal branding* seorang dai. *Personal branding* para dai diorbitkan melalui media digital, untuk menginternalisasikan nilai keagamaan bagi generasi milenial.¹³¹ Dai juga harus memiliki kompetensi dalam kualifikasi keilmuan, perilaku dan keahliannya untuk menunjang tugas menyebarluaskan ajaran Islam.¹³²

Dai milenial memiliki preferensi mencari sumber informasi keagamaan melalui platform media digital. Peran ulama tradisional baik dari madrasah atau pondok pesantren sebagai rujukan keagamaan telah bergeser dengan adanya media digital. Dalam hal ini, media digital adalah dipandang sebagai sarana dakwah.¹³³ Dakwah milenial dipandang sebagai fenomena yang terlihat dari

¹³¹ Fahrudin Fahrudin and Mohammad Rindu Fajar Islamy, "Da'i (Muslim Preachers) Idols, Fatwas, and Political Constellations: Empirical Study of Millennial Generation Perspective," *Jurnal Dakwah Risalah* 33, no. 2 (2022): 132.

¹³² Muhammad Choirin, "The Perception of Indonesian Millenial on Da'i: Knowledge , Presentation , and Performance," *Afakaruna* 19, no. 1 (2023).

¹³³ Moefad, Syaifuddin, and Sholichati, "Digitizing Religion: Millenial Generation Da'wah Patterns on Social Media."

aktivitas sehari-hari, kebiasaan, ketergantungan generasi muda baik milenial atau generasi Z terhadap internet, karakter individu, egoisme, narsisme, eksistensi, kerentanan mental dan lain sebagainya. Ketergantungan masyarakat terhadap kecanggihan teknologi, informasi, dan transformasi dipandang sebagai media atau alat untuk memperlancar aktivitasnya. Generasi millenial sangat terbuka dengan teknologi dan sesuatu yang baru yang memadukan digital, modern seperti kepemilikan smartphone dengan segala fitur terkini yang ditawarkan, baik itu facebook, youtube, twiter, instagram, whatsapp, dan lain sebagainya merupakan media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Pendekatan keagamaan atau dakwah kepada generasi milenial juga harus dilakukan melalui penggunaan media komunikasi karena sebagian besar penggunanya adalah kaum milenial. Dakwah melalui pemanfaatan media komunikasi dan teknologi akan lebih mudah mencapai sasaran.

Para dai milenial memanfaatkan kesempatan untuk menyampaikan pesan dakwahnya melalui media digital. Keterbukaan dalam media digital ini mendorong percepatan proses lahirnya dai dengan pemikiran dakwah progresif dan kontemporer. Dai di media digital atau dai baru dapat berasal dari latar belakang pesantren atau pendidikan umum, dan tidak harus seorang kiai atau ulama. Dai baru memiliki akses yang jauh dan luas dalam

penggalian informasi dan sumber pemikiran keagamaan. Hadirnya dai baru memberikan harapan adanya perubahan baru dan kritik timbal balik yang konstruktif bagi masyarakat sehingga menjadi mereka menjadi jenis baru dari otoritas keagamaan.¹³⁴

Dai terdiri dari berbagai klasifikasi usia dan generasi untuk memudahkan dilihat secara aspek psikologis, sosiologis dan problematikanya. Generasi pertama disebut dengan *builders* (1925-1945). Kedua adalah *baby boomers* (1946-1964). Ketiga adalah *generation X* (1965-1979). Keempat yaitu *millennials* (1980-1994). Kelima adalah *generation Z* (1995-2009) dan keenam adalah *generation alpha* (2010-2024).¹³⁵

Berbeda dengan kategorisasi dari Pew Research Center, bahwa milenial adalah individu yang lahir antara tahun 1981 dan 1997. Dua generasi yang mendahului milenial adalah Generasi X, yang menggambarkan individu yang lahir antara tahun 1965 dan 1980, dan *baby boomer*, yang merupakan individu yang lahir antara tahun 1946 dan 1964. Kelompok yang lebih tua adalah *silent generation*, yang menggambarkan individu yang lahir antara tahun 1928 dan 1945 dan *greatest generation*, yang

¹³⁴ Jinan, “Intervensi New Media Dan Impersonalisasi Otoritas Keagamaan Di Indonesia.”

¹³⁵ Mark McCrindle, *Generation Alpha* (Australia: Hachette Australia, 2023).

menggambarkan individu yang lahir antara tahun 1915 dan 1928.¹³⁶

Milenial atau disebut dengan *digital native* merupakan orang-orang yang terhubung secara *online* dengan teknologi digital. Pada era milenial, berkembang perusahaan sosial media. Dai milenial menjadi salah satu jenis baru otoritas keagamaan Islam, yang menyuarakan atas nama Islam progresif sesuai dengan pemahamannya. ¹³⁷

E. Karakteristik Dai Milenial

Milenial memiliki karakteristik seperti percaya diri, berani mengemukakan pendapat, dan tidak sungkan berdebat di depan publik, kreatif, mampu mengkomunikasikan ide dan gagasan, *connected* atau pribadi yang mampu bersosialisasi dalam komunitas. Generasi milenial sulit untuk menyesuaikan diri dengan metode tradisional dalam penyampaian ilmu pengetahuan Islam dan sedang mencari cara baru untuk menyesuaikan hukum Islam dengan kehidupan sehari-hari. ¹³⁸ Milenial menggunakan

¹³⁶ Christopher J Kurz, Geng Li, and Daniel J Vine, *Are Millennials Different?*, *Handbook of US Consumer Economics* (Washington DC: Finance and Economics Discussion Series Divisions of Research & Statistics and Monetary Affairs Federal Reserve Board, 2019), 196.

¹³⁷ Jinan, “Intervensi New Media Dan Impersonalisasi Otoritas Keagamaan Di Indonesia.”

¹³⁸ Fealy and White, *Ustadz Seleb : Bisnis Moral & Fatwa Online*.

situs *online* dalam proses pencarian informasi. Mereka sedikit mengevaluasi kualitas atau validitas informasi yang dikumpulkan. Penelitian menunjukkan bahwa perilaku pencarian informasi generasi milenial dapat dikatakan bermasalah karena kurangnya pertimbangan yang matang dalam mencerna informasi. Dengan kata lain, generasi milenial dapat dengan mudah mencerna informasi tanpa melakukan verifikasi dengan baik. Berkembangnya literatur Islam *online* baik dalam bentuk buku elektronik (*e-book*) maupun berbagai ilmu agama lainnya yang tersedia secara *online*, baik melalui *website* yang dicari melalui mesin pencari Google maupun yang disebarluaskan melalui media sosial telah memungkinkan akses yang tidak terbatas terhadap berbagai sumber ilmu. Islam oleh generasi milenial. Alhasil, perkembangan ide-ide Islam juga menyebar secara *online*. Literatur Islamisme disebarluaskan secara *online* oleh sekelompok aktivis Islamisme, baik untuk menyampaikan pendapat terhadap suatu isu maupun sebagai wahana mobilisasi massa.¹³⁹

Otoritas dai milenial bergantung pada popularitas dan memerlukan kapitalisme bahasa melalui media sosial. Berbeda dengan otoritas dai tradisional yang didapatkan dari kedalaman

¹³⁹ N Nurdin, “Impact of Internet Development on Muslim Interaction with Islam,” *ICISS* 1 (2022): 7–15.

ilmu agama, perilaku, dan akhlak yang bisa dijadikan panutan dalam kehidupan sehari hari. Para dai milenial dapat berinteraksi langsung dalam media sosial dengan pengikutnya, sehingga hal ini membuat dakwah menjadi milik siapa saja, tidak hanya dimiliki seseorang yang memiliki pengetahuan agama. Berdasarkan konten dakwah yang dihasilkan oleh dai milenial, isu yang diangkat tidak hanya berkaitan dengan agama, namun juga ranah sekuler. Dakwah disekularisasikan sehingga tidak menjadi sakral. Ketidaksaralan ini, maka dakwah menimbulkan kemarahan bagi yang tidak menyukainya. Dakwah tidak menimbulkan ketenangan seperti yang diharapkan oleh Al-Qur'an dan Hadis. Dakwah dapat dihubungkan dengan permasalahan politik, ekonomi, dan lain-lain. Bahkan dakwah dimanipulasi untuk kepentingan yang tidak diketahui sehingga menghasilkan *hoax* atau berita bohong. Maraknya media sosial, menyebabkan semua bisa menjadi dai. Hal inilah yang disebut demokratisasi dai dalam dakwah Indonesia. Dengan latar belakang pendidikan manapun, memiliki kemampuan komunikasi yang baik dan aktif dalam media sosial.¹⁴⁰

¹⁴⁰ I Rosidi, "A Contest of Being More Religious: The Muslim Millennial Preachers in the Contemporary Indonesia," in *International Conference on Islam and Muslim Societies (ICONIS)*, ed. Roko Patria Jati (Salatiga: Pascasarjana IAIN Salatiga, 2018), 48–59.

Berdasarkan pemaparan diatas bahwa dai milenial adalah seseorang yang menyerukan ajaran Islam dengan rentang usia lahir antara tahun 1981 dan 1997. Memiliki karakteristik *digital native*, yaitu orang-orang yang terhubung dan atau dekat secara *online* dengan teknologi digital.

F. Kriteria Otoritas Keagamaan pada Dai Milenial

Milenial adalah generasi yang berhubungan erat dengan globalisasi dan perkembangan teknologi. Mereka memiliki karakteristik pemikir kritis, terbuka dan cepat dalam menerima informasi. Generasi milenial lebih menyukai isu tema dakwah kekinian seperti tema kehidupan, motivasi hidup, pernikahan dan perjodohan, hijrah, penguatan iman dan tematik Al-Qur'an. Milenial juga berkaitan erat dengan kepopuleran dalam sosial media, sehingga dalam memilih dai mereka cenderung mengikuti dai yang memiliki konsep *personal branding* dibalut dengan gaya komunikasi yang baik di media sosial.¹⁴¹

“Dai milenial yang mungkin salah satu yang mendukung itu karena perkembangan dunia digital sih dan wajar menurut saya pemuda itu seharusnya kritis ya, bisa bersuara.”

Hal ini dikuatkan dengan pendapat Luthfie sebagai pengisi kajian di Insani Undip, bahwa dai milenial adalah orang yang

¹⁴¹ Fahrudin and Islamy, “Da’i (Muslim Preachers) Idols, Fatwas, and Political Constellations: Empirical Study of Millennial Generation Perspective.”

menyampaikan pesan keagamaan disertai tanggap dengan dunia digital dan berpikir kritis. Sepakat dengan Luthfie, Muhammad Sokheh sebagai dai dari kalangan cendekiawan muslim memaparkan bahwa da'i milenial adalah seseorang yang berusia 40 tahun kebawah namun memiliki komitmen menyampaikan pesan keagamaan.

“Dai itu istilahnya seseorang yang punya komitmen, jelas rekam jejaknya, aktivitasnya jelas dalam rangka menyeru dalam rangka kebaikan, menyeru manusia, menyeru mahasiswa, menyeru mahasiswa dengan berbagai wasilah menuju Allah, intinya kan kesana semua menuju kepada Allah. Kalau kategori milenial berarti kategori berdasarkan usia, usia dari Dai itu sendiri, jadi usia-usia yang menyentuh usia-usia milenial di generasi Z ya, Z dan seterusnya itu generasi yang 40 kebawah kurang lebihnya, itu pertama, atau bisa juga Dai yang mengambil segmen sasaran dakwahnya itu kalangan milenial ya, jadi kalangan milineal kalangan generasi Z, kalangan remaja pemuda yang saat ini sudah terinternalisasi dengan dunia digital dan seterusnya, mungkin seperti itu kalau gambaran saya tentang dai milenial.”

Muhammad Sokheh juga menambahkan bahwa dai milenial juga harus mampu merangkul segmentasi *mad'u* di kalangan usia milenial dan kalangan generasi Z. Penguasaan dai terhadap segemnetasi *mad'u* milenial juga ditegaskan oleh Miftahul Huda.

“Dai yang memang menyesuaikan dengan masa yang terjadi saat ini, kalau memang disebut milenial itu berarti

kan penamaan memang dai yang *concern* menangani generasi-generasi yang saat ini disebut milenial.”

Ahmi Rifqi Hudaya sebagai dai muda dari kampus juga sepakat bahwa dai milenial lebih ditekankan pada usia-nya, karena berkaitan dengan materi kekinian yang akan disampaikan.

“Milenial itu lebih ke usia nya kayak range usia yang lebih pas milenial itu sedangkan kalau dai berarti orang yang dia itu speak up untuk menyampaikan yang dia ketahui.”

Sama halnya dengan informan diatas, Alfian Yusuf juga menyebutkan bahwa dai milenial adalah seseorang yang berdakwah dengan range usia diantara 1981 hingga batasan usia generasi Z serta mampu berbaur dengan generasi muda.

“Dai yang lahir pada tahun 1981 sampai dengan Gen Z asalkan mereka memiliki keinginan untuk mendakwahkan islam, menyebarkan islam, dan muatan yang mereka sampaikan itu benar saya pikir mereka juga bisa masuk ke kategori itu. Yang dimaksud milenial itu bisa jadi konotasinya adalah dai muda, dai gaul gitu kan, dai yang bisa berbaur dengan anak – anak muda.”

Fakhruddin Aziz sebagai dai dari cendekiawan muda muslim menambahkan bahwa dai milenial harus memiliki kemampuan merespon permasalahan sesuai zamannya dengan disertai pengetahuan agama yang komprehensif dan proporsional. Bagi Fakhruddin Aziz, dai milenial bukanlah perihal usia seorang dai melainkan mau menangkap realitas sosiologis saat ini.

“Dai yang mampu merespon realitas di era milenial ini, artinya bisa jadi dia ini stok lama tetapi dia mampu menangkap bahwa ‘oh realitas sosiologis itu begini’ maka agama harus relevan dengan segala ruang dan waktu menjadi basis motivasi seorang dai untuk bagaimana presepsi agama yang bersesuaian dengan konteksnya. Itu kalau saya maknai begitu, sehingga kalau pertanyaannya bagaimana ya itu tadi dai milenial dengan pengertian yang saya tawarkan tadi harus memiliki fungsi dan posisi penting agar masyarakat bisa mendapatkan edukasi keagamaan yang proposisional.”

Berbeda dengan Fakhruddin Aziz, Tajuddin Arafat sebagai dai dari kalangan cendekiawan sekaligus pendakwah dari Santrendelik menegaskan bahwa dai milenial tidak hanya pendakwah yang menggunakan platform media digital untuk berdakwah, melainkan harus memiliki *branding image* yang khas.

“Dai milenial harus memiliki *branding image* bagus, tidak menjadikan agama sebagai komersialisasi”

Tajuddin Arafat mengkhawatirkan hadirnya dai milenial mengancam kehadiran agama yang dikomersialisasi sehingga sebagai *mad'u* atau *audiens* diharapkan memiliki kemampuan literasi yang baik.

Komerisialisasi dakwah merupakan hubungan antara perdagangan Islam dan eskresi Islam yang mempengaruhi gama, moralitas, otoritas, nilai dan ideologi. Komersialisasi dakwah sendiri sudah terjadi di berbagai media, diantaranya terjadi pada

industri televisi yang memproduksi sinteron Islam. Produser sinteron melakukan konsultasi kepada ulama selebritis tentang kesesuaian jalan cerita sinetron dengan Al-Qur'an dan Hadis, sehingga tanpa sadar para dai selebritis ini mengkomersalkan dakwah dengan membebani biaya untuk khutbah mereka.¹⁴² Selain sinteron, jasa para dai selebritis juga membangun bisnis dengan memanfaatkan *branding*-nya sebagai pendakwah. Dai selebritis juga tampil menceritakan pengalaman pertobatan spiritual mereka sebagai daya tarik dai. Cerita seperti ini kemudian beredar luas dan menjadi dasar bagi para penceramah untuk dipercaya sebagai pemegang otoritas keagamaan walaupun tidak memiliki kualifikasi pendidikan keagamaan. Di Indonesia, bentuk otoritas keagamaan menemukan tempatnya di pasar industri *self-help* Islam yang sedang berkembang. Watson mengamati, gejala yang berati dalam pembelian buku adalah popularitas buku *self help* yang menawarkan nasihat untuk masalah kekeluargaan dan perkembangan karir profesional.¹⁴³ Dalam ranah media digital, sudah dicontohkan seperti program “Menata Hati” milik pendakwah muda Hilman Fauzi dengan menampilkan audiens yang berkonsultasi permasalahannya dan program “Sharing Time” yang

¹⁴² Inaya Rakhmani, “The Commercialization of Da’wah: Understanding Indonesian Sinetron and Their Portrayal of Islam,” *International Communication Gazette* 76, no. 4–5 (2014): 340–59.

¹⁴³ Fealy and White, *Ustadz Seleb : Bisnis Moral & Fatwa Online*.

digagas oleh Hanan Attaki. Semakin tinggi minat audiens yang kebanyakan adalah wanita, maka semakin dianggap pendakwah muda pemilik program ini sebagai pemegang otoritas keagamaan.

Berdasarkan pemaparan informan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa dai milenial adalah seseorang dengan rentang kelahiran tahun 1981 hingga 1997 yang menyebarkan pesan keagamaan sesuai dengan perkembangan teknologi digital, berpikir kritis dan dapat merangkul *mad'u* milenial dan generasi Z yang juga tanggap teknologi digital.

Dai yang tanggap akan perkembangan zaman semakin dibutuhkan karean pada era digital saat ini, dakwah mengalami kompleksitas terkait permasalahan kehidupan manusia. Sebagai sebuah agama, Islam memberikan solusi terhadap permasalahan yang dihadapi umatnya. Salah satu solusi permasalahan umat Islam adalah bergantung pada peran para dai. Ini tentang sejauh mana wawasan dai dalam melihat realitas sosial. Hasilnya, dai mampu memahami peta dakwah terkait permasalahan, budaya, dan karakter yang beragam. Dalam permasalahan yang begitu kompleks, seorang dai harus mampu berperan konstruktif dalam masyarakat dengan mempertimbangkan sifat sosio-historis suatu masyarakat. Untuk itu, dai harus dipersiapkan dengan baik. Penelitian terkait profesionalisme dai yang dilakukan Risdiana mengkaji proses pengembangan peran dai agar dapat tampil maksimal dengan lima

kriteria. Kelima kriteria tersebut adalah sebagai komunikator, konselor, pemecah masalah, manajer, dan wirausaha. Seorang pendakwah yang profesional setidaknya harus memenuhi lima kriteria, yaitu: 1) Pendakwah sebagai komunikator harus memiliki kemampuan retorika, pengetahuan dasar psikologi individu dan sosial, serta kemampuan memanfaatkan media untuk kegiatan dakwah. 2) Dai sebagai penyuluhan harus mampu membina dan mendampingi masyarakat, mengislamkan, membina organisasi sosial keagamaan, dan generasi muda. 3) Dai sebagai *problem solver* harus mampu memperkaya data berbagai macam permasalahan dakwah, memahami setting sosial, membaur, dan berkolaborasi dengan organisasi sosial keagamaan. 4) Dai sebagai pengelola harus mampu memimpin diri, menjadi motivator umat, mengelola dan menyelenggarakan kegiatan dakwah, dan 5) Dai sebagai wirausaha pantang menyerah, dan siap bekerja keras.¹⁴⁴

Untuk menggali lebih dalam tentang kriteria dai yang memiliki otoritas dalam berdakwah, ditemukan beberapa kriteria yang dipaparkan oleh dai di komunitas dakwah Kota Semarang:

¹⁴⁴ Toni Hartono, Masduki Masduki, and Pipir Romadi, “The Da’i (Muslim Preachers) and Social Change Challenges: A Study of Da’i Professionalism In Dumai, Riau,” *Afkaruna* 16, no. 1 (2020): 58–82.

1. Dai yang Memiliki Pemahaman Agama

Alfian Yusuf selaku dai dari komunitas Dawwam Sahabat Hijrah menjelaskan bahwa dai yang memiliki otoritas dalam berdakwah, harus memiliki pemahaman agama yang baik. Pemahaman agama meliputi akidah yang lurus, mampu membaca dan menafsirkan Al-Qur'an dengan benar dengan sumber para ulama ahli kitab tafsir.

"Kriteria, ya jelas yang pertama pondasi awal adalah memiliki akidah yang lurus. Kedua, bisa membaca Al-Qur'an dengan tahsin yang benar. Kemudian yang ketiga ketika dia menjelaskan tentang ayat dia harus bersumber pada tafsir yang itu menjadi referensi kaum muslimin. Tafsir – tafsir yang *mu'tabar*-lah kayak Ibnu Katsir, kemudian tafsir Jalalain dan lainnya lah yang itu menjadi referensi kaum muslimin dan memang sudah terpercaya. Kemudian selanjutnya juga ketika berpendapat itu merujuk pada pemahaman ulama – ulama terpercaya."

Dakwah diharapkan mampu mengubah *mad'u* meliputi pengetahuan, pemahaman, sikap, dan perbuatan mengenai akidah, ibadah, *muamalah*, dan akhlak. Dai sebagai agen perubahan memberikan landasan filosofis bagi eksistensi diri dalam dimensi individu, keluarga, dan sosial budaya. Ditambah lagi, semakin meningkatnya penggunaan media baru, para dai baru harusnya mempunyai implikasi positif terhadap peningkatan pemahaman di kalangan umat Islam. Untuk mewujudkan hal tersebut, perlu adanya dukungan terhadap langkah-langkah dakwah yang memotivasi dan mengembangkan *mad'u* (objek dakwah) pada

tingkat yang lebih mapan khususnya dari segi keilmuan agama.¹⁴⁵ Hal ini juga selaras disampaikan oleh Miftahudin yang juga dai dari komunitas Dawwam Sahabat Hijrah.

“Seorang dai memiliki standar ilmu terkait dengan pemahaman pendalaman terkait dengan ilmu-ilmu agama, mengingat ilmu agamanya tidak hanya sekedar dia memahami perkara wajib dan sunah, cuman dia juga dituntut untuk memahami apa ya menyesuaikan dengan keadaan yang ada.”

Perkembangan teknologi informasi mengakibatkan masyarakat mengalami fenomena modernisme. Masyarakat modern memiliki pemahaman agama yang sekuler, bahkan dakwah pada masyarakat modern dihadapkan pada tantangan sekelompok misionaris yang mendoktrin kelompok marjinal melalui bantuan keuangan dan pendidikan. Kondisi ini yang menuntut dai untuk beradaptasi dan inovatif terhadap perubahan sosial.¹⁴⁶ Hal senada juga diungkapkan oleh Luthfie sebagai dai dari Insani Undip bahwa dai harus memiliki ilmu ketauhidan yang baik.

“Menurut saya minimal banget ya orang – orang itu pernah mendapatkan pembekalan, minimal banget dia paham tentang dasar – dasar keislaman sih salah satunya Tauhid.”

¹⁴⁵ Hartono, Masduki, and Romadi.

¹⁴⁶ Awaludin Pimay and Fania Mutiara Savitri, “Dinamika Dakwah Islam Di Era Modern,” *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 1 (2021): 43–55.

Dai yang memiliki nilai tauhid, menjadikan dai untuk melakukan gerakan dakwah secara profesional. Sikap tauhid akan berpengaruh positif terhadap pembentukan nilai pribadi yang positif. Muhammad Sokheh sebagai dai cendekiawan pula menambahkan bahwa dai tidak hanya menguasai ilmu akidah dan kitab suci, melainkan juga memahami hukum, sejarah dan budaya Islam.

“Pertama secara keilmuan, itu memiliki kapasitas ilmu, dalam hal ini ilmu-ilmu dasar dalam hal dakwah dan juga kalau dalam ke-Islaman ilmu-ilmu dalam tahap lanjut, bagaimana tentang Al-Qur'an, kapasitas dia dalam membaca Al-Qur'an, kemampuan dia belum sampai ke mufasir ya tapi dia memahami bagaimana *asbabun nuzul*-nya, termasuk juga Hadis-nya. Kemudian termasuk juga ilmu-ilmu lain dalam hal fikih, konteks sejarah, budaya Islam.”

Pada era teknologi modern ini, ilmu mengalami perkembangan, sehingga bersifat multidisipliner dan komplementer. Ilmu agama yang dijadikan dai sebagai sumber utama, dapat diperkuat dengan keilmuan umum lainnya yang dikontekstualisasikan dengan ilmu keislaman.¹⁴⁷

Berdasarkan pernyataan informan diatas, bahwasanya pendakwah seharusnya menguasai: Pertama, disiplin ilmu yang menjadi sumber pelaksanaan dakwah yaitu Al-Qur'an dan Hadis.

¹⁴⁷ Abdul Basit, “Dakwah Cerdas Di Era Modern” 03, no. 01 (2013): 2088–6314.

Kedua, pesan yang akan disampaikan. Ketiga, pengetahuan tentang karakteristik *mad'u*. Keempat, pengetahuan tentang metode dakwah. Kelima, pengetahuan penggunaan media dan teknologi. Keenam, penilaian dan mampu merencanakan, memimpin, guna kelancaran proses dakwah. Pendakwah dengan pemahaman agama yang baik memiliki kapasitas pengetahuan agama yang memadai, baik tentang tafsir, Hadis, tauhid, fikih dan akhlak dan tasawuf. Pendakwah juga diharapkan memiliki kompetensi intelektual dalam bidang ilmu yang berkaitan dengan ilmu dakwah seperti psikologi dakwah, metode dakwah, sejarah dakwah dan sebagainya.¹⁴⁸

2. Dai yang Memiliki Kemampuan sebagai Mediator

Dai memiliki peran sebagai mediator bagi perubahan sosial melalui aktivitas pemberdayaan umat, seperti advokasi terhadap pelanggaran hak rakyat oleh negara.¹⁴⁹ Hal ini juga disampaikan oleh Miftahul Huda bahwa dai diharuskan memiliki kemampuan *problem solving* di masyarakat.

“Kedua, dai punya cara untuk menyelesaikan dan mendamaikan permasalahan umat.”

¹⁴⁸ Kamaluddin, “Kompetensi Da’i Profesional,” *Hikmah* 2, no. 01 (2015): 104–24.

¹⁴⁹ Yusuf MY, “Da’i Dan Perubahan Sosial Masyarakat,” *Jurnal Al-Ijtimaiyyah* 1, no. 1 (2015): 51–63.

Dai harus memiliki kompetensi yang memadai untuk mencapai tujuan dakwah. Kompetensi yang dimaksud adalah kompetensi substantif yang meliputi pengetahuan, pemahaman, penghayatan, dan pengamalan ajaran agama sehingga dapat menjadi contoh nyata bagi umatnya pengikut. Dai juga harus mempunyai kompetensi metodologis yang berkaitan dengan kondisi dakwah dengan aspek metodologis, seperti mampu mengidentifikasi dakwah permasalahan yang dihadapi, mampu mencari dan memperoleh informasi tentang objek dakwah dan kondisi lingkungan hidup, dan mampu merencanakan langkah-langkah kegiatan dakwah yang sesuai dengan kondisi masalah yang dihadapi.¹⁵⁰

Dai sebagai mediator memiliki beberapa indikator yaitu pertama, indikator utama meliputi netralitas, objektivitas, komunikasi efektif, empati dan profesionalisme. Kedua, indikator keterampilan yaitu analisis konflik, pengembangan strategi, manajemen emosi, komunikasi non verbal dan fleksibilitas. Ketiga, indikator pribadi yaitu dai yang memiliki integritas dan kejujuran, sabar dan tekun, kemandirian dan kebebasan dari prasangka, kesabaran dan ketenangan, kemampuan mengelola stres. Keempat, indikator evaluasi dimana dai memiliki efektifitas penyelesaian

¹⁵⁰ Fasha Umh Rizky and Alan Surya, “Become a Professional Da’i in the Era of Digital Revolution,” *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Mu’amalah* 9 (2021): 8–18.

konflik, kepuasaan pihak yang terlibat, waktu penyelesaian konflik, kualitas komunikasi, kemampuan mengembangkan hubungan positif. Kelima, indikator etika dimana dai memiliki sifat menjaga kerahasiaan, keterbukaan, kesetaraan, keadilan, dan menghormati hak dan kepentingan pihak-pihak.¹⁵¹

3. Dai Memiliki Pendekatan Dakwah Transformatif

Pendekatan dakwah diperlukan untuk menentukan efektifitas pelaksanaan dakwah. Seorang dai tidak hanya menguasai materi, namun juga memiliki kemampuan dalam metode penyajian dakwah. Dai harus mampu memahami kenyataan lapangan. Suatu pesan dakwah dapat dipahami tergantung pada keadaan si penerima pesan. Tingkat pendidikan, tingkat pengetahuan agama yang dimiliki pendengar dan tingkat ketaaatan beragama, adat istiadat di suatu daerah adalah beberapa hal yang harus dipelajari sebelum kegiatan dakwah dilakukan.¹⁵²

“Kapasitas yang berkaitan dengan dakwah, dalam hal ini adalah metode pendekatannya. Karena sasarannya orang-orang yang punya konteks masing-masing, punya latar belakang berbeda. Selain itu juga dibutuhkan *skill* komunikasi, dan pengetahuan adat istiadat masyarakat. Dai juga harus memahami kondisi psikologis segmen-semen dakwahnya, maka mengenai psikologi, pengetahuan

¹⁵¹ Anizar Rahayu, *Psikologi Konseling: Teori Dan Praktik* (Bogor: Mitra Wacana Media, 2022).

¹⁵² Djamaludin Ancok and Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1994), 46.

mengenai psikologi ya, kemudian kepribadian, mengenai tren, terus kondisi-kondisi kekinian, dakwah-dakwah kontemporer, isu terkini.”

Terdapat beberapa pendekatan dalam dakwah diantaranya adalah dakwah struktural, dakwah kultural, dakwah lintas agama, dakwah kontemporer, dan dakwah transformatif. Muhammad Sokheh menjelaskan bahwa dai harus memahami latar belakang *mad'u*, mampu menyajikan materi dengan baik dan mengangkat isu kontemporer. Hal ini termasuk pendekatan dakwah transformatif. Pendekatan dakwah transformatif memasukkan pesan keagamaan dalam kehidupan nyata masyarakat dengan cara melakukan pendampingan langsung untuk mengatasi masalah seperti isu korupsi, lingkungan hidup, ketimpangan gender, dan konflik antar agama.

Dakwah transformatif harus memenuhi lima indikator. Pertama, dari aspek materi dakwah, terjadi perubahan dari materi ubudiyah ke materi sosial. Kedua, dari aspek metodologis terjadi perubahan, dari model monolog ke dialog. Ketiga, menggunakan institusi yang bisa diajak bersama dalam aksi. Keempat, ada wujud perhatian kepada kelompok *mustaz'afin*. Kelima, para dai melakukan advokasi dan pengorganisasian masyarakat terhadap

suatu kasus yang terjadi di daerahnya agar nasib para petani, nelayan, buruh, dan kaum tertindas lainnya didampingi.¹⁵³

4. Dai Memiliki Kematangan Emosional dan Sosiologis

Kegiatan dakwah dapat berlangsung lancar dan berhasil baik maka diperlukan pengetahuan tentang psikologi dakwah. Kegiatan dakwah pada dasarnya adalah kegiatan penyampaian informasi dari seseorang kepada orang lainnya, maka perlu dikaji faktor apa saja yang merupakan penghambat dan pelancar kegiatan transformasi informasi. Hal ini dipaparkan oleh Aziz sebaagai dai cendekiawan dari Santrendelik.

“Kunci yang pertama adalah kematangan emosional, dan kematangan sosiologis ‘*bil hikmati*’. Kedua adalah *wal-mau iżatil-hasanati*. Dia memiliki hasanah yang komprehensif. Maka syarat yang kedua bagi saya seorang Dai itu dia harus punya kekayaan literasi, punya kekuatan hasanah. Ketiga adalah *wa jādil-hum billatī hiya ahsan*, dia harus punya kemampuan retorika yang baik.”

Dai yang berotoritas memiliki kebijaksanaan metodologis, kematangan psikologis dan penguasaan antropologis sosiologis. Dai harus memiliki khazanah keilmuan yang komprehensif, literasi media, kematangan emosional, dan memiliki retorika yang baik.

¹⁵³ Mudzhira Nur Amrullah, “Dakwah Dalam Al-Qur’ān: Sebuah Pijakan Pengembangan Metode Dakwah Kontemporer,” *Studia Quranika* 5, no. 2 (2021): 159.

Dengan bekal tersebut, dai dapat melahirkan otoritas keagamaan baru saat ini.

Pokok pandangan psikologi mengenai dakwah Islam, yaitu: Pertama, dakwah harus dilakukan dengan hikmah, dengan kata-kata yang baik serta argumentasi yang baik. Kedua, harus bersabar dan optimis dalam berdakwah, serta memiliki sikap mental positif. Perilaku dakwah tidak semata hanya penyampaian dakwah dalam wujud perkataan, tetapi juga dalam wujud perbuatan (dakwah *bil hal*). Ciri lain yang penting adalah keahlian. Keahlian adalah pengetahuan yang luas tentang apa yang didakwahkan. Semakin paham dai tentang masalah keagamaan, maka *mad'u* semakin percaya dengan apa yang dai sampaikan. Perpaduan antara keulamaan dan keintelektualan diperlukan untuk menghadapi perubahan sosial akibat modernisasi dan industrilisasi. Perpaduan ini penting agar dai mendapatkan kepercayaan masyarakat. Hal yang perlu diperhatikan dai adalah penampilan dan popularitas dalam hal positif. Keduanya dapat menarik perhatian *mad'u*.¹⁵⁴

Dai untuk mencapai keberhasilan dalam berdakwah harus memiliki kematangan emosional dalam beragama. Dai seperti ini dicirikan dengan memiliki kemampuan untuk melakukan diferensiasi atau penjabaran dan pembedaan ajaran agama, mampu

¹⁵⁴ Ancok and Suroso, *Psikologi Islami*, 44.

menerima agama dan kepercayaan yang dianutnya secara kritis dan menempatkan rasio sebagai salah satu bagian dari kehidupan beragamanya. Kedua, memiliki perilaku hidup yang dapat dikendalikan oleh agama. Ketiga, dai yang konsisten dan bertanggung jawab dalam mengerjakan perintah agama.¹⁵⁵ Pada aspek kematangan sosiologis, terdapat beberapa indikator, diantaranya dai memiliki keterampilan dan kesadaran sosial, kemampuan komunikasi *interpersonal*, kesesuaian perilaku, mampu memecahkan masalah sosial, memiliki tanggung jawab sosial, dan keterampilan akademis. Kematangan sosial membantu Manusia untuk menjalani cara hidup yang sesuai secara sosial dan membantu mereka untuk membimbing diri mereka sendiri tentang apa yang harus dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan.¹⁵⁶

5. Dai memiliki Sanad Keilmuan dari Segi Tradisionalitas Intelektual, Literasi Akurat dan Kreatifitas

Aspek terakhir tentang kriteria otoritas keagamaan adalah dai yang memiliki sanad keilmuan yang jelas. Salah satu lembaga dengan pemegang tradisi kesanadan secara utuh adalah pesantren. Pesantren membentuk masyarakat melek huruf dan melek budaya. pesantren pada awal berdirinya memantapkan dirinya sebagai

¹⁵⁵ Ahmad Saifuddin, *Psikologi Agama: Implementasi Psikologi Untuk Memahami Perilaku Beragama* (Jakarta: Kencana, 2019).

¹⁵⁶ Archana Kumari Anand and Jaya Bharti, “Social Maturity: Key of Well-Being,” *GIS Science Journal* 8, no. 3 (2021): 862–67.

perkumpulan *literate*, yaitu perkumpulan yang mempunyai keterampilan mengakses informasi (ilmu) dari literatur Islam (buku-buku masa lalu yang berbahasa asing, yaitu Arab) untuk dijadikan kemudian melakukan seleksi, analisis kritis, menemukan dan melahirkan konsep-konsep baru serta menjelaskan informasi yang dipelajari dalam bentuk karya ilmiah yang sistematis seperti buku, artikel, majalah, dan lain-lain. Ringkasnya, para intelektual pesantren selama ini mempunyai budaya mempelajari ilmu pengetahuan dari sumber yang otoritatif, dan untuk selanjutnya para intelektual pesantren memproduksi khazanah tersebut ke dalam konsep-konsep baru dan mencatatnya dalam buku tersendiri. Hal ini bisa dibuktikan dengan mengingat nama-nama beberapa intelektual ternama yang lahir di pesantren, seperti Syekh Nawawi al-Bantani, Syekh Mahfudz Termas, dan Syekh Khalil Madura, KH. Hasyim Asy'ari Jombang, KH. Raden Asnawi Kudus dan masih banyak lagi ulama dan ulama lainnya. Selain mendidik peserta didik dan membimbing masyarakat umum, mereka juga menulis buku-buku ilmiah sesuai spesifikasi bidangnya masing-masing.

“Pertama guru yang bisa membuka kita, *futūh*. Kalau dari aspek itu, tradisional atau membuat sanad keilmuan menjadi mutlak dalam proses transfer pengetahuan. Dalam Al-Qur'an itukan “Allah tidak akan mengutus Rosul kecuali dengan lisan kaumnya”. Tradisionalitas, intelektual dengan tradisi syarat ilmu itu bagi saya mutlak. Kedua itu, literasi yang akurat. Ora

asal, penyakit orang dai adalah asal celemoh. *Kutubunsiha* kalau saya terjemahkan itu adalah dai itu harus memiliki referensi yang akurat yang otoritatif. Ketiga ini, krearifitas dai, akhlulrojah, rojah itu yang kreatif yang selalu ya itu tadi dakwah yang kita bisa mengamas punya para kiai, kita bisa mengemas referensi yang kita gunakan dengan bahasa mereka.”

Penyusunan sanad dari segi tradisionalitas intelektualitas terkait keilmuan diketahui dari ijazah *riwayah*, *dirayah*, ataupun ijazah *tadris wa nasyr* (ijazah guna membimbing). Hal ini bertujuan untuk menjaga tradisi amalan para ulama dengan memaparkan latar belakang keilmuan dari mereka. Oleh karena itu, sanad keilmuan pada pengajar atau dai bersifat krusial, sehingga seorang dai dikatakan memiliki wujud keabsahan dan penguatan otoritas untuk intelektual dai. Selain penguatan otoritas untuk intelektual, sanad memiliki fungsi sebagai suatu ijazah atau legitimasi bagi murid guna memaparkan ilmu yang telah diperolehnya dari seorang pengajar.¹⁵⁷ Salah satu contoh dai milenial yang memiliki sanad keilmuan tradisionalis intelektualis adalah Sheila Hasina, Ahmad Kafabih, Imaz Fatimatuzzahro, Lora Ismael Kholili, Rifqil Suyuthi, Habib Ja’far. Mereka adalah dai muda yang memiliki lebih dari 100.000 pengikut di platform Instagram dan gemar menyebarkan pesan-pesan keagamaan melalui platform mereka. Bahkan Imaz salah satunya dinobatkan sebagai santri milenial inspiratif 2024.

¹⁵⁷ Ririn Inayatul Mahfudloh, “Peran Sanad Keilmuan Dalam Pengembangan Pondok Pesantren,” *Qomaruna* 1, no. 1 (2023): 23–30.

Salah satu unsur yang menjamin keberhasilan dakwah adalah kemampuan dan kecerdasan dai itu sendiri, dan sangat disayangkan umat Islam tidak melihat pentingnya kemampuan dan keterampilan dalam dakwah. Para pendakwah harus membekali diri dengan penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi yang dikenal dengan istilah literasi teknologi dai. Menurut Didin, seorang pendakwah di era globalisasi ini harus mampu menggunakan berbagai cara dalam memanfaatkan teknologi asalkan tidak menyimpang dari substansi keislaman. Kemampuan ini berkaitan dengan keterampilan literasi dasar, seperti belajar komunikasi, menganalisis, dan memecahkan masalah. Melalui kompetensi dasar tersebut, seorang dai harus: pertama, mengkomunikasikan dialog antara pengirim dan penerima informasi, seperti berdiskusi dan berbagi. Kedua, menganalisis dan menyaring informasi yang diperoleh dari hasil kegiatan diskusi atau *sharing*. Ketiga, menyelesaikan masalah, berdiskusi dan berbagi secara langsung untuk mendapatkan informasi yang benar untuk menyelesaikan suatu topik masalah.¹⁵⁸

Literasi media memiliki beberapa indikator diantaranya seseorang yang mampu memahami konten media meliputi

¹⁵⁸ Cecep Castrawijaya, “Da’i Technology Literacy in Perspective of the Qur’ān,” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 17, no. 1 (2023): 19–38.

memahami sistem representasi, jenis dan makna yang diproduksi media, mampu memahami dan menerapkan keterampilan dan teknik produksi media, mampu memahami hubungan antara teknologi dan teks media, mampu memahami hubungan antara stereotip dan hierarki kekuasaan, usia, jenis kelamin, ras, pekerjaan, kelas, orientasi seksual dalam konten media, mampu membandingkan hubungan antara konten media dan situasi, karakter dan peristiwa dalam kehidupan nyata dan realitas sosial; mampu untuk menafsirkan makna dan ideologi yang tersirat dalam representasi media; mampu untuk merefleksikan makna khalayak; mampu untuk merefleksikan perilaku media individu; mampu untuk mengenali negosiasi makna antara individu dan teks; mampu untuk mengenali konsep "khalayak" dalam makna komersial teks; mampu untuk mempelajari konsep utama industri periklanan: share/rating dan makna sosial dan budaya periklanan; mampu untuk menganalisis organisasi media; dan mampu untuk memahami pengaruh dan akses media.¹⁵⁹

Tajuddin Arafat menambahkan bahwa dai yang memiliki otoritas keagamaan, selayaknya menjauhkan diri dari sikap komersialisasi agama. Greg Fealy mencantohkan adanya dai sukses

¹⁵⁹ Ping Hung Chen, “Enhancing Competency Indicators of Media Literacy in the Digital Era,” *Contemporary Social Sciences* 32, no. 2 (2023).

yang memiliki perusahaan suvenirnya sendiri yang sering digabungkan dengan barang eceran dan layanan operasi lainnya.

“Dai milenial itu harus memiliki *branding image* bagus, tidak menjadikan agama sebagai komersialisasi”

Nilai pasar para dai ini berada pada otoritas dan daya tarik keagamaan. Mereka dapat meminta bayaran jutaan rupiah setiap kali ceramah. Mereka juga bisa memperoleh pemasukan dengan mengatur acara pengasingan (*retreat*) spiritual, program pendidikan, dan program ziarah. Mereka juga dapat menyokong produk seperti pakaian, makanan, dan buku. Oleh sebab itu, berceramah bisa menjadi komersialisasi dan seorang penceramah sukses membutuhkan manajemen yang profesional.¹⁶⁰

G. Otoritas Keagamaan pada Era Digital

Otoritas keagamaan menanamkan gagasan hierarki, ikatan, dan kesetiaan dalam strukturnya. Otoritas keagamaan sebagai hubungan berbasis kepercayaan yang diberikan kepada para profesional institusional atau pemimpin yang ditunjuk sendiri oleh pengikut mereka atau bertumpu pada sistem pengetahuan yang mampu mendefinisikan kaitannya dengan agama namun, saat ini nilai-nilai keaslian pada otoritas keagamaan terlihat lebih cair dan mudah berubah. Para pemimpin agama harus mencari peluang

¹⁶⁰ Fealy and White, *Ustadz Seleb : Bisnis Moral & Fatwa Online*.

untuk memaparkan pandangan mereka di media. Situasi inilah bagian dari krisis dimana akal, pengetahuan, teknologi, dan rasionalitas birokrasi menggesampingkan pertimbangan agama, spiritual, dan sakral sehingga terjadi polarisasi yang menunjukkan merosotnya otoritas agama. Salah satunya cara untuk mempertahankan otoritas keagamaan yang sudah ada berdasarkan nilai keaslian, spiritual dan sakral adalah melalui inovasi.

Individu yang memiliki kendali atas teknologi komunikasi atas pesan, memberikan kekuatan pada kelompok masyarakat karena secara implisit menyampaikan pengakuan atas legitimasi. Media adalah sarana untuk beradaptasi dengan teknologi unntuk membangun dan memperkuat otoritas namun, beberapa pemimpin agama konservatif, secara implisit lebih menyukai kepemimpinan karismatik dan menganggap media digital sebagai hal yang tidak berguna dan tidak terkendali. Mereka mengkhawatirkan dan meragukan materi teologis yang dibawa ke ranah publik. Ditambah lagi, media digital berusaha menggantikan tokoh agama dengan selebritis sebagai otoritas. Berbeda dengan elit tradisional yang otoritasnya terletak pada pendidikan khusus atau kedekatannya dengan otoritas agama atau karisma agama. Selebritis yang menjadi otoritas agama menggunakan tingkat kepopuleranya, retorika

dalam berbicara di depan publik.¹⁶¹ Otoritas agama sebelum munculnya media digital, dipegang oleh NU, Muhammdiyah dan MUI, dimana ketiganya berusaha beradaptasi dengan dakwah di media digital.

Media digital sekarang banyak dimanfaatkan oleh otoritas agama baru untuk menarik khalayak Islam. Otoritas agama baru yang menggunakan media digital terdiri dari Masyarakat individu dan kolektif. Sebagian besar berasal dari kebangkitan Islam, sebagian berasak dari Islam tradisionalisme dan modernis seperti NU dan Muhammdiyah. Dari kelompok kebangkitan Islam misalnya Hanan Attaki dari Gerakan Shift, Felix Siuaw dari Yuk Ngaji, gerakan salafi dan gerakan hijrah.¹⁶²

Hijrah adalah salah satu doktrin agama Islam yang dipopulerkan oleh ustaz di media sosial. Abdul Karim Abrullah mengartikan hijrah sebagai pergerakan dari menyembah berhala menjadi tunduk kepada Allah. Mustafa Dieb al-Bugha mengartikan hijrah sebagai meninggalkan daerah atau wilayah kafir. Secara umum makna hijrah sering dikaitkan dengan perpindahan Nabi

¹⁶¹ Miriam Diez Bosch and Alba Sabate Gauxachs, “Authority, Religion and Media,” in *The Handbook of Religion and Communication*, ed. Yoel Cohen and Paul A Soukup (Oxford: John Wiley & Sons, Ltd, 2023), 460.

¹⁶² Wahyudi Akmaliah, “Reclaiming Moderate Islam In Nahdalatul Ulama Challenging the Dominant Religious Authority in Digital Platform,” *Journal of Indonesian Islam* 16, no. 1 (2022): 223–48.

Muhammad dan para pengikutnya dari Makkah ke Madinah untuk menyelamatkan diri dari ancaman Kafir Quraisy.

Hijrah menurut wacana Islam kontemporer merupakan gaya hidup populer generasi muda muslim yang ditandai dengan mengubah cara berpakaian menjadi lebih menutupi, menggunakan produk kecantikan yang bermerk Islami, mengenakan celana Panjang tanpa menutupi mata kaki dan memelihara janggut bagi laki-laki, serta bergaul dengan Masyarakat yang baik dalam kondisi hijrah, serta aktif mengkampayekan pesan Islam di media sosial. Narasi yang diwacanakan oleh gerakan hijrah adalah pengalaman pribadi, motivasi Islam, resensi buku dalam bentuk audio visual yang menarik. Dalam hal ini, generasi muda Islam tidak membutuhkan tiga bentuk otoritas keagamaan seperti karisma, legalitas dan tradisional. Generasi muda muslim lebih menyakini narasi hijrah sebagai landasan pengakuan kewibawaan agajma ustaz, tanpa mempermasalkan latar belakang pendidikan pesantren atau pendidikan agama. Beberapa topik keislaman yang digaungkan oleh gerakan hijrah adalah doktrin fundamental Islam seperti mengenal Tuhan, menjadi muslim yang kafah, pentingnya berhijrah, dan menjalin ukhuwah antar umat Islam. Hijrah sendiri merupakan salah satu contoh Islam berdialog dengan perkembangan modernitas di era kontemporer namun, literasi keagamaan yang cenderung instan perlu diantisipasi.

Pertama, hijrah akan menjadi tren gaya hidup yang dibuat dan dimanaftakan untuk komodifikasi gama. Kedua, pemahaman keagamaan yang diperoleh secara parsial melalui akun media sosial cenderung kaku dan bersifat tekstual sehingga berpotensi menghilangkan deratil pesan keagamaan. Ketiga, setiap ustaz media sosial mempunyai *framing* materi ceramahnya yang mungkin bertentangan dengan ideologi negara.¹⁶³

Setiap orang memang mempunyai kesempatan dan peluang sebagai pemegang otoritas karena manusia pada hakikatnya adalah keterwakilan Tuhan. Dalam hal ini keterwakilan dibagi menjadi keterwakilan umum dan keterwakilan khusus. Wakil umum menundukkan keinginnanya dan menyerahkan sebagian keputusannya kepada wakil khusus karena dipandang layak memiliki otoritas. Dalam beragama, mereka biasa disebut sebagai wakil khusus Tuhan karena memiliki kompetensi dan pemahaman khusus terhadap Tuhan. Para pemegang otoritas sebagai wakil khusus Tuhan mendapat pelimpahan wewenang dari Tuhan dalam melakukan proses komunikasi dengan orang lain untuk mengajarkan dan memberikan pemahaman. Maka, pemegang otoritas harus memiliki beberapa prasyarat standar, untuk

¹⁶³ Nafik Muthohirin, “Da’wa in Social Media: The Views of Ustad Hanan Attaki and Felix Siauw to The Hijrah Phenomenon,” *Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies* 17, no. 2 (2021).

menyempurnakan status mereka sebagai wakil khusus Tuhan. Prasyarat standar tersebut antara lain adalah pertama, jujur (*honesty*) dalam memahami perintah Tuhan. Kedua, kesungguhan (*diligence*) dalam berijtihad, yaitu mengerahkan segenap kemampuan rasionalnya dalam memahami perintah Tuhan. Ketiga, kemenyeluruhan (*comprehensiveness*), yaitu melakukan penyelidikan secara menyeluruh untuk memahami kehendak Tuhan. Keempat, rasionalitas, yaitu melakukan upaya pahaman dan penafsiran terhadap perintah Tuhan secara rasional. Kelima, pengendalian diri (*self-restraint*), yaitu upaya yang dilakukan dalam memahami dilandaskan pada sikap batin dengan dasar rendah hati dan pengendalian diri, tidak bersikap emosional dalam menjelaskan kehendak Tuhan.

Menurut Khaled, pemegang otoritas yang sesungguhnya dalam Islam adalah Tuhan, Al-Qur'an dan Nabi. Kemudian setelah wafatnya Nabi Muhammad, pemegang otoritas berlanjut pada Khulafaur Rasyidin, hingga muncullah berbagai aliran (mazhab) yang diteruskan dan disebarluaskan oleh para ulama yang memiliki kompetensi sampai saat ini. Otoritas ulama ditentukan oleh cerminan moral, integritas kepribadiannya dan sikap independennya. Ulama memiliki peran penting dalam memecahkan masalah keagamaan, sosial kemasyarakatan, dan pelopor perubahan sosial dalam rangka menciptakan perbaikan dalam bidang

keagamaan, sosial, ekonomi dan politik.¹⁶⁴ Otoritas keagamaan yang dipegang oleh ulama perlu ditegaskan dan ditekankan untuk menghindari penafsiran otoritarianisme yang memungkinkan rusaknya otoritas teks keagamaan.¹⁶⁵

Agama bergantung pada otoritas keagamaan tradisional, namun agama harus tetap memiliki kekuatan dinamis untuk beradaptasi dengan perubahan zaman dengan mempertahankan potensi kreatifnya dalam Masyarakat modern kontemporer. Platform digital memberikan ruang bagi para dai, ulama tradisional untuk aktif berdakwah. Para *influencer* media sosial memberikan gagasan dalam berdakwah dengan cara yang menghibur, artistik untuk menjankau generasi milenial muslim. Pada era digital, untuk mendapatkan kredibilitas di kalangan generasi milenial muslim, dan mendapatkan perhatiannya, tidak cukup dengan hanya memiliki gelar pendidikan agama dari perguruan tinggi agama yang sudah mapan, mampu berbahasa arab, dan menghafalkan Al-Qur'an dan Hadis untuk mengesankan generasi milenial muslim.

Para *influencer* membangun kredibilitas dan otoritas mereka dengan menceritakan kisah pribadi mereka dengan dikemas dalam konten digital yang menarik. Sekarang ini telah terjadi

¹⁶⁴ Khaled M. Abou Al Fadl, *Atas Nama Tuhan: Dari Fikih Otoriter Ke Fikih Otoritatif* (Jakarta: Serambi, 2004).

¹⁶⁵ Hasanatul, *Ulama Perempuan Madura: Otoritas Dan Relasi Gender*, 62.

peralihan dari rezim ortodoksi menuju rezim ortopraksi. Masyarakat bergerak dari agama yang terikat pada doktrin dan keyakinan (ortodoksi) ke rezim dimana agama terikat pada praktik dan pengalaman (ortopraksi). Ortopraksi bertujuan untuk mensakralkan individu dan menunjukkan ekspresi pribadi daripada mensakralkan tradisi atau institusi keagamaan.

Hal ini mengakibatkan pergeseran antara otoritas keagamaan lama yang berjuang untuk mempertahankan kekuasaan agama sambil menyerahkan kendali besar atas bidang sosial dan budaya kepada para *influencer* media sosial.¹⁶⁶ Otoritas keagamaan mengalami fragmentasi mulai abad ke-20 yang ditandai dengan perbedaan intrepretasi dalam beragama. Ada beberapa penyebab, terjadinya fragmentasi otoritas keagamaan dalam Islam.

Pertama, otoritas keagamaan dilaksanakan dalam konteks yang didominasi oleh negara barat. Banyak negara muslim yang terjerat dengan kapitalisme global yang berupaya mencari komoditas dan pasar, serta sikap asertif negara-negara maju, dan negara muslim mengalami intimidasi oleh negara barat. Contohnya, kudeta Mussadegh di Iran tahun 1953 oleh Inggris dan Amerika Serikat; Invasi Inggris ke Mesir pada tahun 1956; Invasi

¹⁶⁶ Zaid et al., “Digital Islam and Muslim Millennials: How Social Media Influencers Reimagine Religious Authority and Islamic Practices.”

Rusia ke Afghanistan pada tahun 1979. Penguasa yang tunduk pada barat berisiko kehilangan otoritas.

Kedua, pertumbuhan pendidikan massal adalah penyebab terjadinya fragmentasi sifat otoritas keagamaan. Pertumbuhan pendidikan dan literasi mendorong tumbuhnya perkembangan media cetak secara masal. Dalam bidang keagamaan, muncul buklet keagamaan yang ditulis oleh ulama dan atau orang awam. Seriring tumbuhnya media cetak, muncul penafsir otoritas baru dari luar ulama. Seperti kalangan guru, akademisi.

Ketiga, pertumbuhan media baru dan media digital adalah faktor terjadinya fragmentasi otoritas keagamaan. Media digital memainkan peran dalam demokratisasi pengetahuan. Media digital membantu memproyeksikan otoritas keagamaan pada ulama namun, hal ini dikhawatirkan akan mendorong otoritas semakin jauh dari jangkauan para ulama. Penyebarannya menimbulkan perbedaan pendapat.

Keempat, perkembangan transnasional adalah faktor yang melemahkan otoritas. Para ulama pendatang atau imigran cenderung menggunakan cara penyebaran agama yang sama dengan ulama daerahnya serta memiliki sedikit pemahaman tentang lingkungan dimana mereka datang sehingga mereka para ulama pendatang ini tidak mampu memberikan nasihat yang

informatif dan otoritatif kepada generasi Muslim selanjutnya khususnya generasi yang berpendidikan tinggi.

Otoritas keagamaan tradisional yang terfragmentasi juga menciptakan peluang, membuka ruang bagi munculnya interpretasi baru yang pada saatnya nanti akan memiliki otoritas. Seperti munculnya tokoh modernisme Islam, Fazlur Rahman, Nurcholish Madjid, Khaled Abou el Fadl dan Amina Wadud. Pada sisi lain, hal ini merupakan krisis otoritas karena terjadi pertumbuhan penafsiran yang liar atau diluar batas pemahaman.¹⁶⁷

H. Konsep Komunitas dan Dakwah

Komunitas berasal dari bahasa latin *communitas* yang berasal dari kata dasar *communis* yang artinya masyarakat, publik atau banyak orang. Komunitas merupakan suatu kelompok yang didalamnya setiap anggota disatukan oleh visi, misi dan tujuan yang sama. Dalam perspektif komunikasi, komunikasi masuk dalam konteks komunikasi organisasi Dimana individu yang bersama sama melalui suatu hirarki pangkat dan pembagian kerja berusaha mencapai tujuan tertentu.

Komunitas merupakan sekumpulan individu dalam suatu tempat tertentu dan memiliki kepentingan yang sama untuk

¹⁶⁷ Francis Robinson, “Crisis of Authority: Crisis of Islam?,” *Journal of the Royal Asiatic Society* 19, no. 3 (2009): 339–54.

membentuk suatu identitas. Komunitas memiliki ciri-ciri adanya dorongan dan motif yang sama, adanya reaksi dan kecakapan, adanya pembentukan dan penegasan struktur dan adanya penegasan normas sebagai pedoman bersama. Maka, dakwah komunitas adalah dorongan, motif, rekasi, pedoman, kepentingan dan tujuan yang sama untuk membentuk jaringan dalam menyebarkan nilai keislaman, upaya *amar maruf nahi munkar* dengan dilandasi persaudaraan iman.¹⁶⁸

Komunitas adalah kelompok sosial dari beberapa organisme yang bebagi lingkungan, umumnya memiliki keterkaitan yang sama. Komunitas memiliki kekuatan pengikat diantaranya memudahkan dalam berkoordinasi antar individu, antar individu dapat saling memberi semangat dan motivasi, mampu meningkatkan kesejahteraan dalam jangka waktu yang panjang dan berkelanjutkan, mampu meningkatkan dan memperbaiki kehidupan masyarakat dan kelompok baik di bidang ekonomi maupun sosial, penggunaan sumber daya alam dan potensi yang ada lebih efektif dan efisien serta proses pembangunan lebih demokratis dan aspiratif karena melibatkan banyak orang. Umumnya, komunitas terdiri dari beberapa orang yang memiliki

¹⁶⁸ Ridwan Rustandi, “Dakwah Komunitas Di Pedesaan Dalam Perspektif Psikologi Komunikasi,” *Irsyad : Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, Konseling, Dan Psikoterapi Islam* 8, no. 3 (2020): 305–26.

ketertarikan dan habitat yang sama, memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa.

Keberadaan komunitas biasanya didasari oleh beberapa hal yaitu lokalitas dan *sentiment community*. Unsur unsur dalam *sentiment community* sebagai berikut:¹⁶⁹

1. Seperasaan, unsur seperasaan muncul akibat adanya tindakan anggota dalam komunitas yang mengidentifikasi dirinya dengan kelompok dikarenakan adanya kesamaan kepentingan.
2. Sepenanggungan diartikan sebagai kesadaran akan peranan dan tanggung jawab anggota komunitas dalam kelompoknya.
3. Saling memerlukan, unsur saling memerlukan diartikan sebagai perasaan ketergantungan terhadap komunitas baik yang sifatnya fisik maupun psikis.

Terdapat sembilan konsep komunitas, yakni:¹⁷⁰

1. Setiap anggota komunitas berinteraksi berdasar hubungan pribadi dan hubungan kelompok.
2. Komunitas memiliki kewenangan dan kemampuan mengelola kepentingannya secara bertanggung jawab.

¹⁶⁹ Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006).

¹⁷⁰ Romi Mesra, *Pengantar Sosiologi Umum* (Yogyakarta: Deepublish, 2023).

3. Memiliki visibilitas yaitu kemampuan memecahkan masalah sendiri.
4. Pemerataan distribusi kekuasaan.
5. Setiap anggota memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi demi kepentingan bersama.
6. Komunitas memebri makna pada anggota.
7. Adanya heterogenitas dan beda pendapat.
8. Pelayanan masyarakat ditempatkan sedekat dan secepat kepada yang berkepentingan.
9. Adanya konflik dan *managing conflict*.

Kemudian untuk melengkapi sebuah komunitas yang baik perlu ditambahkan kompetensi sebagai berikut:

1. Kemampuan mengidentifikasi masalah dan kebutuhan komunitas.
2. Menentukan tujuan yang hendak dicapai dan skala prioritas.
3. Kemampuan menemukan dan menyepakati cara dan alat mencapai tujuan.
4. Kemampuan bekerja sama secara rasional dalam mencapai tujuan.

Dalam perspektif sosiologi, komunitas diartikan sebagai warga setempat yang dapat dibedakan dari masyarakat lebih luas (*society*) melalui kepentingan bersama (*a community of interest*) atau tingkat

interaksi yang tinggi. Para anggota komunitas mempunyai kebutuhan bersama (*common needs*). Jika tidak ada kebutuhan bersama, itu bukan suatu komunitas.¹⁷¹ Komunitas merupakan masyarakat yang bertempat tinggal di dalam wilayah geografi dengan batas-batas tertentu dan memiliki ikatan sosial dan psikologi satu dengan yang lain dan dengan tempat dimana mereka tinggal.¹⁷²

1. Unsur-unsur Komunitas

Komunitas diartikan sebagai paguyuban atau *gemeinschaft*, paguyuban dimaknai sebagai suatu bentuk kehidupan bersama di mana anggotanya diikat oleh hubungan batin yang murni, alamiah, dan kekal, biasanya dijumpai dalam keluarga, kelompok kekerabatan, rukun tetangga, rukun warga dan lain sebagainya. Ciri ciri *gemeinschaft* menurut Tonnies adalah terdapat hubungan yang intim, privat dan eksklusif.

Tipe *gemeinschaft* ada tiga, yaitu:¹⁷³

1. *Gemeinschaft by blood*, hubungannya didasarkan pada ikatan darah atau keturunan.

¹⁷¹ Fredian Tonny Nasdian, *Pengembangan Masyarakat* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2014).

¹⁷² Rhonda Philip and Robert H. Pittman, *An Introduction to Community Development* (New York: Taylor & Francis E-Library, 2008).

¹⁷³ Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*.

2. *Gemeinschaft of place*, hubungannya didasarkan pada kedekatan tempat tinggal atau kesamaan lokasi.
3. *Gemeinschft of mind*, hubungannya didasarkan pada kesamaan ideologi meskipun tidak memiliki ikatan darah maupun tempat tinggal yang berdekatan.

Keberadaan *communal code* (berbagai aturan dalam kelompok) mengakibatkan komunitas terbagi menjadi dua, yaitu:¹⁷⁴

1. *Primary group*, hubungan antaranggota komunitas lebih intim dalam jumlah anggota terbatas dan berlangsung dalam jangka waktu relatif lama. Contoh: keluarga, pasangan suami istri, pertemanan, guru-murid, dan lain-lain.
 2. *Secondary group*, hubungan antar anggota tidak intim dalam jumlah anggota yang banyak dan dalam jangka waktu relatif singkat. Contoh: perkumpulan profesi, atasan-bawahan, perkumpulan minat/hobi.
2. Jenis Komunitas
1. Komunitas Pedesaan

Philip Ruop mengemukakan bahwa secara sosiologis, desa meruapkan daerah yang sama dilihat dari segi geografis dan administratif, memiliki nilai yang sama, memiliki kegiatan yang sama terutama dalam sistem mata pencaharian.

¹⁷⁴ Mansyur Cholil, *Sosiologi Masyarakat Desa Dan Kota* (Surabaya: Usaha Nasional, 1987).

2. Komunitas Perkotaan

Max Weber mendefinisikan komunitas perkotaan sebagai suatu tempat yang masyarakatnya dapat memenuhi sebagian besar kebutuhan ekonominya di pasar lokal. Wright berpendapat bahwa komunitas perkotaan adalah pemukiman yang relatif besar, padat, dan permanen, serta dihuni oleh orang yang heterogeny kedudukan sosialnya. Akibatnya hubungan sosial menjadi longgar, acuh tak acuh dan tidak bersifat pribadi.

3. Komunitas Religius

Komunitas religius adalah suatu bentuk kehidupan bersama yang didasarkan atas motif keagamaan. Setiap aspek kehidupan dilandasi nilai-nilai yang bersumber dari ajaran agama. Berikut karakteristik yang terdapat pada komunitas religius.

- a. Sikap dan perilaku yang diwujudkan dalam tindakan dan interaksi sosial senantiasa memperhatikan norma yang sesuai dengan agama yang dianutnya.
- b. Simbol yang digunakan dalam pakaian, tempat ibadah serta benda lain diwarnai ajaran agamanya.
- c. Menciptakan keseimbangan antara kepentingan dunia dan kepentingan akhirat.
- d. Bertempat tinggal di lingkungan tempat ibadah atau tempat menuntut ilmu keagamaan.

4. Komunitas Ekonomi

Komunitas ekonomi adalah suatu bentuk hidup bersama yang Sebagian besar kegiatan penduduknya berorientasi di bidang ekonomi. Setiap aspek kehidupan dilandasi dengan hal yang memiliki nilai ekonomi. Komunitas ekonomi pada umumnya berada di Kawasan perindustrian, perdagangan dan jasa.

Komunitas dianggap sebagai realitas yang dibayangkan, interaksi sisual dan sebagai sebuah proses. Komunitas menyajikan sesuatu sebagai hal yang bersifat statis. Komunitas berfungsi sebagai sumber simbolik, tempat penyimpanan dan rujukan bagi beragam identitas. Komunitas terdiri dari sekelompok orang terikat, bertempat tinggal di satu lokasi, dan homogen secara budaya.¹⁷⁵

Komunitas dalam masyarakat beraneka ragam, misalnya: komunitas adat (seperti suku badui, suku sasak dan dayak), komunitas lokal (komunitas lokal di sekitar pabrik, kantor desa), komunitas berdasarkan minat (komunitas pencinta sepeda, pencinta hewan, pemerhati kelestarian hutan). Sifat ketergantungan antar anggota dalam komunitas menimbulkan perasaan saling melindungi dan menjaga eksistensi komunitas.

¹⁷⁵ Vered Amit, *Realizing Community* (London: Routledge, 2002).

3. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab “*al-da’wat*” ﴿الدّعّوة﴾. Dakwah mempunyai tiga huruf asal, yaitu dal, ‘ain, dan alif.¹⁷⁶ Dari ketiga huruf asal ini, terbentuk beberapa kata dan ragam makna. Makna tersebut adalah memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangisi, dan meratapi. Kata dakwah dalam Al-Qur'an dan berbagai bentuk katanya ditemukan sebanyak 198 kali menurut hitungan Muhammad Sulthon¹⁷⁷, 299 kali versi Muhammad Fu'ad 'Abd al-Baqi', atau 212 kali menurut Asep Muhiddin.¹⁷⁸ Menurut Syaikh Muhammad Ar-Radi, dakwah adalah aturan-aturan yang sempurna bagi sikap dan perilaku manusia serta menetapkan hak-hak dan kewajiban-kewajiban. Menurut Muhamad Al Khidhir Husain, dakwah adalah memotivasi manusia untuk berbuat baik dan mendapatkan petunjuk, ber-*amar makruf* dan *nahi munkar* agar mereka meraih kebahagiaan di dunia dan akhirat. Syaikh Adam Abdullah al-Awari menyatakan bahwa dakwah adalah kegiatan yang mengarahkan pandangan manusia dan rasionalitas mereka pada sebuah keyakinan ataupun sebuah

¹⁷⁶ Ahmad Warson Munawwir, *Al-Munawwir Kamus Arab-Indonesia* (Surabaya: Pustaka Progresif, 2002).

¹⁷⁷ Muhammad Sulthon, *Desain Ilmu Dakwah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003).

¹⁷⁸ Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, 4.

kepentingan yang bermanfaat bagi mereka. Dakwah merupakan anjuran atau seruan untuk menyelamatkan manusia dari kesesatan. Dakwah secara etimologi berasal dari bahasa arab yang berarti seruan, ajakan, atau panggilan. M. Natsir mengartikan dakwah sebagai *amar makruf nahi munkar*. Cik Hasan Bisri mengungkapkan bahwa dakwah memiliki unsur dakwah sebagai objek material ilmu dakwah, diantaranya yaitu pendakwah (dai), mitra dakwah (*mad'u*), metode dakwah, pesan dakwah, dan media dakwah.¹⁷⁹ Ditambah, efek dakwah (*atsar*) sebagai salah satu unsur dakwah.¹⁸⁰ Konsep dakwah merupakan cerminan dari unsur dakwah, sehingga gagasan dan pelaksanaan dakwah tidak terlepas dari suatu kesatuan unsur tersebut yang harus berjalan secara simultan untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Dakwah yang berati mengajak, dapat pula ditemukan dalam berbagai istilah seperti propaganda, penerangan, penyiaran, pendidikan dan pengajaran.

4. Unsur-unsur Dakwah

Cik Hasan Bisri mengungkapkan bahwa dakwah memiliki unsur dakwah sebagai objek material ilmu dakwah, diantaranya yaitu pendakwah (dai), mitra dakwah (*mad'u*), metode dakwah,

¹⁷⁹ Aziz, 50.

¹⁸⁰ Syamsuddin AB, *Sosiologi Dakwah* (Makassar: Alauddin Press, 2013); Encep Dulwahab, “Dakwah Di Era Konvergensi Media,” *Ilmu Dakwah* 5, no. 16 (2010).

pesan dakwah, dan media dakwah.¹⁸¹ Ditambah, efek dakwah (*atsar*) sebagai salah satu unsur dakwah.¹⁸²

1. Dai

Dai atau juru dakwah merupakan orang yang melaksanakan dan menyampaikan pesan dakwah. Kata *isim fa'il* (subjek) ini berasal dari kata *da'a-yad'u*. Huruf *ha* yang terdapat di akhir kata untuk menunjukkan pengertian *al-mubalagah* (hiperbola).¹⁸³

2. *Mad'u*

Mad'u atau sasaran dakwah adalah manusia yang mengalami dinamika perubahan sosial kultural, sehingga dai harus memperhatikan dan memahami objek dakwah.¹⁸⁴ Realitas dakwah yang muncul dari interaksi antara unsur dai dan *mad'u* adalah kemungkinan penerimaan atau penolakan *mad'u* terhadap pesan dakwah, dampak praktek dakwah terhadap kedua unsur tersebut baik secara psikologis, sosiologis, problematika perencanaan penyajian pesan dakwah yang didasarkan atas fakta empiris yang ada pada dai dan *mad'u*, penengenalan, pemahaman dan empati dai terhadap realitas empiris yang ada pada *mad'u*,

¹⁸¹ Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, 50.

¹⁸² AB, *Sosiologi Dakwah*; Dulwahab, “Dakwah Di Era Konvergensi Media.”

¹⁸³ Muhammad Abu Al Fath Bayanuni, *Pengantar Studi Ilmu Dakwah* (Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2021).

¹⁸⁴ Ilyas Supena, *Filsafat Ilmu Dakwah* (Yogyakarta: Ombak, 2013), 94.

demikian juga sebaliknya.¹⁸⁵ Adanya kemungkinan penerimaan dan penolakan *mad'u* kepada dai, mengharuskan dai untuk terampil dalam mengemas pesan dakwah, sebagai usaha untuk mempertahankan ajaran Al-Qur'an dan Hadis, serta mempertimbangkan kondisi *mad'u*. Kondisi *mad'u* yang mengalami keterbatasan, mengakibatkan pesan dakwah tidak tersampaikan secara optimal. Hal ini sesuai dengan pandangan humanistik bahwa kebutuhan yang lebih tinggi tidak dapat dicapai sebelum kebutuhan yang lebih rendah tercapai. Kebutuhan aktualisasi diri (termasuk hdiup bermakna dan beragama) merupakan kebutuhan peringkat atas dalam pandangan humanistik, sehingga kebutuhan dasar seperti sandang, pangan dan papan harus terpenuhi terlebih dahulu.¹⁸⁶

3. Metode dakwah

Metode dakwah merupakan aturan dan rencana dakwah yang didesain untuk disampaikan. Terdapat tiga metode dakwah yaitu '*athifi* (emosional), *aqli* (rasio), dan *hissi* (inderawi). Metode dakwah dibagi menjadi empat sudut pandang yaitu melalui sumber dakwah, materi dakwah, karakter dakwah dan pilar dakwah. Berdasarkan metode dakwah sudut pandang sumber dakwah diklasifikasikan menjadi: Pertama, metode ketuhanan

¹⁸⁵ Sulthon, *Desain Ilmu Dakwah*, 102.

¹⁸⁶ Enjang, "Dakwah Smart: Proses Dakwah Sesuai Dengan Aspek Psikologis *Mad'u*."

(*rabbaniyah*), yaitu metode yang ditetapkan oleh Allah dalam berdakwah sesuai tuntunan Al-Qur'an dan Hadis. Kedua, metode kemanusiaan (*basyariyah*), yaitu metode yang dibuat para dai dan ulama dengan ijтиhad mereka dari berbagai aspek dakwah, yaitu dengan merepresentasikan metode rabbani serta bepegang teguh padanya, dan disesuaikan dengan perkembangan zaman dan kondisi objek sasaran dakwah.

Berdasarkan materi dakwah dari sudut pandang materi dakwah, yaitu materi dakwah menjangkau seluruh aspek kehidupan manusia seperti metode yang berkaitan dengan materi muamalah, ibadah, sosial, ekonomi, kemiliteran, politik, kesehatan, olahraga, dan lain sebagainya.

Metode dakwah berdasarkan sudut pandang karakter dakwah dibagi menjadi metode khusus, metode umum, metode individu, dan kelompok, metode teoritis, metode terapan atau praktek dan lain sebagainya.

Metode dakwah selanjutnya berdasarkan sudut pandang pilar dakwah. Metode ini disesuaikan dengan tiga pilar sifat dasar manusia yaitu hati, akal dan indera. Metode dakwah yang berfokus pada hati dinamakan metode '*athifi*', jika difokuskan pada akal dinamakan metode *aqli*, dan jika difokuskan pada indera manusia makan dinamakan metode *hissi*.¹⁸⁷

¹⁸⁷ Bayanuni, *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*.

Metode ‘*athifi* merupakan aturan dakwah yang memfokuskan pada aspek hati dan menggerakkan perasaan dan batin dan atau kumpulan beberapa gaya penyampaian dakwah yang menfokuskan pada hati serta menggerakkan perasaan dan batin. Gaya dalam metode ‘*athifi* berupa *mauidah hasanah*, khutbah atau ceramah, majelis dzikir. Kedua, metode ‘*athifi* ditampakkan dengan sikap santun dan kasih sayang terhadap orang yang diserukan dakwah, serta memenuhi segala kebutuhan dalam dakwah baik secara materi maupun non materi, mendahulukan dalam memberikan bantuan dan pertolongan.

Metode ‘*aqli* merupakan aturan dakwah yang memfokuskan pada aspek akal pikiran, dan mengajak untuk senantiasa berpikir, merenungkan dan mengambil pelajaran dari segala hal atau kumpulan metode dakwah yang memfokuskan pada aspek akal pikiran, dan mengajak untuk senantiasa berpikir, merenungkan, dan mengambil pelajaran dari segala hal. Metode ini diterapkan melalui cara debat, diskusi, percakapan.

Metode *hissi* (inderawi) atau *tajribi* (eksperimen) yaitu aturan dakwah yang memfokuskan pada aspek inderawi dan berpedoman pada pengamatan dan eksperimen atau kumpulan beberapa metode dakwah yang memfokuskan pada inderawi dan berpedoman pada pengamatan dan eksperimen. Metode ini disebut dengan metode ilmiah, karena berpedoman pada ilmu eksperimen. Metode ini disampaikan dengan cara praktik, dimana

mad'u menyaksikan langsung praktik tata cara pelaksanaan ibadah yang diperintahkan agama.¹⁸⁸

4. Pesan Dakwah

Pesan dakwah mengandung dua aspek yaitu isi pesan dan lambang. Isi pesan adalah pikiran sedangkan lambangnya adalah kata-kata atau bahasa. Isi pesan utama dakwah berasal dari teks keagamaan, Al-Qur'an dan Hadis. Pesan dakwah merupakan isi ceramah yang akan disampaikan oleh dai. Penyusunan pesan dakwah didasarkan pada kondisi objektif *mad'u* yang diperoleh melalui pengamatan, atau sumber tertulis. Terdapat 4 bentuk pesan dakwah dalam Al-Qur'an: 1. Al-Qur'an, 2. Hadis, 3. Ijma dan Qiyas, 4. Hasil Penelitian.¹⁸⁹ Aziz mengemukakan ada Sembilan jenis pesan dakwah sebagai berikut: 1. Al-Qur'an, 2. Hadis, 3. Pendapat sahabat nabi, 4. Pendapat ulama, 5. Hasil penelitian, 6. Kisah dan pengalaman teladan, 7. Berita dan peristiwa, 8. Karya sastra, dan 9. Karya seni.¹⁹⁰

5. Media Dakwah

Media dakwah atau disebut sebagai *wasa'il ad-da'wah* merupakan sesuatu yang dipergunakan juru dakwah dalam

¹⁸⁸ Bayanuni, 216.

¹⁸⁹ Iftitah Jafar and Mudzhira Nur Amrullah, "Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah Dalam Kajian Al-Qur'an," *Jurnal Komunikasi Islam* 8, no. 1 (2018): 41–66.

¹⁹⁰ Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*.

menerapkan metode dakwah, baik berupa perkara spiritual maupun material.¹⁹¹ Komunikasi bermedia dapat dibedakan menjadi dua, yaitu komunikasi dengan menggunakan media massa dan komunikasi yang menggunakan media individual. Media massa diantaranya adalah pers, radio, film, televisi, dan internet.

Menurut Hamzah Ya'qub, media dakwah terdiri menjadi lima: Lisan, tulisan, gambar, audio visual dan akhlak. Sedangkan dari segi penyampaiannya, dibagi menjadi tiga yaitu *spoken words*, *printed writing*, dan audio visual.¹⁹² Media dakwah saat ini berkembang melalui media digital dan melahirkan konten kreator dakwah. Konten kreator dakwah adalah dai yang memanfaatkan media sosial untuk berdakwah.

6. Efek Dakwah

Efek dakwah atau atsar dipengaruhi oleh pesan yang disampaikan sehingga menimbulkan efek berbagai macam *mad'u*. Dalam dakwah, efek dakwah harus diupayakan, dengan mengatur dan menentukan bagaimana aktivitas dakwah berlangsung secara

¹⁹¹ Bayanuni, *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*.

¹⁹² Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Pasuruan: Qiara Media, 2019).

efisien dan dapat diterima oleh masyarakat.¹⁹³ Keberhasilan efek dakwah juga diperlukan analisis strategi dakwah, evaluasi dan koreksi terhadap efek dakwah secara komprehensif. Evaluasi tersebut dilakukan oleh beberapa dai, para tokoh masyarakat dan para ahli. Para dai harus memiliki jiwa inklusif untuk pembaruan dan perubahan di samping bekerja dengan menggunakan ilmu. Jika proses evaluasi ini telah menghasilkan beberapa konklusi dan Keputusan, maka akan diikuti tindakan korektif. Hal yang harus dievaluasi dari pelaksanaan dakwah adalah seluruh komponen dakwah yang dikaitkan dengan tujuan dakwah yang ingin dicapai. Dalam mencapai tujuan dakwah, maka kegiatan dakwah selalu diarahkan untuk memengaruhi tiga aspek perubahan diri objeknya, yakni perubahan pada aspek pengetahuannya, aspek sikapnya, dan aspek perilakunya.

Jalaluddin Rahmat menyatakan bahwa efek kognitif terjadi apabila terdapat perubahan tentang apa yang diketahui, dipahami dan dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi. Efek afektif terjadi apabila terdapat sesuatu yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak, yang meliputi segala berhubungan dengan emosi, sikap, serta nilai. Efek *behavioral* merujuk pada perilaku

¹⁹³ Muhamad Irhamdi, “Keberagaman *Mad’u* Sebagai Objek Kajian Manajemen Dakwah: Analisa Dalam Menentukan Metode, Strategi, Dan Efek Dakwah,” *Jurnal MD* 5, no. 1 (2019): 55–71.

nyata yang dapat diamati, meliputi pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.¹⁹⁴

5. Komunitas Dakwah

Dakwah saat ini bukan hanya mampu beretorika diatas mimbar, tapi juga mampu mencakup semua aktivitas yang dapat mengubah situasi buruk ke situasi yang lebih baik, mengubah keadaan yang lebih sejahtera dan cerdas, salah satunya melalui komunitas dakwah. Komunitas dakwah, merupakan pelaksanaan kegiatan dakwah yang berdasarkan ajaran agama Islam yang mampu membentuk kehidupan masyarakat yang madani. Dari cara pandang ekonomi, komunitas dakwah memiliki keuntungan dengan membawa kelompok besar bersentuhan dengan pemahaman agama melalui agensi, menampilkan pesan-pesan yang seragama dan bisa merangsang kegiatan positif dalam masyarakat.

Selain kelebihan, komunitas dakwah memiliki kekurangan yaitu pertama, hasil dari komunitas dakwah tidak dapat atau tidak mudah diamati, dikontrol atau dievaluasi/dinilai. Kedua, isi dakwah dapat menimbulkan efek negatif di dalam masyarakat apabila mubalig kurang cocok dengan kondisi dan keinginan masyarakat. Ketiga, materi komunitas dakwah pada umumnya bersifat abstrak, padahal *mad'u* umumnya tidak sama dalam tingkat kecerdasannya,

¹⁹⁴ Aminudin, “Konsep Dasar Dakwah,” *Al-Munzir* 9, no. 1 (2016): 97.

tidak sama tingkat sosialnya, sehingga berakibat dalam intensitas dakwah memiliki perbedaan beserta pengaruhnya. Keempat, kebutuhan *mad'u* yang berbeda sehingga materi dakwah rentan kurang diterima oleh *mad'u*.¹⁹⁵

Hadirnya komunitas dakwah, menandai kebangkitan Islam yang memiliki efek tersebarnya otoritas keagamaan di berbagai lokasi, media, dan bentuk-bentuk asosiasi baru yang beragama. Secara konvensional, otoritas keagamaan di Indonesia telah menjadi wilayah orang yang formal dilatih terutama fikih, namun sekarang berkembang tentang ajaran Islam tentang adab, psikologi, dan moral. Berbeda dari klaim otoritas yang diambil dari pengetahuan hukum Islam, pengetahuan tentang penerapan praktik prinsip Islam ini adalah aspek yang penting dalam otoritas keagamaan dan diterima kaum Muslim yang sedang mencari beragam cara untuk membawa ajaran islam ke dalam kehidupan mereka.¹⁹⁶

Dalam bidang fikih, terdapat tiga organisasi yang memegang otoritas keagamaan di Indonesia adalah Nahdlatul Ulama dengan metode *bahsul masail*, Muhammadiyah dengan metode tarjih dan Majelis Ulama Indonesia.¹⁹⁷ Berbeda dengan

¹⁹⁵ Fealy and White, *Ustadz Seleb : Bisnis Moral & Fatwa Online*, 79.

¹⁹⁶ Fealy and White, 91.

¹⁹⁷ Niki Alma Febriana Fauzi, “Fatwa Di Indonesia: Perubahan Sosial, Perkembangan Dan Keberagamaan,” *Jurnal Hukum Novelty* 8, no. 1 (2017): 108; Rumadi, “Islam Dan Otoritas Keagamaan.”

tiga organisasi tersebut, muncul asosiasi baru dalam beragama dalam bentuk komunitas seperti komunitas Teras Dakwah¹⁹⁸, Shift Pemuda Hijrah. Dalam konteks dakwah, komunitas merupakan bagian dari dakwah *fi'ah* dan *hizbiyyah*, dakwah pada kelompok kecil dan kelompok besar yang memiliki kesamaan berdasarkan peminatan terhadap sesuatu. Pemilihan komunitas dakwah merujuk pada tren perkembangan komunitas-komunitas dakwah yang dimotori oleh generasi muda di perkotaan. Perkembangan tren komunitas dakwah ini salah satunya disebabkan karena adanya pemaknaan dan propaganda gerakan hijrah yang banyak terjadi di beberapa kota besar di Indonesia.

Sebuah komunitas dakwah terbentuk karena adanya dorongan, motivasi, reaksi, pedoman, *interest* dan tujuan yang sama dalam membentuk jaringan, ikatan, habitat dan lingkungan dalam menyebarluaskan nilai-nilai keislaman.

Komunitas dakwah menurut Said Nursi memiliki beberapa aspek yaitu pertama, *monotheistic worldview*, yaitu penekanan pentingnya nilai keimanan (tauhid) dalam bangunan komunitas. Kedua, modern tradisional *integration*, komunitas dakwah merupakan hasil sintesa antara nilai modern dan nilai tradisional dalam membangun peradaban komunitas yang maju. Ketiga,

¹⁹⁸ Triantoro, “Dakwah Dan Kesalehan: Studi Tentang Gerakan Teras Dakwah Di Kalangan Remaja Yogyakarta”; Saputra, “Teras Dakwah, Agama Dan Pasar: Lanskap Dan Pergeseran Gerakan Dakwah Di Indonesia.”

primacy of community, yaitu pentingnya sebuah komunitas sebagai penyeimbang dan penyemaian benih nilai-nilai agama. Keempat, *self reliance*, yaitu sebuah komunitas akan bangkit dari keterpurukan manakala memiliki kepercayaan diri yang kuat, jauh dari keputusasaan. Kelima, *participant democracy*, yaitu demokrasi yang bertumpu pada partisipasi masyarakat tanpa adanya tekanan dan dilakukan dengan penuh kesadaran akan menjadikan bangunan komunitas semakin kokoh. Keenam, *non violence* yaitu dengan ketiadaaan suasana kekerasan, tentulah sebuah komunitas akan berjalan dengan nyaman. Ketujuh, *brotherhood*, jalinan kasih sayang (ukhuwah) merupakan salah satu pondasi sebuah komunitas yang unggul. Kedelapan, *social responsibility* yaitu, tanpa adanya tanggung jawab sosial, tentulah komunitas tidak akan maju karena masing-masing individu hanya berpikir dirinya sendiri.¹⁹⁹

Seiring dengan perkembangan kehidupan modern dan postmodern yang menciptakan realitas baru seperti halnya dunia sosial media, maka konsep komunitas semakin menunjukkan relasi kehidupan antar manusia yang bersifat komunitas terbayang atau komunitas maya yang memiliki relasi sosial tertentu yang spesifik. Komunitas terakhir itu disebut juga sebagai komunitas virtual. Baik

¹⁹⁹ Edi Amin, “Konsep Komunitas Dalam Pemikiran Dan Dakwah Said Nursi,” *Jurnal Komunikasi Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya* 5, no. 1 (2015): 28–49.

komunitas yang bersifat konvensional (terkait lokasi) maupun nonkonvensional (tak terikat lokasi) merupakan arena atau ranah dakwah yang memerlukan pencerahan. Komunitas atau jamaah baik dalam makna eksklusif menyangkut komunitas umat islam maupun dalam makna inklusif mencakup kelompok masyarakat luas. Kedua komunitas (jemaah) tersebut merupakan sasaran dakwah yang memiliki tatanan sendiri yang memerlukan proses yang spesifik dalam menghadapinya.

Dalam istilah khusus, keagamaan komunitas dapat dipandang sama dengan istilah jemaah. Jwmaah adalah sekelompok orang atau keluarga dalam satu lingkungan tempat tinggal atau Kawasan sosial tertentu yang merupakan satu ikatan yang pembentukannya diusahakan oleh seorang atau beberapa orang anggota dalam lingkungan itu. Jemaah sebagai kesatuan komunitas sangatlah penting kedudukannya karena keberadaan suatu umat atau masyarakat terletak pada jemaah.

Dari pemaparan diatas, komunitas dakwah adalah sekelompok individu yang memiliki rencana strategis dalam menyebarkan pesan-pesan keagamaan dan terdiri dari da'i, *mad'u*, media, materi dakwah baik dilakukan secara virtual maupun *offline* atau tatap muka.

BAB III

KOMUNITAS DAKWAH MILENIAL DI KOTA SEMARANG

A. Profil Komunitas Dawwam Sahabat Hijrah

1. Sejarah Terbentuknya Komunitas

Dawwam Sahabat Hijrah adalah salah satu komunitas hijrah yang masih eksis di Semarang yang berlokasi di Srondol Kulon, Banyumanik Semarang. Dawwam juga berkolaborasi dengan komunitas Hijabers Semarang dalam kesempatan agenda dakwahnya seperti kajian kasmaran, dan program nonton bareng. Dawwam Sahabat Hijrah terbentuk pada tahun 2020. Komunitas ini berangkat dari perkumpulan komunitas muslim yang memiliki keresahan akan sesama sahabat yang sedang mengalami proses perubahan ternyata tidak mudah. Perubahan seseorang dibutuhkan lingkungan yang kuat dan pergaulan, mentor yang mampu mengajak serta mengingatkan pada jalan agama. Dawaam Sahabat Hijrah memiliki visi dan misi. Visinya adalah menghadirkan kesempurnaan dan indahnya Islam kepada siapapun yang tertarik untuk berubah menjadi lebih baik dari

sebelumnya, dengan proses pembelajaran, pembimbingan dan pendampingan, untuk mendapatkan Ridho dan Jannah-Nya. Misi komunitas ini diantaranya; 1. Menemani, mendampingi dan membimbing kaum muslimin/muslimat yang ingin hijrah (berubah) menjadi lebih baik kualitas (pemahaman, keimanan dan amalnya dari sebelumnya); 2. Pembinaan yang komprehensif yang bukan hanya menyangkut pada objek dakwah (peserta kajian), tetapi berikhtiar untuk juga membina pasangan, anak dan orang tua mereka, agar kelak mereka kembali disatukan di *Jannah*-Nya; 3. Menghadirkan layanan program-program keislaman yang unik yang belum banyak dikerjakan oleh komunitas/lembaga keislaman lainnya.

Pada tahun 2022, Dawwam memutuskan untuk resmi berbadan hukum berupa yayasan Sahabat Baik Indonesia dengan kepengurusan sebagai berikut:

Pembina:

1. Ustaz. M. Miftahul Huda
2. Ustaz M. Khusnul

Ketua: Alfian Yusuf

Sekretaris: Alfa Narendra

Bendahara: Adkha Widiastanto

Bagian syiar dan dokumentasi: Kristiyanto

Bagian hapus tato: Wahyu Eko Winarso

Bagian humas: Jabarullah Romadhoni

Bagian kreativitas dan kepemudaan : Raditya

Soma Arjana

Bagian umum: Jhoni Prayitno.

Komunitas Dawwam memiliki sistem rekrutmen dengan cara: Pertama, mengajak teman yang sudah dikenal sebelumnya. Kedua, melakukan kegiatan rekrutmen dari peserta program Dawwam, contohnya ada peserta hapus tato yang kemudian berminat menjadi pengurus Dawwam, atau alumni dari program Semarang Mengaji. Ketiga, adanya kegiatan *open recruitment* secara terbuka di media sosial.

2. Profil Dai

a. Alfian Yusuf : Pemegang Otoritas Keagamaan Cendekiawan dari Kaderisasi

Alfian Yusuf adalah seorang pria kelahiran Semarang, 14 Maret 1983. Dia merupakan pendiri dari komunitas Dawwam yang beralamat Jl. WR. Supratman RT 01/ RW 04 Semarang Barat. Alfian menempuh pendidikan diawali di SD Muhammadiyah 12 Semarang dan TPQ Al Iman Semarang Barat. Setelah itu, Alfian melanjutkan studi lanjut di SMP Negeri 1 Semarang dan dilanjutkan pada SMA Negeri 6 Semarang. Pada masa sekolah lanjut ini, Alfian aktif mengikuti organisasi kerohanian dan sering memimpin kegiatan keagamaan di sekolahnya. Selesai menyelesaikan studi di SMAN 6 Semarang, Alfian menempuh studi S-1 di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Ketika di kampus, Alfian justru aktif dalam forum organisasi keagamaan, seperti Pemuda Muhammadiyah Ranting Gisikdrono, Forum Lingkar Studi Islam Ulin Nuha Unnes, dan Majelis Pemberdayaan Masyarakat Pimpinan Daerah Muhammadiyah. Setelah berhasil mendapatkan

gelar sarjana ekonomi, Alfian berupaya memperdalam ilmu dakwahnya di Madrasah I'dadud Du'at Al Husna Semarang. Berkat bekal menimba ilmu di madrasah ini, Alfian percaya diri membentuk komunitas Dawwam, yang mulanya berawal hanya angkringan biasa. Kemudian dia menambahkan kegiatan dakwah didalamnya.

Alfian Yusuf mendapatkan otoritas keagamaan dari organisasi keislaman yang dahulu ia ikuti seperti pemuda Muhammadiyah, Forum Lingkar Studi Islam Ulin Nuha Universitas Negeri Semarang dan Majelis Pemberdayaan Masyarakat Pimpinan Daerah Muhammdiyah.

“...dari sejak kecil memang punya ketertarikan dalam dunia keislaman, tapi kemudian setelah itu banyak aktif di organisasi – organisasi keislaman sih. Saya engga pernah aktif di organisasi umum, tapi saya mesti aktifnya di organisasi keislaman. Dan kemudian terakhir mengikuti Madrasah I'dadud Du'at Al Husna di Genuk Semarang. Kemudian menjadi apa ya istilahnya, pondasi. Salah satu pondasi dasar untuk kemudian bisa menyampaikan materi agama. Jadi memang ada istilahnya kita belajar mempersiapkan menjadi seorang dai disana...”

Alfian Yusuf tidak memiliki kualifikasi pendidikan secara agama, namun prinsip

بلغوا عنِي ولو آية (balligū ‘annī walau āyah) yaitu sampaikanlah walaupun hanya satu ayat menjadi sebuah dasar kewajiban bagi Alfian ketika melihat kemungkaran. Alfian Yusuf dalam memberikan kajian mengangkat tema sesuai dengan kapasitasnya. Berawal semakin banyak masyarakat yang berkonsultasi tentang permasalahan keluarga, hingga dia membentuk kajian kasmaran secara *online* di platform Youtube.

Alfian Yusuf mengaku kurang memiliki otoritas keagamaan dalam berdakwah karena memiliki pendidikan non keislaman, namun memiliki pengalaman organisasi keislaman yang menumbuhkan kemampuan *public speaking* dalam berdakwah.

“...Sewaktu SMP saya gabung di Pemuda Muhammadiyah yang mana didalamnya juga ada acara kajian – kajian pagi kaya gitu, saya belajar berorganisasi. Kemudian belajar menyampaikan pendapat, kemudian membaca Hadis didepan orang banyak, kemudian mengisi tausiah di sholat tarawih gitu kan. Bahkan sampai kemudian SMA sudah berani khutbah Jumat. Terus ya kuliah,

kemudian pada saat kuliah saya membina Rohis di SMA saya dulu. Sehingga adek – adek Rohis itu setiap satu pekan sekali kajian yang ngisi saya, itulah yang kemudian akhirnya membentuk. Kemudian saya juga ya banyak menimba ilmu dari para ustaz – ustaz di lokal semarang, ngaji disini. Kemudian belajar tentang *public speaking*.”

Dari pemaparan diatas, Alfian Yusuf termasuk pemegang otoritas yang dihasilkan melalui pendidikan kaderisasi dakwah. Dalam mengembangkan materi dakwah khususnya pada komunitas Dawwam, Alfian merujuk figur ustaz Oemar Mita di platform digital. Alfian Yusuf mengaku berlangganan dengan program “Syameela”, salah satu penyedia layanan dakwah Oemar Mita.

“Syameela series ke - 8 itu untuk mengikuti kajian Syameela series itu bayar loh, Rp. 200.000 kalau engga salah. Rp. 200.000 itu dapat 9 sesi atau 10 sesi gitu. *Qodarullah* besok Desember itu Syameela series ke – 8 adalah tentang keluarga, ‘*me and my half dien*’ saya dan separuh agama ku. Jadi temanya bagus, kemudian selama ini saya mengikuti kajian beliau itu ‘kok kaya sesuatu baru terus’ gitu. Tapi yang sudah disampaikan itu kaya sesuatu yang baru terus itu, saya merasa sangat haus sekali dengan ilmunya dari beliau.”

Syameela *series* merupakan komunitas dakwah virtual pada platform Instagram yang menyediakan berbagai pesan dakwah oleh Oemar Mita. Pengemasan dakwah secara virtual oleh Oemar Mita inilah yang mendasari Alfian Yusuf untuk mengadaptasi cara dakwahnya kedalam komunitas Dawwam Sahabat Hijrah secara virtual. Terutama ketika terjadi pandemi covid-19. Covid-19 telah memaksa berbagai kelompok Muslim untuk mengadopsi platform digital dalam aktivitas keagamaan mereka, termasuk aktivitas dakwah atau yang disebut dengan digitalisasi dakwah.

Digitalisasi dakwah dipahami sebagai fenomena *digital religion*. Platform dakwah digital menyajikan pesan Islam melalui internet. Keberadaan digitalisasi dakwah dalam kehidupan sehari-hari, khususnya sebagai bagian dari kehidupan beragama, menggambarkan perpaduan dua elemen berbeda yaitu teknologi media dan agama.

Walaupun Alfian termasuk dai baru di media digital, Alfian menegaskan bahwa dalam mencari sumber

keilmuan harus mengutamakan metode *talaqqi* atau bertemu langsung dengan guru tersebut.

“Kalau menurut saya tetap harus kembali ke *talaqqi*, ya murid dan guru itu harus bertemu, dan keberkahan ilmu itu berasal dari situ. Jadi kecanggihan teknologi itu hanya sebatas tadi, tersampaikan dari orang yang jauh, yang tidak bisa menjangkau karena luar kota itu bisa tersampaikan.”

Platform Dawwam Sahabat Hijrah bukanlah sebuah arus utama, namun sebuah alternatif kegiatan keagamaan bagi kelas menengah muslim perkotaan khususnya di Kota Semarang. Platform digital yang digunakan oleh Dawwam merupakan media baru yang digunakan otoritas agama tradisional untuk bersaing dengan otoritas agama baru dalam fatwa agama dan wacana Islam di Indonesia.

Dakwah digital mulai muncul ketika Indonesia mengalami pandemi covid-19. Covid-19 menyebabkan adanya persyaratan jarak sosial sehingga menghasilkan penggunaan kegiatan agama tertentu. Media digital tidak bersifat interkoporeal secara spasial tetapi secara fungsional, dimana mereka menciptakan jaringan dan

publik baru. Mediiasi ruang digital dan agama ini berpotensi membuka ruang bagi audiens yang lebih muda.²⁰⁰ Alfian, dai milenial dari komunita Dawwam Sahabat Hijrah Semarang memaparkan faktor yang mendorong melakukan kegiatan dakwah di media digital adalah pandemi covid-19.

“Jadi sebetulnya merambah ke dunia digital itu salah satu alasan utamanya adalah dulu ketika pandemi, itu jadi alasan utama karna pada saat itu kan kajian banyak dibatasi baik itu jumlahnya atau bahkan sama sekali engga boleh dalam kondisi darurat. Kemudian itu menghajatkan kita untuk mengiktiarnya dengan cara *online*. Kedua, supaya syiarnya bisa tersampaikan seluas – luasnya dan kemudian juga bisa disimpan, bisa dinikmati dilain waktu sekiranya ingin mengulangi kembali juga masih bisa. Kemudian juga memang ada dampak yang kurang positifnya kemudian orang – orang, jamaah itu merasa nggampangke ‘ah engga usah datanglah, di rumah aja nonton pakai youtube, di rumah aja pakai zoom.”

²⁰⁰ Carola E Lorea et al., “Religion and the COVID-19 Pandemic : Mediating Presence and Distance Religion and the COVID-19 Pandemic : Mediating Presence,” 2022.

Dakwah di media digital memudahkan dalam publikasi dan mendapatkan jangkauan yang lebih luas. Disisi lain, dakwah digital mengakibatkan berkurangnya minat masyarakat untuk menghadiri kegiatan dakwah secara langsung, padahal hal ini dapat mengurangi terjadinya misinterpretasi terhadap pesan dakwah.

Selain tuntutan dakwah pada pandemi, tanggung jawab moral dan sosial serta anjuran Hadis Rasulullah tentang keutamaan menyampaikan ilmu pengetahuan kepada masyarakat menjadi alasan Alfian, dai dari komunitas Dawwam Sahabat Hijrah untuk giat berdakwah.

“Saya bersandar pada Hadis Rasulullah yang ‘Siapa pun yang menyampaikan kebenaran, atau memberikan contoh kebenaran pada orang lain dan kemudian orang itu mengikuti. Maka orang yang memberikan contoh atau mengajari tadi mendapatkan mendapatkan pahala yang sama.’”

Dai milenial dalam menghadapi tantangan dakwah digital harus memiliki kemampuan literasi dakwah digital serta memposisikan media digital sebagai alat mentransfer ilmu pengetahuan. Adanya dakwah

digital, merupakan bentuk dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah mengubah cara manusia dalam beraktivitas dibandingkan pengalaman hidup sebelumnya sehingga diperlukan inovasi dalam berdakwah yang harus memiliki keterampilan berpikir kritis, kreatif, keterampilan komunikasi dan kolaborasi sebagai kompetensi yang harus dimiliki dai dan *mad'u*.²⁰¹

“Kita menyebutnya dengan mencari validasi. Jadi ketika tertarik atau menyukai satu komunitas dakwah ataupun tausiah sebaiknya di validasi ke orang yang lebih paham. Supaya tidak keliru, jadi minta pendapat ke orang lain yang lebih paham, orang yang kita percaya bahwa dia memiliki pemahaman yang benar. Lalu, lihat dari cara mereka mengambil referensi, mereka itu mengambil referensi dari siapa atau darimana, penyampaian mereka itu berdasarkan apa, berdasarkan siapa.”

Alfian menjelaskan bahwa salah satu kemampuan selektif media digital adalah dengan mencari validasi dari pakar ahli dakwah terkait materi dakwah. Literasi digital

²⁰¹ Ilyas Supena, Agus Darmuki, and Ahmad Hariyadi, “The Influence of 4C (Constructive, Critical, Creativity, Collaborative) Learning Model on Students’ Learning Outcomes,” *International Journal of Instruction* 14, no. 3 (2021): 873–92.

dianggap penting karena kebutuhan akan pengajaran agama pada masyarakat modern akan lebih banyak dilakukan secara virtual, dimana interaksi tersebut mereduksi hubungan *interpersonal* keagamaan sehingga akan mengubah pola dan model pendidikan agama, yang mulanya menggunakan tradisi *muwajjahah* (tatap muka) dan pembelajaran, tradisi *istinbat* (mencari referensi) melalui kitab *turath* yang dapat digantikan dengan aktivitas googling.

b. Miftahul Huda: Pemegang Otoritas Keagamaan Cendekiawan dari Perguruan Tinggi

Miftahul Huda merupakan pendakwah ahli sejarah Islam kelahiran Klaten, 21 Mei 1990. Huda adalah dai muda yang sekarang berdomisili di Jl. Dewi Sartika Barat No. 37 RT 01/02 Semarang. Huda mengawali pendidikan dasar di sekolah Muhammadiyah, tepatnya di SD Muhammadiyah Klaten, dilanjutkan di MTs Al Mukmin Ngruki dan KMI Al Mukmin Ngruki. Huda dari pendidikan dasar sudah menunjukkan ketertarikannya pada ilmu keislaman. Hal ini yang mendorong dia untuk

menlajutkan studi di Ma'had Aly Annur Sukoharjo. Miftahul Huda menambah keilmuan dan pengalaman, dengan terjun kedalam beberapa kepengurusan diantaranya pemuda muhammadiyah Klaten, pengurus pondok pesantren As-Salam dan pendiri Rumah Quran An-Nahl. Dia menuturkan bahwa otoritas keagamaan yang didapatkan berasal pendidikan pondok pesantren dan Ma'had Aly serta organisasi kepemudaan Muhammadiyah. Dengan modal dan motivasi tersebut, Miftahul Huda bergabung dengan Dawwam Sahabat Hijrah sebagai ustaz dan berdakwah melalui media digital. Salah satunya memanfaatkan zoom dengan mengangkat tema sejarah para sahabat nabi.

“Nah saya kebagian yang *Sirah*, awalnya saya memang dulu secara kalau kuliah dulu Ushuluddin ya tentang akidah. Ketika sudah ada komunitas dakwah namanya Ini terbangun ya inisiasi terkait dengan *Sirah* itu disitu...”

Miftahul Huda merupakan pemegang otoritas keagamaan cendekiawan dari perguruan tinggi. Huda sebelum melakukan kajian sejarah sahabat nabi, dia merujuk pada buku induk, seperti buku karangan Syekh Abdurrahman Ali Haji dan memanfaatkan media digital

aplikasi digital Maktabah Syamilah, Media digital bagi Miftahul Huda selain dimanfaatkan sebagai media penyiaran dakwahnya juga sebagai salah satu sumber dakwahnya. Melalui dakwah pada media digital, ilmu agama dapat memiliki narasi yang menarik, dan media digital sebagai alat untuk mengendalikan opini yang beredar di Masyarakat.

“Satu karena punya referensi kitab tafsir, dirumah juga ada beberapa ini ya kitab ya seperti Bulughul Marom. Kedua saya diskusi dengan ustaz yang ada disini, jadi bukan hanya sekedar kemudian saya baca buku karena kan dulu perkataan para ulama kalau seseorang belajar islam dengan buku kan gurunya setan. Ketiga, dari youtube saya belajar disitu, atau kemudian saya mencari referensi dari situs internet juga.”

Para dai di Dawwam Sahabat Hijrah sepakat bahwasanya sumber rujukan dakwah utama berasal dari para guru, kiai dan ulama. Kedua, diambil dari buku induk dan ketiga dari media digital. Banyaknya arus informasi dalam media digital, maka konten dakwah berperan untuk menyaingi banyaknya arus informasi melalui komunitas dakwah di media digital, sehingga terjadi masyarakat informasi regional islami yang terintegratif. Masyarakat

informasi islami akan memiliki peluang untuk membentuk jaringan telemedia global yang islami.²⁰²

Berdasarkan latar belakang pendidikan, Miftahul Huda termasuk pemegang otoritas keagamaan cendekiawan dari perguruan tinggi, Ma'had Aly. Program dari lembaga kepesantrenan dan Ma'had Aly menjadi cikal bakal komunikasi dakwah berkembang pada Miftahul Huda, selain itu motivasi dari kakeknya sebagai dai di daerahnya, yang mengajarkan fikih.

“Oke, berangkat dari kebiasaan ya, yang saya lihat ketika saya masih kecil itu yang memotivasi saya dan mendorong saya kayanya saya cocok untuk jadi dai, dan berangkat dari kebiasaan kakek saya yang memang dulu sudah biasa menjadi dai kampung, jadi ikut keliling.”

Kakeknya sendiri merupakan pemegang otoritas keagamaan tradisional di daerahnya. Berkat dukungan dari keluarga, Miftahul Huda memperdalam ilmu agama

²⁰² Enjang Muhaemin, “Dakwah Digital Akademisi Dakwah,” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11 (2017): 341–56.

melalui lembaga pendidikan Islam, pesantren dan Ma'had Aly setara dengan perguruan tinggi.

“Iya, jadi keliling kampung dari masjid ke masjid, rumah ke rumah yang memang mengajarkan waktu itu yang saya ingat adalah Fikih Fikih Sunnah, itu masih dasarnya. Jadi fase itu saya lihat kemudian kakek seperti itu aktivitasnya ketika beliau berdakwah. Lalu saya di pondokan, selesai 6 tahun ya mondok lagi.”

Sebelum menempuh pendidikan di Ma'had Aly, Miftahul Huda memperdalam ilmu agama di pesantren selama 6 tahun dari setingkat SMP hingga SMA.

“Saya mondok dulu di Solo, di Ngeruki, 6 tahun di al-Mukmin Ngeruki, kemudian 6 tahun lagi di ya bukan 6 tahun, 3 tahun lagi kemudian kuliah ya kemudian ada KKN ya, dulu saya sama ya di Cirebon paling lama, kemudian gak lama lagi di Lampung.”

Pendidikan kepesantrenan menjadi salah satu sumber rujukan Miftahul Huda dalam berdakwah. Preferensi dia dalam mengambil rujukan dakwah di pesantren, membuat dia berkomitmen untuk mengambil bidang ilmu sejarah Islam di Ma'had Aly.

Miftahul Huda ikut andil dalam dakwah digital di komunitasnya. Menurut Miftahul Huda, dai bisa ikut serta dalam memvalidasi informasi yang didapatkan dari media digital.

“Media digital menjadi media penyampai ilmu. Kita bisa memvalidasi dari semua entah itu yang dari situs-situs resmi yang ada, itu kan juga muatan-muatan ilmunya bisa kita konfirmasi kevalidan apakah ini betul ataukah tidak, jadi bisa dua-duanya, bisa sebagai sumber penyampai, juga bisa menjadi sumber rujukan juga hanya sebagai penguat.”

Miftahul Huda memposisikan media digital dalam dakwah sebagai alat transmisi keilmuan dan harus teliti dalam mengambil sumber keilmuan dari media digital sebagai bahan rujukan.

3. Aktivitas Komunitas Dakwah

Dawwam Sahabat Hijrah melalui platform digital Youtube “Dawwam Official” memiliki 1.600 *subscriber* dan 205 konten video dakwah. Sejak tahun 2020, setiap rabu mengadakan ulasan film Sahabat Nabi melalui platform Zoom.

“Kaya nobar, nonton film. Nonton film itu udah jalan hampir 3 tahun kalau engga salah film Umar Bin Khatab 33 episode, film Nabi Yusuf 30 episode kalau engga salah. Itukan seminggu sekali 60 episode sudah setahun, padahal kalau ramadhan libur, nanti syawal ya 2 pekan itu libur artinya udah setahun lebih itu. Kemudian filmnnya Imam Ahmad Bin Hanbal 33 episode, ini lagi jalan film Thariq Bin Ziyad penakluk Spanyol Andalusia itu juga kalau engga salah 33/32 episode gitu.”



Gambar 3. 1 Konten Iklan Nonton Bareng Film Sejarah Islam

Miftahul Huda menjadi narasumber program kajian dakwah tentang ulasan film sahabat nabi setiap rabu malam melalui platform Zoom dan Youtube. Program ini sudah berjalan sejak tahun 2021.



kajian Nobar (Tariq Bin Ziyad SERI 11 - Ustadz Miftahul Huda)

Gambar 3. 2 Miftkhul Huda sebagai Dai Konten Kreator

Selain berdakwah melalui platform zoom, Dawwam Sahabat Hijrah juga aktif menjadi kreator dakwah di platform youtube dengan mengangkat tema “Kasmaran” yang diisi oleh Alfian Yusuf. Materi kasmaran secara masif tiap kamis mengadakan *live streaming* dengan durasi kurang lebih 30-50 menit.

“Kedua, Kasmaran karena saya melihat ya di Semarang itu kurang pengajian tentang Keluarga Sakinah kurang. Padahal saya mengamati kalau sekarang ini keluarga – keluarga kaum muslimat itu banyak yang bermasalah. Baik itu mereka orang – orang yang aktif ngaji apalagi yang tidak ngaji, itu banyak sekali masalah. Kita mendapati ada banyak sekali permasalahan yang kadang kala mereka curhat dan konsultasi ke saya. Sehingga

terus saya berfikir kalau kegiatan ini harus kita adakan”.

Bersama tim produksi Dawwam Sahabat Hijrah di Youtube, dakwah digital ini dikemas menggunakan audio visual yang menarik. Tema dan bahasa yang mudah dipahami khususnya generasi muda. Tema tentang rumah tangga ini diangkat, untuk memenuhi permintaan beberapa anggota komunitas yang sering berkonsultasi tentang permasalahan rumah tangga. Materi dakwah yang disampaikan menggunakan beberapa kitab.

“Saya satu karena punya referensi kitab tafsir, dirumah juga ada beberapa ini ya kitab Hadis ya kaya Bulughul Marom. Kedua saya diskusi dengan ustaz yang ada disini, jadi bukan hanya sekedar kemudian saya baca buku karena kan dulu perkataan para ulama kalau seseorang belajar islam dengan buku kan gurunya setan.”

Walaupun Alfian Yusuf aktif dalam berdakwah digital, dalam dakwahnya tidak mengesampingkan dalam pemilihan sumber materi dakwah. Kitab Bulughul Marom, Tafsir Ibnu Katsir adalah salah satu kitab yang dijadikan rujukan, ditambah diskusi dengan guru dalam komunitas tersebut adalah cara Alfian Yusuf untuk

menjaga marwah dalam berdakwah. Melalui caranya, media digital digunakan sebagai media alternatif untuk menyampaikan tafsir Al-Qur'an dan Hadis.

"Kriteria, pertama memiliki akidah yang lurus. Kedua bisa membaca Al-Qur'an dengan tahsin yang benar. Ketiga ketika dia menjelaskan tentang ayat dia harus bersumber pada tafsir yang itu menjadi referensi kaum muslimin. Tafsir – tafsir yang mu'tabar-lah kayak Ibnu Katsir, kemudian tafsir Jalalain dan lainnya. Kemudian, ketika berpendapat itu merujuk pada pemahaman ulama terpercaya. "

Menurut Alfian Yusuf, dai yang memiliki otoritas memiliki beberapa kriteria. Pertama, memiliki akidah yang lurus. Kedua, menguasai ilmu tafsir. Ketiga, merujuk pada ulama terpercaya. Alfian Yusuf melahirkan otoritas keagamaan baru dengan memanfaatkan sumber kitab tafsir secara mandiri dan belum pernah mempelajarinya secara langsung kepada ulama tafsir.

Cara masyarakat memahami tafsir Al-Qur'an dan Hadis melalui media digital atau bukan langsung dari ulama merupakan model pemahaman agama dengan potong kompas. Penyampaian materi terjemahan kitab tafsir Al-Qur'an dan Hadis justru membuka kontestasi

atas kitab suci. Hal tersebut karena tidak adanya sekat dan batas antara orang yang menguasai ilmu agama dan tidak, Antara orang yang memahami tafsir kitab suci beserta seluk beluknya dengan orang yang hanya bisa mengerti kitab suci dari terjemahan yang didapat melalui media digital atau cetak secara mandiri.²⁰³

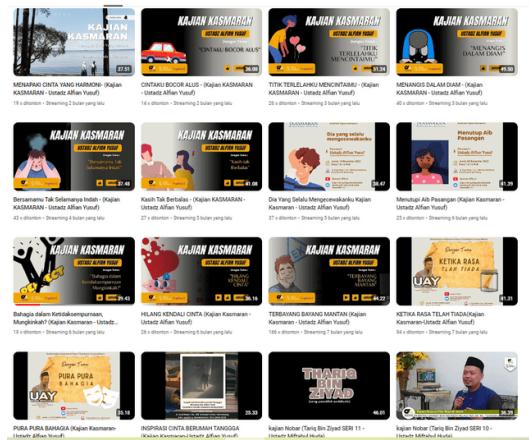
Alfian Yusuf dan Miftahul Huda melalui komunitas dakwah Dawwam Sahabat Hijrah berhasil menegosiasikan agama dan otoritas pada ruang *offline* dan ruang *online*. Alfian Yusuf dan Miftahul Huda berdakwah melalui media zoom dan youtube serta hasil dari dakwahnya dipublikasikan melalui platform Instagram. Pada kesempatan program dakwah virtual “Kasmaran”. Terhitung lima orang hadir secara *offline* namun dalam ruang virtual, penonton kajian “Kasmaran” mencapai 19 *viewers*.

²⁰³ Rizqa Ahmadi, “Kontestasi Atas Otoritas Teks Suci Islam Di Era Disrupsi: Bagaimana Kelas Menengah Muslim Indonesia Memperlakukan Hadis Melalui Media Baru,” *Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat* 15, no. 1 (2019): 22–35.



Gambar 3. 3 Alfian sebagai Dai Konten Kreator

Alfian Yusuf selaku dai milenial di komunitas dakwahnya menganggap penting untuk berdakwah di media digital sehingga komunitas ini bergerak secara masif di platform Youtube-nya.



Gambar 3. 4 Konten Youtube Komunitas Dawwam Sahabat Hijrah

Program atau aktivitas harian yang diadakan adalah mengembangkan unit bisnis angkringan di basecamp dakwah, dan melakukan proses editing dan upload materi kajian dakwah *online*. Kegiatan mingguan berupa pertama, nonton bareng (Nobar) film Islami setiap hari Rabu, jam 18.00-20.00 WIB oleh Ustaz M. Miftahul Huda. Kedua, kajian kasmaran (Kajian Sakinah Mawaddah wa Rahmah Semarang), oleh Ustaz Muhammad Khusnul dan Alfian Yusuf. Program bulanan berupa hapus tato di berbagai lokasi diantanya:

1. Masjid Jami' Jatisari Mijen Semarang (setiap jumat terakhir pukul 08.00-11.30 WIB).
2. Masjid Khoirul Huda, Candisari Semarang (setiap Selasa pertama jam 18.00-21.00 WIB)
3. Arsa Coffee House, Banyumanik Semarang (setiap Jumat kedua jam, 18.00-21.00 WIB)
4. Kab. Pati setiap Sabtu keempat jam 10.00-15.00 WIB
5. Kab. Kudus setiap Ahad keempat jam 10.00-15.00 WIB

6. Kab. Jepara setiap Ahad kedua jam 10.00-15.00 WIB

Serta program tahunan komunitas ini adalah tabligh akbar dengan mengundang *asatidz* nasional.

Pendakwah dari komunitas ini diantaranya:

1. Ust. Muhammad Miftahul Huda: *Sirah*
2. Ust. Muhammad Khusnul: Fikih
3. Ust. Abu Iqbal: Alam Ghaib & Rukiat Syariat
4. Ust. Alfian Yusuf : Kasmaran (Kajian Sakinah Mawadah wa Rahmah Semarang)

Seluruh kajian komunitas Dawwam terintegrasi dengan ruang virtual seperti *live streaming* youtube dan Instagram. Jumlah anggota komunitas ini sekitar 50 orang dengan berbagai latar belakang umum. Mereka merupakan pria atau wanita sekitar usia 17 – 40 tahun. Dawwam sendiri, tidak pernah membeda bedakan masyarakat yang ingin bergabung dalam komunitasnya. Mulanya, Dawwam adalah tempat angkringan untuk anak

muda. Alfian merasa, akan lebih baik apabila anak muda yang telah berkumpul ditambahi dengan ilmu agama Islam yang baik. Hal itu yang mendasari terbentuknya komunitas hijrah di tempat angkringan milik Alfian. Adapun jumlah jemaah pengajian Dawwam sebagai berikut:

1. Nonton Film Islami: ± 40 org
2. Kasmaran *Weekend*: ± 20 org
3. Kasmaran *Satnight* ± 70 org
4. Hapus Tato Masjid Jami' Jatisari Mijen Semarang ± 15 org
5. Hapus Tato Masjid Khoirul Huda, Candisari Semarang ± 15 org

Program tahunan Tabligh Akbar mendapatkan peserta kajian sebagai berikut:

1. Angelina Sondakh di Masjid Ukhuwah Islamiyah Banyumanik: ± 500 org
2. Angelina Sondakh di Masjid Al Mawaddah Tlogosari: ± 300 org

3. Angelina Sondakh di Masjid Jami'Jatisari Mijen: ± 300 org
4. Angelina Sondakh di Masjid Nurul Qomariyah Pedurungan: ± 300 org
5. Ustaz Rifki Ja'far di Masjid At Taqwa Unimus: ± 250 org
6. Ustaz Rifki Ja'far di Masjid Jami'Jatisari Mijen: ± 300 org

Komunitas dawwam yang mulanya bergerak hanya pada kajian *offline*, mulai tahun 2020 mencoba merambah di media digital. Kanal youtube dengan @Dawwamofficial8456 saat ini mendapatkan 296.000 *subscriber* dengan jumlah 225 konten video. Kanal ini rutin membuat konten minimal seminggu sekali khususnya *live streaming* kajian tiap rabu malam. Selain youtube, komunitas Dawwam, memiliki akun Instagram @dawwamsemarang dengan jumlah 2.425 pengikut dan 1.021 konten. Pada akun Instagram, Dawwam memanfaatkannya sebagai media publikasi kegiatan dakwah.

B. Profil Komunitas Santrendelik

1. Sejarah Terbentuknya Komunitas Santrendelik adalah pesantren kontemporer dibawah yayasan Santrendelik yang memberi warna baru dalam pengajaran agama Islam pada anak muda. Komunitas ini didirikan Ikhwan Syaefulloh dan Agung Kurniawan diresmikan Dahlan Iskan pada 2 November 2013. Santrendelik memiliki konsep kajian layaknya angkringan. Santrendelik yang berlokasi di Jalan Kalialang Lama IX Nomor 44, Kelurahan Sukerejo, Gunung Pati, Semarang mem-*branding* kajian dengan “Nongkrong Tobat”.



Gambar 3. 5 Lokasi Kajian Santrendelik

Ikhwan menghadirkan komunitas Santrendelik bersama Agung untuk menghadirkan kembali aktitas

mengaji seperti pada masa kecil. Hal ini dikarenakan Ikhwan merasa semakin bertambah usia justru semakin sibuk dengan masalah duniaawi, sehingga melupakan urusan ukhrawi. Berawal dari diskusi di tempat kerja, Ikhwan dan Agung berniat untuk membentuk komunitas yang diharapkan dapat mengisi kebutuhan ukhrawi khususnya anak muda. Dengan slogan “Tobat”, Ikhwan berharap anak muda mendedikasikan hidup untuk terus memperbaiki diri tanpa unsur paksaan. Santrendelik tidak hanya mengangkat kajian agama, namun juga *science*, cara bergaul dan diskusi umum.

Hal unik yang dimiliki dari Santrendelik adalah pertama, komunitas yang letaknya jauh dari keramaian masyarakat dan fasilitas umum. Hal ini tidak mempengaruhi jumlah peserta yang hadir dalam kajian. Kedua, komunitas yang memberikan dakwah ringan tanpa menghilangkan identitas diri dan fokus dalam memberikan lingkungan yang positif. Ketiga, komunitas yang membuka pertanyaan secara terbuka, bebas dan unik dari *mad'u* kepada dai. Keempat, komunitas yang memperhatikan kepentingan anak muda dengan

mendekatkan diri komunitas dengan sosial media. Ikhwan ini membuat *branding* baru tentang santri yang dianggap kuno, namun sekarang terdapat santri yang modern dan dekat dengan media sosial. Kelima, komunitas ini menciptakan suasana nyaman untuk anak muda dengan fasilitas makanan dan minuman gratis, serta menghadirkan pendakwah yang juga dekat dengan anak muda. Keenam, Santrendelik memiliki *volunteer* sekaligus donatur yang harus siap secara finansial untuk ikut berdakwah dalam setiap kegiatan. Hal ini dikarenakan Santrendelik tidak memiliki kepentingan bisnis atau mencari *profit*. Ketujuh, komunitas Santrendelik berkomitmen untuk menghadirkan pendakwah yang memiliki kualifikasi pendidikan Islam, khususnya dari akademisi. Hal ini dikarenakan, *mad'u* yang menerima adalah anak muda sehingga penyampaian materi harus logis, menghilangkan dogma kuno yang tidak berdasar pada Al-Qur'an dan Hadis.

Santrendelik memiliki misi yaitu "menularkan dan menyebarkan sebanyak mungkin virus tobat. Dengan virus tobat orang akan mulai mendapatkan gejala

mulai dari suka berbagai, hormat kepada orang tua, rajin beribadah, berakhlak baik dan baik terhadap sesama. Visi Santrendelik yaitu mendirikan sebuah prasasti yang berisi sejarah yang akan selalu hidup bermartabat bagi sebanyak mungkin orang sampai hari kiamat. Tobat adalah pondasi dasar dari setiap perubahan yang lebih baik.”²⁰⁴

2. Profil Dai

a. Fakhrudin Aziz: Pemegang Otoritas Keagamaan Cendekiawan dari Perguruan Tinggi

Salah satu dai yang aktif mengisi kajian di Santrendelik adalah Fakhrudin Aziz. Aziz merupakan akademisi dari Fakultas Syari’ah UIN Walisongo Semarang yang lahir di Semarang, 11 September 1981. Aziz menyelesaikan studi S-1 di Universitas Al Azhar, dilanjutkan S-2 dan S-3 di UIN Walisongo Semarang. Eksistensi nya dalam kegiatan dakwah dan organisasi, dibuktikan Fakhuddin Aziz dengan terpilihnya sebagai Ketua Ikatan Sarjana Nahdlatul Ulama Jawa Tengah periode 2023-2028. Aziz juga membentuk majelis taklim

²⁰⁴ Santrendelik, “Tentang Kami ‘Santrendelik,’” 2024, <https://santrendelik.org/tentang-kami/>.

atau pengajian bandongan dengan nama Zawiyah Al Azhar di komplek perumahannya dengan dihadiri para tetangga sekitar, masyarakat umum dan beberapa mahasiswanya.

Berdasarkan latar belakang pendidikan formal keislaman khususnya dari Universitas Al-Azhar, menjadikan Fakhuddin Aziz berkiprah sebagai dai.

“Bapak saya bukan kiai, melainkan guru ngaji dan guru kimia. Tetapi energi positif yang diberikan oleh bapak saya luar biasa, memberikan satu kesan bahwa cari ilmu itu adalah segalanya itu bagi saya suatu modal. Kemudian yang kedua pesantren. Setelah itu, saya ditempa pendidikan bernama Al – Azhar, Mesir. Suatu lembaga yang sangat optimal mecurahkan kasih sayang, para ulamanya itu. Mengajari kita tentang islam yang *rahmatan lil ‘alamīn*, mengajari kita tentang pentingnya memiliki pengetahuan yang luas.”

Bagi Fakhuddin Aziz, lingkungan keluarga yang mendukung sebagai dai dan pendidikan di Al-Azhar sebagai modal menjadi seorang pendakwah. Berdasarkan latar belakang pendidikan, Fakhuddin Aziz adalah pemegang otoritas keagamaan cendekiawan dengan memiliki kualifikasi pendidikan Islam formal yang aktif

dalam komunitas Santrendelik. Mayoritas dai di komunitas ini, sesuai dengan visi misi *founder* adalah akademisi dari universitas Islam.

Pada era teknologi, Fakhuddin Aziz sebagai pemegang otoritas keagamaan cendekiawan tidak menyangkal adanya dai yang menggunakan media digital sebagai sumber atau media dakwah. Bagi Fakhruddin Aziz, dai dari latar belakang pendidikan apapun sudah semestinya memiliki penggambaran diri yang menarik di sosial media, agar dakwahnya dipercaya dan diterima di semua lapisan masyarakat dan usia.

“Sekarang mencari dai yang dia punya personal *branding* itu kan mendatangkan masyarakat lebih gampang, mbak. Kedua, dai yang sudah memiliki personal *branding* memang memiliki virus positif, dalam pengertian bahwa mereka punya kemampuan untuk bisa membawa *audiens* untuk digiring kedalam satu semangat keberagamaan yang baik.”

Dai yang memiliki personal *branding* di media digital menjadi poin penting yang menarik semangat generasi muda dengan memberikan tema dan pandangan sesuai zaman dan usianya namun, tak dapat dipungkiri dai

yang mengandalkan *personal branding* memiliki sisi lain yaitu tidak memiliki pemahaman agama yang mengakar dan komprehensif.

“Agama itu hanya dipahami dengan materi yang bersifat parsial, tidak dalam, tidak mengakar. Makanya menurut saya sisi *plus*-nya ada syiar positif. Tetapi, mereka kemudian tidak diikuti oleh semangat untuk mencapit kematangan hasanah bahwa agama ini harus dipahami satu prinsip yang dimiliki oleh kiai pesantren. Tapi mereka kan engga kenal dengan model – model kaya gitu kan. Makanya sudah saatnya memasifkan dan mempublikasikan dakwah kultural dengan kematangan hasanah, supaya masyarakat ini cerdas.”

Dakwah seharusnya tidak hanya memiliki semangat syiar namun harus diikuti dengan kematangan hasanah yang didapatkan hanya kepada kiai pemilik pesantren. Begitu pula, dakwah konvensional yang dipegang oleh para kiai pondok pesantren sudah seharusnya untuk dimasifkan dan dipublikasikan kembali sesuai dengan segmentasi dakwah oleh generasi muda di media digital, sehingga para kiai juga memiliki *personal branding*. Hal ini menyiratkan bahwasanya media digital bersifat komplementer.

“Digital ini menurut saya sifatnya hanya komplementer saja dan saya termasuk ke yang punya doktrin bahwa mencari referensi di dunia maya atau di berbagai macam platform digital itu bagi saya itu hanya buat pelengkap saja. Tapi bagi saya dengan ekosistem, kultur pesantren dan lembaga itu saya kira menjadi penting.”

Media digital bukan sebagai sumber utama dalam berdakwah. Kalaupun menjadi sumber rujukan, media digital harus dikemas dengan dakwah yang menarik dan sumber yang tervalidasi. Dakwah dalam media apapun harus memiliki dai yang memiliki otoritas dengan menerapkan surah An-Nahl: 125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمُؤْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالْقِيَّٰ هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ عِنْ
صَلَّٰ عَنْ سَبِيلِهِ وَكُفُوْءُ أَعْلَمُ بِالْمُهَمَّدِينَ

Ud'u ilā sabīli rabbika bil-hikmati wal-mau'iżatil-hasanati wa jādil-hum billatī hiya ahsan, inna rabbaka huwa a'lamu biman dlalla 'an sabīlihī wa huwa a'lamu bil-muhtadīn.

“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.”

Fakhruddin Aziz aktif berdakwah di komunitas Santrendelik sebagai tanggung jawab moral sebagai

akademisi dan membantuk komunitas baru Zawiyah Al-Azhar di daerah tempat tinggalnya aktif dalam dakwah media digital dengan sumber dakwah Al-Qur'an, Hadis dan kitab kuning.

Dengan memiliki kemampuan literasi dakwah digital, otoritas keagamaan digital diharapkan mampu menjadi penguat dan pelengkap dari otoritas kegamaaan atau tradisional yang dipegang oleh ulama dan pondok pesantren. Hal ini selaras dengan pendapat Aziz sebagai dai di Santrendelik.

“Digital menurut saya sifatnya hanya komplementer saja dan saya termasuk ke yang punya doktrin bahwa mencari referensi di platform digital itu bagi saya itu hanya pelengkap. Tapi bagi saya dengan ekosistem, kultur pesantren dan lembaga itu saya kira menjadi penting.”

Hubungan antara otoritas keagamaan dan media digital memiliki dua hubungan yang berbeda yaitu hubungan disjungsi dan pemisahan. Serta hubungan kontinuitas dan saling melengkapi. Hubungan disjungsi memposisikan media digital. sebagai faktor perusak dan menganggu otoritas keagamaan tradisional. Hubungan ini

menekankan pemimpin keagamaan tradisional yang menurun untuk mendefinisikan dan menentukan makna dan simbol agama. Hubungan kontinuitas mengacu hubungan otoritas keagamaan dan internet yang saling melengkapi. Bagi komunitas dakwah, para pemimpin organisasi mulai membingkai media digital sebagai bagian dari misi dan strategi komunitas, apabila memposisikan media digital sebagai pelengkap.²⁰⁵

b. Ahmad Tajuddin Arafat: Pemegang Otoritas Keagamaan Cendekiawan dari Perguruan Tinggi

Dai kedua dari santrendelik adalah Tajuddin Arafat. Tajuddin Arafat merupakan akademisi dari Fakultas Ushuluddin dan Humaniora UIN Walisongo Semarang yang lahir di Kudus, 7 Juli 1986. Tajuddin Arafat menyelesaikan studi di program S-3 Studi Hadis di UIN Walisongo. Selain itu, Tajuddin Arafat aktif di berbagai organisasi seperti dewan pembina rumah mualaf, kontributor aktif kanal youtube NU *Online*,

²⁰⁵ Busyro, “Hubungan Agama Dan Internet: Perusak Sekaligus Pelengkap Otoritas Agama,” *Khazanah Multidisiplin* 3, no. 22 (2022).

walisongodotco dan MAJT TV, Anggota komisi fatwa MUI Kota Semarang. Tak hanya itu, Tajuddin Arafat juga aktif dalam menulis artikel ilmiah diantaranya *al-Kunuz al-Makhfiyah fi Siyari Sadatir Ruwat ash-Shufiyah* 3 jilid, *Hudan Nabi ala Ma Ja'a bihi A'raby* (Kumpulan 40 Hadis), *al-Arba'in fil l'tisa' bi Sayyidil Mursalin* (Kumpulan 40 Hadis). Pendakwah milenial selain Fakhruddin Aziz di Santrendelik, juga ada Ahmad Tajuddin Arafat. Sebelum berkuliah S-1 hingga S-3, dia menempuh pendidikan pesantren di Ma'had Ulumisy Syari'iyyah Yanbu'ul Qur'an (MUSYQ) Kudus dari tahun 1999 hingga 2005. Dari latar belakang pendidikan Tajuddin Arafat, bisa dilihat bahwa Tajuddin Arafat memiliki rekam jejak tradisi intelektual tradisional dan dilanjutkan dengan pendidikan di perguruan tinggi islam. Hal ini menunjukkan Tajuddin Arafat memiliki prespektif tradisionalis maupun reformis. Ilmu dasar keislaman yang dikuasainya adalah naḥwu, shorof, balaghah, tasawuf, Hadis, fikih, *uṣūl al-fiqh*, *maṇṭiq*, dan *sirah*. Ilmu keislaman tersebut diperolehnya saat belajar di MUSYQ Kudus. Ilmu keislaman tersebut diperoleh Tajuddin

Arafat dari kitab kuning standar yang dijadikan kurikulum pesantren tradisional di Jawa.

Tajuddin Arafat mulai berminat bergabung menjadi pendakwah di Santrendelik, ketika dalam komunitas tersebut telah terjadi pergeseran ideologi dari kanan (hijrah atau salafi) menjadi lebih moderat.

“Awal dulu sekali itu santrendelik sangat kanan, tema-tema hijrah. Akhir-akhir saya amati, dosen ushuluddin Semarang, masuk. Akhirnya saya masuk, dan ada pergeseran. Saya ikuti polanya karna dia model nongkrong, tidak formal. Orangnya variatif, materinya cenderung pada penguatan semangat orang untuk beragama. Ternyata banyak mahasiswa atau pekerja Semarang yang pingin gairah keagamaannya naik. Kedua, banyak mualaf tetapi tidak punya media untuk mengembangkan keislamannya. Ketiga, paling banyak yang mencari jati diri, mencari tuhan. Nah, orang ini munculnya paska forum. *Orang-orang yang podo stress urusan gak tau solat, piye caranya biar tau gusti Allah.*”

Tajuddin Arafat berminat ikut dalam komunitas Santrendelik karena komunitas tersebut memiliki konsep yang unik. Kajiannya dikemas secara santai dan informal serta menerima berbagai kalangan untuk ikut dalam

kajian tanpa dibatasi aturan berpakaian tertentu, termasuk mualaf yang sedang mencari identitas diri keislamannya serta adanya forum kosultasi secara terbuka. Hal ini yang menarik Tajuddin Arafat untuk bergabung menjadi dai di Santrendelik Semarang, khususnya ketika mengetahui teman sejawat di Fakultas Ushuluddin ikut serta menjadi dai dalam komunitas tersebut.

Dilihat dari latar belakang pendidikan dan alasan bergabung di Santrendelik, Tajuddin Arafat merupakan pemegang otoritas keagamaan cendekiawan. Hal ini dikuatkan dengan Tajuddin Arafat yang merupakan lulusan S-1 Tafsir Hadis, S-2 Studi Islam dan S-3 Hadis-Tasawuf UIN Walisongo Semarang. Menurut Tajuddin Arafat, kapasitas intelektual merupakan aspek penting bagi dai.

“Otoritas keagamaannya adalah penguasaan keagamaan. Aspek intelektual dai-nya itu adalah hal yang paling penting.”

Aspek tradisi intelektual penting untuk diperhatikan bagi seorang dai. Terdapat beberapa saran pedoman bagi generasi intelektual muslim mendatang.

Pertama, umat Islam yang ingin menjadi intelektual harus mempunyai iman yang utuh kepada Tuhan dan memiliki pemahaman yang mendalam tentang Tuhan, seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an. Kedua, intelektual muslim harus memiliki sifat mencintai jalan kebenaran dan berfungsi sebagai mediator antara umat. Ketiga, Intelektual muslim harus melakukan pendekatan terhadap pencarian pengetahuan dengan kecerdasan, logika, dan kesadaran yang berfungsi harmonis. Keempat, intelektual muslim memiliki daya imajinasi yang canggih dalam menghadapi permasalahan dunia Islam. Kecanggihan mengacu pada kebutuhan untuk mengenal secara mendalam bentuk pengetahuan klasik, modern, dan postmodern. Kelima, kaum intelektual harus berupaya mengembangkan pendekatan yang bertumpu pada: mempertahankan prinsip dasar pemikiran Islam dan mendorong evolusi tradisi-tradisi yang mulai usang agar berhasil beradaptasi. Keenam, intelektual muslim berupaya memperbaiki kondisi kehidupan umat Islam dengan mengembangkan ide inovatif, mempublikasikan, mempopulerkan dan melembagakan agar ide inovatif tersebut dapat terlaksana secara sistematis. Ketujuh,

intelektual muslim harus memiliki upaya mengurangi perpecahan sektarian dan antaragama. Kedelapan, intelektual muslim harus menghormati dan mendorong pemikiran independen dan menganut cita-cita kebebasan individu. Kesembilan, intelektual muslim memiliki sikap terbuka terhadap pemikiran pluralistik, membuka dialog dan kritik serta bersedia mengadopsi ide yang diajukan kelompok lain. Kesepuluh, intelektual muslim hendaknya mengapresiasi kualitas estetis, makna budaya, dan makna subjektif dalam seni. Kesebelas, intelektual muslim harus terlibat dan menerjemahkan karya klasik tentang teologi, filsafat, dan tasawuf yang menjadi dasar tradisi intelektual peradaban Islam serta secara terbuka menafsirkan dan mengkritik karya ini untuk mengembangkan metode yang efektif dalam menghasilkan pengetahuan. Keduabelas, intelektual muslim diharuskan mempraktikkan disiplin ilmu yang dipelajari. Ketigabelas, intelektual muslim berusaha untuk menyelaraskan dan mencapai keseimbangan antara ilmu apokaliptik dan ilmu rasional ketika mereka menggunakan ayat Al-Qur'an yang membahas dimensi legislatif dan kosmologis dalam hukum Islam. Terakhir, intelektual muslim harus

menggunakan alat globalisasi untuk terlibat secara efektif dan mendidik umat.²⁰⁶

Selain aspek intelektual, seorang dai harus memiliki aspek tradisional, yaitu dai memiliki sanad keilmuan yang jelas dalam proses transmisi pengetahuan dan memiliki sumber referensi yang otoritatif.

“فتوح (*Futūh*) itu kalau engga otoritatif itu engga mungkin. Kalau dari aspek itu, tradisional atau membuat sanad keilmuan menjadi mutlak dalam proses transfer pengetahuan. Maka *saikun fatah* itu menjadi hal penting.”

Menurut Tajuddin Arafat, dai harus memiliki sanad keilmuan yang jelas. Tradisi belajar mengajar di kalangan umat Islam mengutamakan sanad ilmu menjadi salah satu unsur pokok. Disiplin ilmu apa pun, sanad ilmu akan bermuara kepada Nabi Muhammad. Sanad merupakan mata rantai transmisi yang berkesinambungan kepada Nabi Muhammad. Ilmu Hadis diarahkan kepadanya, demikian pula dengan ilmu tafsir, tasawuf,

²⁰⁶ Ali Unsal, “A New Approach to Islamic Intellectual,” in *Pathways to Contemporary Islam: New Trends in Critical Engagement*, ed. Mohamed Nawab and Mohamed Osman (Amsterdam: Amsterdam University Press, 2020), 77–90.

dan sebagainya. Sanad dalam latar belakang keilmuan umum berarti pembacaan ilmu agama seseorang yang dilanjutkan oleh para ulama secara turun-temurun hingga Nabi Muhammad. Berdasarkan kepentingan sanad keilmuan ini, para ulama menghimpun sanad ilmu mereka dan merangkum ilmu-ilmu agama dari sudut *riwayah* dan *dirayah*, dari sudut *manqul* dan *ma'qul* (yang dapat dipahami pengertiannya) dalam kitab-kitab mereka.

Tradisi sanad keilmuan dan kebolehan ulama untuk mengajarkan, baik secara umum maupun khusus, *dirayah* dan *riwayah*, *tadris wa nasyr*, bertujuan untuk menjaga tradisi dan praktik ulama terdahulu serta menjelaskan latar belakang keilmuan mereka. Tradisi tersebut merupakan praktik *mu'tabar* ulama yang tidak terbantahkan untuk pemeliharaan yang konsisten dari masa ke masa. Ukuran kelayakan ilmiah belajar dan mengajar ilmu agama murni yang seimbang sesungguhnya tidak seperti yang dilakukan oleh para akademisi modern, yang merujuk dan mengukur tradisi Barat. Ukuran kelayakan ilmiah yang sebenarnya terletak pada latar belakang keilmuan seseorang yang

mengajarkan ilmu teologi, baik sanad ilmu, izin mengajarkan *tadris*, dan lain sebagainya yang dijadikan rujukan.²⁰⁷

Terkait dengan sumber keilmuan, Tajuddin Arafat dalam berdakwah menggunakan sumber Hadis nabi yang memiliki narasi berupa kisah, beberapa kitab kuning.

“Saya kalau dari porsi itu masih banyak yang kitab. Kedua meskipun saya ambil konten-konten yang dari media audio visual di youtube atau apapun itu, atau literatur dalam google, paling banyak itu saya ambil dari kitab.”

Maraknya konten dakwah digital, membuat Tajuddin Arafat untuk lebih selektif memilih sumber referensi dakwah. Tajuddin Arafat menempatkan kitab-kitab kuning baik dari ilmu kalam, ilmu hikmah. Alasan Tajuddin Arafat menggunakan Hadis perpola kisah, karena untuk menarik minat *audiens* di Santrendelik dengan berbagai latar belakang. *Audiens* Santrendelik dikenal memiliki latar belakang yang beragam, tidak

²⁰⁷ Zainul Milal Bizawie, “Sanad And Ulama Network Of The Quranic Studies In Nusantara,” *International Journal of Religious Literature and Heritage* 4, no. 1 (2015).

semua *audiens* berasal dari kalangan mahasiswa dan santri. Tajuddin Arafat memilih dalil Hadis yang dengan mudah diterima oleh *audiens* atau *mad'u* di Santrendelik. Hadis berpola kisah ini, Tajuddin Arafat sampaikan secara persuasif.

“Mereka itu hanya pengen ditemenin, beda dengan jamaah yang diluar Ndelik yang saya tau. Kalau yang lainkan, majelis kemudian menerima pengetahuan, ngaji selesai. Ndelik itu mereka datang untuk mencari teman, mereka datang untuk mencari jawaban akan apa yang mereka rasakan. Ndelik itu ada *feedback*-nya.”

Hadirnya berbagai komunitas dakwah baik *offline* maupun khususnya dakwah digital, membuat dakwah menghadapi berbagai tantangan. Terutama permasalahan otoritas keagamaan. Seperti munculnya ustaz baru salafi jihad, salafi wahabi atau gerakan radikal lainnya yang berkontestasi secara ideologi dengan Nahdlatul Ulama di platform youtube.²⁰⁸ Untuk mengatasinya diperlukan cara bijak, salah satunya adalah pendekatan *soft power*. Cara yang diyakini dapat men-neutralisasi masuknya aliran

²⁰⁸ Din Wahid, “Challenging Religious Authority: The Emergence of Salafi Ustadhs in Indonesia,” *Journal of Indonesian Islam* 6, no. 2 (2012): 1978–6301.

yang berkontestasi dengan ideologi bangsa dan agama Islam adalah dakwah komunikatif yang mengedepankan pendekatan persuasif dan dialogis. Komunikasi dapat dianggap efektif bilamana respons penerima pesan mendekati apa yang dikehendaki oleh sumber pesan.

Dalam dakwah persuasif untuk mengubah sikap dan perilaku *mad'u*, harus memperhatikan kredibilitas sumber pesan. Kredibilitas ini mempengaruhi tingkat penerimaan *mad'u* terhadap pemahaman Islam yang inklusif. Kredibilitas dai didapatkan melalui faktor keteladanan, memiliki integritas dan berbagai kelengkapan pengetahuan yang dibutuhkan, memperhatikan isi pesan yang disampaikan.²⁰⁹ Dakwah komunikatif yang bersifat persuasif merupakan dakwah yang memahami cara berpikir dan merasa yang dimiliki oleh *mad'u* sehingga dakwah tersebut dapat menyesuaikan diri dengan kondisi objektif *mad'u* tanpa meninggalkan aspek substansial keagamaan.

²⁰⁹ Usman Jasad, *Dakwah Persuasif & Dialogis* (Ponorogo: Wade Publishing, 2019).

Tajuddin Arafat berupaya memperhatikan kebutuhan *mad'u* dalam Santrendelik. Isi pesan yang disampaikan tidak bersifat formal karena, *mad'u* dalam komunitas tersebut kebanyakan terdiri dari orang-orang yang sedang menjadi pengalaman keagamaan atau identitas diri.

“ Ndelik itu mampu menjawab apa yang mereka serahkan tanpa harus terikat dengan formalitas majelis. Di ndelik, *wong* pakai celana pendek aja itu dateng bahkan yang non muslim pun dateng itu ke Ndelik. Banyak itu mahasiswa, atau dia anak muda, pekerja di Semarang namun tidak punya media untuk mengembangkan pengalaman keagamaannya.”

Kemasan dakwah komunitas Santrendelik yang santai, mendorong dai untuk melakukan dakwah secara persuasif tanpa membatasi siapa yang hadir dalam kajian. Tajuddin Arafat menilai, dengan kemasan santai, dakwah Santrendelik dapat dengan mudah diterima semua lapisan masyarakat baik muslim dan non muslim.

“Saya tidak merasa kalau tidak bisa menjawab itu merasa bodoh. Banyak yang beranggapan kalau dai harus sempurna. Saya bisa merasakan keterbukaan itu. Saya engga bisa, nanti saya coba

cari dulu literturnya, kemungkinan jawabannya akan seperti ini nanti akan saya coba cari kembali referensinya. Saya masih seperti itu, engga jaim.”

Tajuddin Arafat memiliki sifat otoritas keagamaan yang persuasif didorong kultur di Santrendelik yang menganggap tidak semua pendakwah sempurna dan mampu menjawab semua permasalahan. Komunikasi yang dijalin antara dai dan *mad'u* berjalan secara terbuka tanpa mengesampingkan sumber referensi dalam menyampaikan pesan dakwah.

Tajuddin Arafat sebagai pendakwah di Santrendelik sekaligus dosen UIN Walisongo juga mengalami keresahan yang sama.

“Saya mengamalkan atau men-*tabligh* apa yang saya tau, kaji, terima dari guru. Saya merasa siap memberikan tanggung jawab itu, karna saya punya jalur intelektual yang bisa saya pertanggung jawabkan. Minimal aspek akademis saya itu, itu menjadi jaminan otoritas saya, minimal itu. meskipun itu bisa diverifikasi.”

Seseorang yang memiliki kualifikasi dan legalitas pendidikan tinggi khususnya ilmu keislaman maka

memiliki rasa tanggung jawab dan kewajiban untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat sekitarnya.

Sebagai akademisi, Tajuddin Arafat merasa memiliki tanggung jawab besar untuk menyampaikan dakwah dengan mempertahankan otoritas intelektualnya.

“Di desa, kiai siapa itu jelas dirunut, dia itu muridnya siapa-siapa itu ketemu. Orang dateng-dateng engga ada syarat ilmu kemudian langsung isi kajian di kampung pasti dicurigai. Kalau di kota itu engga, *casing*-nya dibuat seperti pendakwah, sorbanan, pecian, meyakinkan, berdalil orang engga akan bertanya kamu dari mana, itu kelemahan dakwah di kota. Permasalahan yang paling utama dari tantangan dakwah di kota adalah memastikan bahwa orang yang menyampaikan itu punya otoritas pengetahuan keagamaan yang bisa dipertanggung jawabkan. Ucapan orang gila di jalan itu bisa saja baik. Kadang orang-orang di pasar itu juga omongannya apik pertanyaannya sekarang adalah bisa dipertanggung jawabkan atau *ora*? Kedua, tidak berkah, kenapa? Kebaikannya hanya di mulut saja.”

Bagi Tajuddin Arafat, masyarakat pedesaan masih mempertahankan otoritas keagamaan tradisional. Mereka mempertanyakan legalitas, kualifikasi pendidikan

pendakwah. Berbeda dengan masyarakat perkotaan tidak mempermasalahkan kualifikasi pendidikan pendakwah. Masyarakat perkotaan sebagai objek dakwah fokus pada isi materi yang sesuai dengan keinginannya. Perilaku keagamaan masyarakat perkotaan yang mengalami perubahan dramatis ini, diakibatkan dari globalisasi dan modernisasi.

Menurut Tajuddin Arafat jika dilihat dalam perspektif ilmu Hadis, dalam berdakwah justru mengutamakan terlebih dahulu siapa dan latar belakang pembicara daripada isi pesannya. Dengan melihat siapa yang berbicara, maka akan didapatkan keberkahan pada ilmu yang didapatnya. Prinsip ini bergeser dengan hadirnya dakwah digital. Menurut Tajuddin Arafat, bahwa hadirnya dakwah digital walaupun dengan konten positif, namun tetap mengaburkan otoritas keagamaan dan ideologi kepentingan dibalik pemilik saluran dakwah digital.

“Dampak positif media digital adalah representasi atau wajah baru dari lisannya Rasul atau *tabligh*. Tinggal kita yang kemudian memberikan konten yang positif. Aspek negatifnya itu ya aspek *shortcut*-nya,

aspek instan, spontanitasnya itu. kalau kita tidak bermain cantik, *crispy*, maka masyarakat akan bosan dan enggan untuk meneruskan belajar agama. Sisi negatifnya adalah otoritas keagamaan jadi sangat absurd engga jelas. Standart siapa yang kompeten untuk mengisi itu tidak jelas karna apa. Ini adalah ruang tanpa batas yang tidak ada sekat-sekat. Otoritasnya tergantung siapa pengelolanya, kepentingannya. Maka, media digital itu adalah bukan apa yang disampaikan tapi siapa yang ada dibalik admininya itu.”

Masyarakat perkotaan yang cenderung mengakses sumber keagamaan melalui media digital, Tajuddin Arafat mengkhawatirkan adanya dakwah digital yang terbentuk dengan berbagai ideologi kepentingan. Berkembangnya dakwah digital memunculkan ideologi yang menentang otoritas keagamaan seperti hadirnya ustaz salafi-wahabi, dan paham radikalisme. Penting bagi audiens dari dakwah digital untuk tidak hanya fokus pada konten positifnya, namun juga menganalisis afiliasi, ideologi dan kepentingan dari saluran dakwah digital.

Munculnya berbagai komunitas dakwah membuktikan bahwa gairah keagamaan anak muda semakin tinggi. Gairah keagamaan yang tinggi dikhawatirkan menggeser paham keagamaan mereka dari

paham Islam yang inklusif menjadi eksklusif, dari paham moderat menjadi ekstrem dan fanatisme buta.

“Di kota itu kecenderungan orang secara emosi ingin memperbaiki pengalaman keagamaan tetapi dia tidak bisa terfasilitasi kepada siapa dia belajar. Maka banyak orang yang mau belajar agama dengan baik jatuh kepada platform tertentu bukan menjadi baik tetapi menjadi tekstual, salafi dan seterusnya. Saya punya pengalaman santri mualaf saya ada satu. Orang mualaf itu kan pengen menata imannya ya, diterima oleh orang seperti itu, dia dijadikan komoditas. *Diporoti* janji nanti mau umrah, hilang semua hartanya. Nah terus apa jadi catatannya, oh ternyata islam *podo wae*, nakal-nakal. Itukan merusak teman kita, jadikan kita harus main cantik juga untuk menggaet mereka. Kalau di kota-kota itu sudah ada kesadaran seperti itu. NU sudah menyadari hal seperti itu. Beberapa temen-temen kita yang punya ruang dakwah yang lebih fleksibel daripada kita di kampus itu sudah memerankan, seakan-akan dia itu mohon maaf ya, orang-orang kanan padahal dalemnya NU. Dia masuk ke ruang-ruang itu tanpa membawa nama ke organisasi tertentu. Kalau di kota kalau organisasi mau Muhamadiyah, NU mau apa ya dia engga mau, maunya yang islam. Itu logika orang kota, *kabeh* islam. Kalau saya pakai nama NU mungkin orang itu akan sungkan.”

Menurut Tajuddin Arafat, masyarakat perkotaan cenderung bersikap netral dan enggan terafiliasi dengan

organiasi masyarakat keagamaan apapun. Mengetahui ini, lebih baik apabila para aktivis dakwah membuat ruang dakwah yang terbuka dan fleksibel dari afiliasi apapun sehingga diperlukan strategi dakwah khusus bagi masyarakat perkotaan dari dakwah textual menjadi dakwah kontekstual. Dakwah kontekstual menyentuh realitas masyarakat, menjawab kebutuhan masyarakat seperti kebutuhan komunitas mualaf, program sedekah jumat, pelatihan wirausaha Islam dan upaya pendidikan. Dakwah kontekstual memposisikan diri untuk melengkapi dakwah textual dengan berupaya menyentuh kesadaran individu bahwa Islam tidak hanya mengajak kepada bagaimana mencapai kesalehan individu melainkan bagaimana kesalehan tersebut dapat terimplementasi secara nyata menjadi kesalehan sosial.²¹⁰

3. Aktivitas Komunitas Dakwah

Sanrendelik menghadirkan dai selebritis seperti Yusuf Mansur, Gus Miftah, Cak Nun, Kiai Kanjeng dan

²¹⁰ Amri Syarif Hidayat, “Membangun Dimensi Baru Dakwah Islam: Dari Dakwah Tekstual Menuju Dakwah Kontekstual,” *Jurnal Risalah* 24, no. 2 (2013): 1–15.

dai lainnya melalui pengajian *offline* dan *live streaming*. Kegiatan ini diisi dengan pembacaan surah Al-Kahfi, dan Akustik sebelum dai hadir untuk memberikan materi. Santrendelik misalnya, menggunakan wacana kekinian sebagai bentuk adaptasi ke budaya baru. Wacana kekinian yang ditampilkan menggunakan diki khas anak muda seperti Mantra untuk Tuan Mama Muda, Gwenchana Ya Rasul, Full Speed Cuan, dan Hidup Hanya Berchandyaa. Melalui program dakwah populer, santrendelik berhasil menyebarluaskan gagasan tentang muslim yang saleh dan modern. Otoritas santrendelik semakin menguat karena program dakwah yang ditampilkan dikemas dengan sentuhan budaya populer, serta memperhatikan profesionalitas bidang keahlian otoritas yang mengisi kajian keagamaan. Pengajian dalam bentuk baru yang dilakukan oleh Santrendelik tidak hanya membahas tentang wacana keislaman, namun juga diskusi tentang budaya, sosial dan politik anak muda. Strategi wacana menjadi penting karena media digital menjadi penentu abtara pembiasaan berama, pendidikan, kesejahteraan identitas nasionalis dan kesenjangan sosial.

Salah satu isu yang diangkat oleh Santrendelik tentang kemerdekaan Palestina, sehingga muncul tema kajian Jalur Gaza = Jalur Surga dan diskusi tentang kepahlawanan dan historis dari Ratu Kalinyamat dengan menhadirkan akademisi ahli sejarah dan anggota DPR RI, yang mengusulkan Ratu Kalinyamat sebagai pahlawan.



Gambar 3. 6 Flyers Kajian Santrendelik di Instagram

Sumber: <https://www.instagram.com/santrendelik/>

Konten dakwah yang diangkat oleh santrendelik adalah contoh dari penggunaan konten lokal dalam konteks global dan transnasional. Mobilisasi subjektivitas baru, reproduksi keprihatinan sudah lama terbentuk melalui media sosial.

Santrendelik mencatat memiliki 16 pengurus serta 8 dai. Santrendelik rutin menyelenggarakan kajian setiap hari kamis malam tanpa dipungut biaya dan disediakan kudapan secara gratis.²¹¹ Kebanyakan pendakwah dari Santrendelik adalah akademisi UIN Walisongo Semarang. Dalam pengajian secara *offline* diikuti mayoritas mahasiswa se-Kota Semarang dengan jumlah pengunjung kurang lebih 100 orang. Ditambah pengajian secara *online* dengan rata rata 78.656 *viewers*. Santrendelik mempunyai kanal youtube @santrendelik dengan 298.000 *subscriber* dan 348 konten video serta 200 hingga 400 *viewers*. Dalam kanal ini, menghadirkan live streaming setiap kamis malam secara rutin. Selain youtube, Santrendelik memiliki akun Instagram dengan 33.100 pengikut dan 1.392 konten per Juli 2024. Akun ini dimanfaatkan sebagai media publikasi kegiatan, cuplikan materi dakwah selama beberapa menit.

²¹¹ Artika Sari, “Berkenalan Dengan Santrendelik, Pesantren Kontemporer Yang Digandrungi Anak Muda,” 2019, <https://inibaru.id/hits/berkenalan-dengan-santrendelik-pesantren-kontemporer-untuk-anak-muda>.

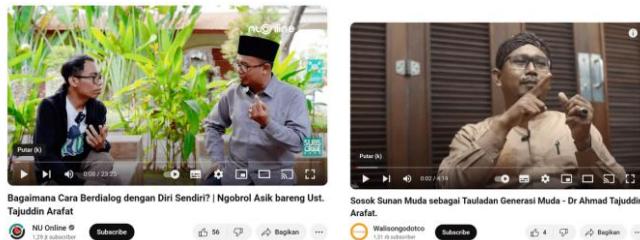
Dai Santrendelik menanggapi adanya fenomena dakwah digital. Dakwah digital terjadi fenomena hiperealitas, misinterpretasi, dan munculnya ustaz baru yang berkontestasi dengan otoritas keagamaan tradisional. Kontestasi antara dakwah digital dengan otoritas keagamaan tradisional, membuat Tajuddin Arafat memposisikan media digital sebagai media saluran dalam berdakwah. Hal yang perlu diperhatikan bagi dai dan *mad'u* adalah konten dakwah digital yang harus memperhatikan ideologi dan orientasi media dakwah digital tersebut.

“Dakwah digital itu hanyalah wasilahnya, problematiknya itukan soal kontennya. Ya kembali itu tadi kepada orientasi mereka itu apa. Berbagi pengalaman keagamaan atau cari *followers* atau cari *bisyaroh/kapital*.”

Pemikiran Tajuddin Arafat termasuk pemikiran optimistik-suportif. Kategori ini memiliki pandangan yang positif terhadap pentingnya internet sebagai media dakwah. Dalam kadar dan batas kemampuan, kelompok ini juga berupaya memanfaatkan media digital sebagai media dakwah. Kelompok ini belum memposisikan dirinya sebagai pengelola atau admin. Hal ini disebabkan

oleh keterbatasan wawasan dan penguasaan fitur media digital. Bentuk partisipasi kelompok ini pada umumnya lebih mengarah pada bentuk dukungan terhadap aktivitas dakwah yang dilakukan oleh pihak lain, diantaranya dengan memberikan respon positif berupa masukan dan saran.²¹² Tajuddin Arafat berkontribusi memberikan konten dakwah positif di berbagai platform youtube yang terafiliasi dengan Nahdlatul Ulama.

“Ya ke NU *online* itu, kemudian walisongodotco itu tentang islam-islam khas Nusantara, khas wali songo.”



Gambar 3. 7 Kontribusi Tajuddin Arafat sebagai Dai Cendekiawan di Media Digital

Tajuddin Arafat merupakan dai cendekiawan yang secara keilmuan memiliki legalitas pengakuan kuat baik dari lembaga pendidikan dan masyarakat sebagai pemegang

²¹² Muhaemin, “Dakwah Digital Akademisi Dakwah.”

otoritas keagamaan cendekiawan tanpa mengesampingkan tradisi intelektual tradisional dari pesantren. Adanya kontribusi Tajuddin Arafat pada kanal youtube NU *Online* dan Walisongodotco menunjukkan bahwa otoritas keagamaan cendekiawan mampu bernegosiasi dengan ruang virtual dan tidak selamanya mereduksi kekuatan dari otoritas keagamaan tradisional. Negosiasi antara media digital, otoritas keagamaan cendekiawan muslim mampu menjadikan otoritas keagamaan tradisional tetap bertahan di media digital. Media digital sebagai wadah baru dalam mengkonstruksi otoritas, memperkuat posisi dan kendali otoritas keagamaan. Ruang terbuka di media digital dan semua otoritas saling berkontestasi mendapatkan pengakuan masyarakat, sehingga dalam berdakwah digital harus dikaitkan dengan konten tentang kajian kritis intelektual tokoh.

Ruang terbuka di media digital mempengaruhi dinamika dakwah khususnya terhadap umat muslim perkotaan di Indonesia. Permasalahan problematis dalam aktivitas dakwah yang terjadi di Indonesia meliputi

masalah dengan akidah, moralitas, intoleransi, sifat hedonisme, individualistik, dan masalah pergeseseran otoritas agama di media digital. Permasalahan problematis dakwah untuk menghadapinya maka diperlukan strategi dakwah untuk menghadapi masyarakat yang kian kritis dan selektif di masyarakat muslim perkotaan.²¹³ Tajuddin Arafat dalam aktivitas dakwah dalam komunitas ini memiliki beberapa strategi diantaranya:

a. Metode Kisah

Metode kisah merupakan cara dakwah kreatif Nabi Muhammad yang dapat menarik perhatian emosional objek dakwah. Kisah yang disampaikan berisi hikmah dan inspirasi yang memerlukan refleksi dan mengindahkan nasehat dan peringatan.

“Strategi saya itu karna aspek yang dia minta itu lebih kepada aspek pengalaman keagamaan. Maka saya itu sering pakai cerita, kisah-kisah bagaimana sih semangatnya orang yang punya dosa tidak pesimis dihadapan Tuhan. Ini ada cerita seperti ini loh, oh

²¹³ Rini Setiawati et al., “Da’wah Among Urban Muslims in Indonesia,” *Akademika : Jurnal Pemikiran Islam* 27, no. 2 (2022): 219.

ternyata saya punya temen yang punya masalah yang sama kaya saya. Saya tuh sukanya pakai itu. Media saya itu pakainya media kisah. Kisah-kisah sufi, kisah kata-kata.”

Pengajaran, dakwah dan komunikasi yang kreatif bersumber dari seumber utama ilmu pengetahuan dalam Islam yaitu Al-Qur'an dan Hadis. Dapat dipahami bahwa Al-Qur'an dan Hadis memberikan keseluruhan rincian penalaran pedagogis. Al-Qur'an dan Hadis adalah sumber utama yang secara jelas menekankan bagaimana pengajaran dan komunikasi kreatif dapat dicapai melalui pemahaman mendalam terhadap ayat-ayat nya dan Hadis sahih Nabi Muhammad.²¹⁴

b. Dakwah Konseling

Tajuddin Arafat dalam berdakwah pada komunitas Santrendelik dengan objek dakwah yang berbagai latar belakang, berusaha untuk meningkatkan kesadaran beragama. Metode dakwah yang cocok untuk

²¹⁴ I F Sulaiman et al., “Creative Teaching: An Islamic Perspective,” *International Journal of Academic Research* 12, no. 1 (2021).

meningkatkan kesadaran keberagamaan menurut Tajuddin Arafat adalah dengan dakwah konseling.

“ Bahkan sampai sekarang ada beberapa jamaah masih komunikasi dengan saya, malah konsultasinya lucu-lucu. “Tadz temen saya ada yang kesurupan” jadi orang itu punya asosiasi aneh-aneh dengan dainya. “Saya tuh sering mimpi buruk seperti ini” nanti saya jelaskan via WA, kalau perlu diperjelas lagi nanti saya telfon. Ya kita kasih jasa-jasa seperti itu, ya itu diterima positif. Jadi ada ruang curhat itu tengah malah setelah kajian. Saya sangat menikmati, saya itu tidak merasa jaim. Jadi ada *feedback* dari mereka. Orang-orang seperti itu, itu dianggap sebagai terapi.”

Tajuddin Arafat mengaku sering dihubungi oleh anggota komunitas, untuk berkonsultasi terkait permasalahannya. Tajuddin Arafat merasa tidak terganggu, karena ini bagian dari salah satu strateginya untuk merangkul anggota komunitas. Konseling islami memberikan kontribusi yang signifikan dalam upaya meningkatkan kesadaran beragama. Konseling islami dapat menjadi pendekatan yang efisien untuk membangun nilai spiritual. Artinya implementasi konseling Islam

sebagai pendekatan dakwah sangat tepat diberikan kepada *mad'u* di Santrendelik.

Selain menjadi dai sekaligus konselor Islam, Tajuddin Arafat dalam berdakwah besikap lebih terbuka, jujur dan transparan dalam menyampaikan pesan dakwah.

“Bahaha ndelik itu mampu menjawab apa yang mereka resahkan tetapi tanpa harus terikat dengan formalitas yang disebut dengan majelis. Di Ndelik wong pakai celana pendek aja itu dateng bahkan yang non muslim pun dateng itu.”

Tajuddin Arafat mencitrakan dirinya sebagai pendakwah muda yang tidak terikat dalam formalitas majelis dakwah dengan ditunjukkan berpakaian non formal.

Dalam kegiatan dakwah, Tajuddin Arafat mengangkat dakwah secara inklusif dan terbuka. Dakwah seperti ini berupaya menyebarkan ajaran Islam tanpa harus menimbulkan konflik baru bagi masyarakat karena dalam masyarakat plural seperti di Kota Semarang, keberadaan adalah realitas yang harus diterima, di mana persepsi terhadap nilai kebenaran juga berbeda. Masing-

masing akan merasa persepsinya yang paling benar, terutama klaim terhadap nilai kebenaran agamanya. Klaim seperti ini justru memantik ketegangan dalam masyarakat. Klaim kebenaran dalam beragama, yang Tajuddin Arafat hindari untuk menciptakan komunikasi dakwah pada komunitas Santrendelik yang dapat diterima semua kalangan objek dakwah.²¹⁵

“Saya beberapa begini “saya ndak tau, jangan saya ke saya” sudah *wes tok*. Tidak merasa kalau tidak bisa menjawab itu merasa bodoh, itu engga. Saya bisa merasakan keterbukaan itu. “Saya engga bisa”, nanti saya coba cari dulu literaturnya, kemungkinan jawabannya akan seperti ini nanti akan saya coba cari kembali referensinya.”

Kejujuran dalam memberikan pesan dakwah adalah aspek yang dijunjung oleh Tajuddin Arafat. Objek dakwah pada komunitas Santrendelik yang berkarakteristik kritis, membuat Tajuddin Arafat bersikap kehati-hatian dalam menyampaikan literatur pesan dakwah.

²¹⁵ Joko Haryanto, “Perkembangan Dakwah Sufistik Persepektif Tasawuf Kontemporer,” *Jurnal ADDIN* 8, no. 2 (2014): 269–72.

c. Penguasaan *Mad'u* dari Berbagai Kalangan

Dakwah yang efektif adalah terciptanya komunikasi yang baik antara dai dan *mad'u*, disertai pemahaman sosiologis, dan psikologis masing-masing dai dan *mad'u* agar tidak terjadi misinterpretasi. Seperti halnya Santrendelik yang memiliki karakteristik *mad'u* yang berpikir kritis.

“Jamaahnya orang Ndelik itu ma’iyah. itu yang didiskuisikan apa sih. Bukan formalnya bukan cara wudhu, cara solat itu engga, *piye* aku bisa khusuk ke Gusti Allah *kayak ngono*. Tema-tema yang unik, ini aku cina tetapi bagaimana aku bisa menjadi hamba-Nya Gusti Allah. Mainnya kalau kita engga bisa, kita akan gagal ke spektrum mereka. Banyak pertanyaan yang konyol-konyol, itu kalau engga siap menghadapi orang yang modelnya tidak bisa ditebak arahnya kemana mesti mikir dua kali.”

Ma’iyah adalah komunitas yang berisi individu yang fleksibel dan artikulatif yang membawa dan menerjemahkan ide tasawuf ke dalam kehidupan sehari-hari. Dalam ma’iyah, kandungan nilai tasawuf sangat terlihat dari perilaku jamaah dan materi yang

disampaikan, walauapun konsep ma'iyah mirip dengan tarekat namun yang membedakan adalah tidak adanya mursyid. Ma'iyah merupakan wadah atau forum untuk memahami konsep tasawuf agar lebih dekat dan lebih dipahami baik.²¹⁶ Sebuah ciri khusus dari kebangkitan Islam di Indonesia adalah mencuatnya kegemaran terhadap tradisi mistik dan ibadah Islam dan bentuk tasawuf (sufisme)²¹⁷.

Strategi dakwah dibutuhkan untuk menghadapi berbagai latar belakang *mad'u*. Masyarakat pedesaan membutuhkan strategi dakwah yang bertujuan untuk membimbing, mengarahkan dan mendampingi dalam mempelajari ajaran Islam dengan berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis.

"Orang kota itu beragama tidak boleh haram halal dalam kajian, ada rincian, ada proses. Saya *intens* mengisi kajian seminggu dua kali di Rutan Gedung Pane. Itu ya gitu orang-orang. Ada yang

²¹⁶ A Yunus and Muhammad Luthfi, "Sufism Practices at Ma'iyahan Emha Ainun Nadjib," 2019.

²¹⁷ Julia Day Howell, *Modulations of Active Piety: Professors and Televangelists as Promoters of Indonesian 'Sufisme'*, ed. Greg Fealy and Sally White, *Researchdirect.Westernsydney.Edu* ... (Singapore: ISEAS, 2008).

bertato dan bertanya ingin sholat, dia bertanya apakah sah solatnya. Maka yang disentuh yang seperti itu jangan yang formalnya dulu. Kalau kemudian dia punya inisiatif menghapus tatonya untuk menuju sahnya sholat itu pilihan, silahkan. Pertimbangannya karena *audiens*, kalau saya sesuai dengan mazhab syafi'i, mereka akan lari."

Menurut Tajuddin Arafat, masyarakat pedesaan yang bersifat homogen masih memegang kuat otoritas keagamaan tradisional dan kesanadan ilmu pendakwah. Berbeda dengan masyarakat perkotaan yang bersifat heterogen dan plural, lebih tanggap dengan teknologi, dan proses yang instan, sehingga lebih meminati dakwah digital sebagai pemegang otoritas keagamaan.

d. Karya Ilmiah sebagai Materi Dakwah bagi Dai Cendekiawan

Intelektual dibagi menjadi tiga yaitu intelektual produktif, intelektual reproduktif, dan intelektual konsumen. Setiap intelektual produktif menghasilkan karyanya di bawah pengaruh keyakinan, bentuk, penggunaan, dan etos prosedur dan produksi yang telah diterimanya dan sebagian reproduksinya. Karya intelektual dihasilkan peran-peran yang dalam

konstitusinya memuat kewajiban untuk menghasilkan karya.

Adanya kewajiban sebagai intelektual dan pendakwah Santrendelik yaitu Tajuddin Arafat selaku akademisi, dia menghasilkan karya ilmiah berupa kitab literasi berbahasa arab yang kemudian dia rujuk kembali menjadi pesan-pesan dakwah yang disampaikan di kegiatan dakwah apapun, khususnya Santrendelik. Kitab hasil karya pribadi Tajuddin Arafat yang dijadikan rujukan dalam berdakwah adalah kitab *Hudan Nabi ala Ma Ja'a bihi A'raby* (Kumpulan 40 Hadis), *al-Arba'in fil l'tisa' bi Sayyidil Mursalin* (Kumpulan 40 Hadis) dan *Badzrus Salam min Kalami Khairil Anam* (Kumpulan 40 Hadis).

Selain aktivitas dakwah Tajuddin Arafat, Fakhruddin Aziz berupaya menghadirkan otoritas keagamaan cendekiawan dengan kualifikasi pendidikan Islam, khususnya Universitas Al-Azhar, tidak menghilangkan otoritas keagamaan tradisional, justru semakin menguatkan bahwa para dai yang berlatar tradisional mampu berjalan beriringan dengan modernitas. Otoritas

keagamaan baru juga memiliki kemampuan agama yang kuat dan secara bersama dapat diterima oleh masyarakat perkotaan.

Fakhrudin Aziz, dai dari komunitas Santrendelik. Dalam dakwahnya berfokus pada komunitas, bukan pada dakwah digital. Fakhrudin Aziz sendiri membentuk majelis taklim Zawiyah Al-Azhar di komplek perumahan Kota Semarang, setiap selasa malam.

“Saya harus memastikan dulu bahwa ilmu yang saya ambil harus bersumber dari mereka yang memiliki otoritas kan begitu. Otoritas ini dalam pengertian satu yang memiliki kedalaman pengetahuan keagamaan yang utuh. Misalkan bagi saya, saya orang yang dibesarkan didalam ekosistem pesantren, saya berguru dengan kiai, saya di didik dengan kekuatan literasi kitab dan saat saya di Al – Azhar kami dihadirkan banyak sekali khazanah keilmuan. Sehingga bagi saya pemahaman keislaman itu *role model*-nya seperti ini.”

Majelis taklim merupakan lembaga keagamaan yang sangat terkenal dan khas untuk menyebarkan agama Islam di Indonesia dan merupakan lembaga pendidikan agama nonformal baik bagi laki-laki maupun perempuan.

Majelis taklim merupakan salah satu kelompok agama terbesar di tanah air dan perkembangannya menjadi salah satu indikator kehidupan beragama dan berkembangnya dakwah Islam di Indonesia. Majelis taklim merupakan salah satu unsur yang menggerakan dunia dakwah melalui siaran keagamaan yang menyasar seluruh segmen umat Islam. Perkembangan majelis taklim cukup pesat dan turut mewarnai keberagaman Islam di Indonesia, baik di pedesaan maupun perkotaan.

Otoritas keagamaan yang dilahirkan Fakhrudin Aziz melalui komunitasnya sendiri dibentuk dari literasi kitab dan pengajaran ulama di Univerisitas Al-Azhar. Tapi, tidak semua alumni Timur Tengah memiliki corak dakwah salafi, seperti halnya Fakhrudin Aziz. Dalam berdakwah, Fakhrudin Aziz cenderung terafiliasi dengan Nahdlatul Ulama. Hal ini bisa dilihat dari figur dakwah yang Fakhrudin Aziz jadikan rujukan. Fakhrudin Aziz juga merujuk pada ulama sebagai bentuk kepatuhan santri kepada kiai. Hal ini yang menyebabkan luasnya peran dan otoritas seorang kiai, yaitu terdapat relasi intelektual yang

diikat dengan rasa emosional seorang guru pada muridnya.²¹⁸

“Ingat pesannya mbah Maimoen ‘ketika *awakmu dadi* kiai, ketika *awakmu dadi* “dai” maka tetaplah bekerja karena rizkimu harus diupayakan dari pekerjaan mu sehingga kamu akan mengurangi rasa tamakmu ketika kamu *ngaji* dan itu yang betul – betul mendarah daging didalam diri saya.”

Fakhrudin Aziz berpendapat bahwa dakwah tidak pantas untuk dikomersialisasikan. Dengan menggunakan sumber rujukan kitab kuning seperti Tuhfatul Madiyah, Fakhrudin Aziz menempatkan komunitasnya untuk tidak terafiliasi dengan organisasi masyarakat tertentu dengan mengusung konsep *wasathiyah* dan tidak melakukan komersialisasi dakwah.

“Karena kajian keagamaan yang saya dapatkan dari Al – Azhar itu memegang prinsip ‘*wasathiyah*’ moderasi beragama, bahwa islam itu adalah agama wahyu yang berdialektika dengan relitas sosiologis tetapi wahyu itu segala – galanya

²¹⁸ Muhtador, “Otoritas Kegamaan Perempuan (Studi Atas Fatwa-Fatwa Perempuan Di Pesantren Kauman Jekulo Kudus).”

diatas kita. Kalau akal sudah mendominasi bagi saya harus di kritisi.”

Model dakwah moderasi beragama sudah banyak ditemui dalam kalangan masyarakat, diantaranya model moderasi beragama berbasis pesantren salaf di Pondok Pesantren Al-Anwar, Rembang. Pola diseminasi pesan tentang moderasi beragama pada kanal youtube Ngaji Ahlussunnah Gus Baha, Ulil Abshar Abdalla dan Al Bahjah TV Buya Yahya.²¹⁹



Gambar 3. 8 Dai Milenial Membentuk Komunitas Dakwah Baru

Dakwah moderasi beragama adalah model yang ideal dan seharusnya dilakukan oleh setiap dai. Moderasi beragama menunjukkan sikap seimbang antara

²¹⁹ Dudy Imanuddin Effendi, Dede Lukman, and Ridwan Rustandi, *Dakwah Digital Berbasis Moderasi Beragama* (Bandung: Yayasan Lidzikri, 2022).

pengalaman beragama pribadi (eksklusif) dan penghormatan terhadap praktik beragama orang lain (inklusif). Upaya-upaya ini dilakukan dan dikembangkan untuk memperluas tren positif dan memelihara perdaban manusia demi terciptanya perdamaian di antara manusia. Moderasi beragama diibaratkan sebagai sebuah jembatan yang menghubungkan realitas masyarakat Indonesia yang plural dan multikultural.²²⁰ Menjadi dai di era digital, menuntut Fakhrudin Aziz untuk mempublikasikan dakwah komunitasnya pada platom digital yang baru ditekuni selama setahun terakhir atau tahun 2022.

” Dengan model reels yang hanya 1,5 menitan, lalu kemudian dengan model youtube, kemudian di instagram. Banyak sebenarnya sisi positif dari media digital itu yang memang secara langsung dalam satu tahun ini sudah saya jadikan sebagai alat media itu dan dulu ketika Zawiyah Al – Azhar itu saya rintis hanya untuk kompleks perumahan saya di BSB itu ternyata Alhamdulillah bisa diterima oleh masyarakat justru dari kebetulan. Coba lihat saya itu kan tidak pernah, bukan tipe orang yang kemudian dimana saya punya pengajian lalu *flyernya* saya jadikan status itu

²²⁰ Nasution, *Moderasi Beragama Di Era Disrupsi Digital* (Bengkulu: CV. Zegie Utama, 2020).

engga, engga saya banget lah. Jadi saya ingin sealamiah mungkin tapi ketika banyak masukan – masukan supaya ini lebih masif dan bisa dimanfaatkan orang barulah satu tahun ini saya merambah melalui *channel youtube*.”

Bagi Fakhrudin Aziz, media digital harus dimanfaatkan sebaik mungkin khususnya dalam berdakwah. Media digital bukanlah media arus utama yang digunakan Fakhrudin Aziz untuk berdakwah. Fakhrudin Aziz lebih cenderung menyukai model otoritas keagamaan tradisional dengan berguru dan belajar secara langsung tanpa ada publikasi undangan untuk menghadiri majelis tersebut. Tanpa adanya publikasi media digital, Fakhrudin Aziz bersama komunitas dakwahnya mampu mendatangkan 100 jemaah dari komplek perumahan di Kota Semarang.

C. Profil Komunitas UKKI Unnes

1. Sejarah Terbentuknya Komunitas Unit Kegiatan Kerohanian Islam (UKKI) Univeristas Negeri Semarang merupakan lembaga dakwah kampus tingkat universitas yang berstatus unit kegiatan mahasiswa (UKM). UKKI Unnes lahir pada

tanggal 7 Februari 1988. UKKI Unnes berlandaskan Al-Qur'an dan sunah dan merupakan organisasi yang berasaskan Islam. UKKI Unnes sebagai wadah aktivitas dakwah yang berada di lingkungan kampus Universitas Negeri Semarang yang bertujuan untuk mengupayakan terwujudnya kampus yang religius, ilmiah dan edukatif. Lembaga ini merupakan tempat bagi aktivis dakwah untuk membangun kembali identitas islam dengan meneguhkan unsur persatuan, persaudaraan dan kekuatan islam untuk mewujudkan *ummatan wahidah*. Dengan harapan memperkuat fikrah dan syariat islam serta mewujudkan islam yang *rahmatan lil 'alamain*.²²¹

Susunan pengurus UKKI adalah pengurus harian, departemen kaderisasi, pembinaan dan kajian, pelayanan umat, media, ekonomi kreatif, dan keputrian.²²² Pada tahun 2020, Komunitas ini menggagas program Kajian Ahad Pagi yang diselenggarakan secara bergilir di tiap

²²¹ Asep Iwan Setiawan, "Efektivitas Dakwah Fi'ah: Studi Model Dakwah Pada Lembaga Dakwah Kampus.," *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 5, no. 8 (2011): 541-574.

²²² Dhoni Zustiyantoro, "UKKI Berharap Unnes Jadi Kampus Madani," 2014, <https://v8.unnes.ac.id/berita/ukki-berharap-unnes-jadi-kampus-madani.html>.

fakultas. UKKI Unnes sendiri bertekad menjadikan Unnes sebagai kampus madani.

Pada kepengurusan UKKI Unnes tahun 2024 dengan tagline “Cahaya Peradaban Siap Bersinar”, UKKI mengangkat visi yaitu, menjadikan UKKI Unnes sebagai wadah aktualisasi diri aktivis dakwah kampus melalui syiar Islam yang adaptif, inovatif, dan inklusif sesuai kebutuhan guna mewujudkan lingkungan kampus yang bernafaskan nilai-nilai Islam. Adapun misinya yaitu pertama, mewujudkan ukhuwah antar fungsionaris yang erat melalui berbagai kegiatan internal yang menyenangkan dan bernafaskan Islam. Kedua, mencetak kader dakwah yang adaptif, inovatif, dan terampil melalui sistem kaderisasi dan pembinaan yang sesuai dengan kondisi zaman. Ketiga, responsif terhadap berbagai isu skala kampus, nasional hingga internasional, khususnya isu-isu keislaman. Keempat, memasifkan syiar Islam baik di lingkungan kampus hingga nasional melalui kegiatan yang menarik, sesuai dengan kebutuhan dan kondisi objek dakwah. Kelima, penguatan finansial melalui *fundraising*

yang kreatif dan inovatif. Adapun susunan kepengurusan sebagai berikut:

Ketua: Nurharianto Jayadi

Wakil Ketua: Hafidz Jembar Ginayuh

Bendahara: Qanita Najla Nazhifa dan Amanda Elma Triana

Koordinator Akhwat Pengurus Harian: Farah Aida Fitrotur Rahmah

Sekretaris: Dewi Shinta Putri Rachmadany dan Intan Ayu Destiani

Biro PHBI: Adiansyah, Prita Aulia, Syifa Imaninur, Nurul Hikmah, Shafa Marvel, Muhammad Ridwan

Biro MIO: Zainal Abidin, Zahroh Nur Azizah, Herlinda Oktavianingrum, Aulia Nurul dan Ghaida Raisya.

Biro Data dan Analisis: Alif Najmi Raihan, Maliqa Aulia, Dinda Melati, Inayah Nafisah, Marsabila Antikasari,

Biro Training: Muhammad Arifudin, Estri Banjaransari, Nurul Khofifah, Annisa Nur Arifah.

Biro Komunikasi Informasi: Muhammad Afi Adani, Widasawara Agustin, Najwa Putri, Anis Choerun Nisa, Anita Fitriani, Distia.

Biro Ekonomi Kreatif: Zaid Habibullah, Khairunnisa, Aisah Permata, Eva Septianingsih, Ammara Syifa, Purwanti, Luthviatul Fitriya.

Biro Pelayanan Umat: Syamsul Azhar, Dina Buana, Inayah Nurila, Taqiya Arruhma, Umi Priyatni, Azqia Noviatun Nisa.

Biro Strategis: Amadela Andra, Siti Nurhalimah, Irsyad Wiguna.

Biro Kemuslimahan: Sri Agustianingsih, Yeni Febiola, Fadilah Nur Maulida

Biro Syiar: Senja Aprecia, Tsania Nur Fadhilah.

Biro Pembinaan: Bayu Aji, Mahima Umaela

Biro Kaderisasi: Muhammad Misbahul Muttaqin, Aida Zahra

Biro Mentoring: Bertha Djunmiar, Afaf Nur.

Pada kepengurusan UKKI Unnes 2024 tercatat 102 orang pengurus UKKI. UKKI Unnes memiliki akun Instagram @ukki_unnes dengan 2.243 pengikut dan 86 konten per Juli 2024. Pada akun ini tidak terlihat kegiatan dakwah, hanya sebatas sebagai media publikasi *press release* organisasi diantaranya rapat kerja, kegiatan tahsin dan *mentoring*, aksi kemanusiaan Palestina, serta kegiatan media partner. Terdapat beberapa biro atau departemen yang memiliki kanal digital di Instagram diantaranya: @kemuslimahan_unnes, @gradikaunnes, @kastrat.uq, @uqstoreeee, @sm_ukki, @mentoring.nes.

2. Profil Dai

a. Muhammad Sokheh: Pemegang Otoritas Keagamaan Cendekiawan dari Perguruan Tinggi Muhammad Sokheh adalah salah satu dosen sejarah di Unnes yang memiliki semangat untuk berdakwah, khususnya dalam kajian ahad pagi di UKKI Unnes. Dakwahnya terjadi secara mengalir pada pengalaman organisasi dan termotivasi dari kakeknya yang seorang dai di kampung. Untuk mengembangkan kemampuannya dalam berdakwah, Muhammad Sokheh

mengikuti kursus bahasa arab, Al-Qur'an, kitab kuning, pelatihan dai, dan mengisi kajian dakwah sesuai dengan kapasitasnya di bidang *sirah* atau sejarah. Pendidikan dan organisasi adalah dua hal yang membentuk Sokheh menjadi dai di kalangan komunitas mahasiswa. Kualifikasi pendidikan S-3 Sejarah Peradaban Islam di Universitas Teknologi Malaysia dan berbagai organisasi seperti Ikatan Dai Indonesia adalah modal Sokheh dalam berdakwah. Melihat hal tersebut, Sokheh mendapatkan otoritas keagamaan dari jurusan keislaman pada perguruan tinggi umum.

Muhammad Sokheh merupakan pria kelahiran Magelang, 9 Maret 1980. Sokheh mengawali pendidikannya di SD Rambeanak 1 Mungkid. Setelah menyelesaikan sekolah dasar, masih dalam daerah yang sama, Muhammad Sokheh melanjutkan pendidikan di SMP 1 Mungkid dan SMA 1 Muntilan, Magelang. Selama bersekolah, Sokheh menunjukkan ketertarikan pada ilmu Sejarah. Hal ini yang mendorong Muhammad Sokheh untuk melanjutkan studi S-1 Ilmu Sejarah Unnes, S-2 Ilmu Sejarah Universitas Gadjah Mada namun, pada

tingkat S-3, Muhammad Sokheh berupaya untuk lebih memperdalam ilmu Sejarah khususnya dalam perspektif Ilmu keislaman dengan menempuh studi S-3 Sejarah peradaban Islam di UTM Malaysia. Sokheh tidak hanya giat dalam bersekolah, namun juga aktif dalam organisasi. Hal ini dibuktikan dengan tercatatnya Sokheh sebagai pengurus Persatuan Pelajar Masyarakat Sejarah Indonesia di Malaysia, Pusat kajian Politik Lokal dan Kebijakan Publik, Lembaga Peduli Remaja Mitra Cendekia Muda. Sokheh juga tergabung dalam Ikatan Dai Indonesia bidang Sejarah.

Berdasarkan latar belakang pendidikan, Muhammad Sokheh merupakan pemegang otoritas keagamaan cendekiawan dari perguruan tinggi umum.



Gambar 3. 9 Lokasi Kajian "Pemimpin yang Ideal di Era Kontemporer Berakar pada Politik di Zaman Nabi" di Masjid FIPP Unnes

Selain jenis otoritas keagamaan Muhammad Sokheh berasal dari jurusan keagamaan dari perguruan tinggi umum, Muhammad Sokheh mengungkapkan bahwa sumber otoritas keagamaan tetap didapatkan dari para guru dan kiai di kampung halamannya, didukung dengan literasi ketika perkuliahan dan dilengkapi dengan media digital.

Media digital bagi semua pihak tidak bisa dihindari untuk diambil manfaat dalam mengambil sumber rujukan dakwah namun, dalam mengambil rujukan dakwah melalui media digital harus memperhatikan, pertama; konsistensi kebenarannya. Konten media digital harus dilihat sebagai informasi, bukan pengetahuan sehingga, apa yang disampaikan oleh media digital harus

terkonfirmasi kebenarannya. Hal ini menjadi tantangan bagi ulama sebagai pemegang otoritas keagamaan yang utama untuk mampu bersanding, beradaptasi dan berintegrasi dengan media digital. Ulama mampu untuk memverifikasi dan memvalidasi kebenaran informasi tentang agama di media digital sehingga konten media digital dapat dipertanggungjawabkan.

Tingkat literasi media dan pemahaman agama generasi muda Indonesia pada tahun 2020, tergolong masih rendah. Hal ini dapat menjadi celah disminasi informasi yang bertendensi kepada perilaku intoleran. Hal ini merujuk pada status literasi digital Indonesia yang masih berada pada poin 3,7. Kebutuhan generasi muda terhadap ajaran agama tidak berbanding lurus dengan pola pikir dan sikap kritis, sehingga cenderung mudah menerima informasi keagamaan apapun. Pada akhirnya, filter informasi ini tidak berjalan dan menimbulkan perilaku destruktif baik pada tingkat individu, antar-individu, maupun pada tingkat komunitas.²²³

²²³ Dudy Imanuddin Effendi, Lukman, and Rustandi, *Dakwah Digital Berbasis Moderasi Beragama*.

Muhammad Sokheh menciptakan otoritas keagamaan cendekiawan. Hal ini Sokheh memiliki rasa simpati terhadap dakwah kampus yang seharusnya kajian dakwahnya diisi oleh narasumber yang kompeten.

“Salah satu keprihatinan saya ya masih ada dakwah-dakwah kampus yang seharusnya di isi dosen atau ustaz yang lebih kompeten akhirnya mahasiswi sendiri, bab tema-nya ya meneladani Rasulullah, itu ternyata mahasiswa sendiri, jadi itu apakah itu pantas.”

Bagi Sokheh, mahasiswa belum saatnya dan belum kompeten untuk mengisi kajian dakwah sehingga Sokheh menekankan perlu dorongan dari pihak akademisi atau ahli agama untuk terjun langsung kedalam dakwah kampus. Adanya dorongan ini maka diperlukan pengembangan kemampuan dai agar terus berkembang harus didukung oleh pemimpin dalam komunitas dakwah diantaranya yaitu pertama, pemimpin dakwah memiliki perencanaan dan pelatihan dakwah, kedua; menghadiri program pelatihan dakwah, ketiga; menyediakan sumber daya dan bantuan logistik serta prasarana lainnya, dan

keempat, adalah membuat kebijakan untuk mengenali dan menghargai individu yang ingin berkembang.²²⁴

Alasan lain Muhammad Sokheh melahirkan otoritas keagamana baru adalah adanya hiperrealitas dakwah.

“...Kita hidup di era hiperrealitas. Realitas bisa dibuat lebih, kita hidup di era masa kebenaran yang benar jadi kelihatan salah, yang salah karena di kemas menjadi *branding* yang bagus jadi kelihatan benar. Jadi diperlukan *personal branding* yang memiliki substansi yang kuat.”

Hiperrealitas ditunjukkan melalui media yang membesar-besarkan kenyataan, sehingga menjadi kenyataan dan menjadi tidak jelas. Bahasa dalam konten media, menunjukkan bahwa telah terjadi peristiwa luar biasa.²²⁵

Fenomena digitalisasi agama mungkin memunculkan fleksibilitas beragama. Para santri sedikit banyak merasakan hal ini. Salah satunya terjadi pada

²²⁴ Setiawan, “Efektivitas Dakwah Fi’ah: Studi Model Dakwah Pada Lembaga Dakwah Kampus.”

²²⁵ Ratna Istriyani, “Media: Causes and Strategies To Overcome Islamophobia (Psychological and Sociological Study),” *QIJIS (Quodus International Journal of Islamic Studies)* 4, no. 2 (2016): 201.

semakin mudahnya akses terhadap buku-buku klasik dari berbagai disiplin ilmu yang sebelumnya cukup sulit diakses karena terbatasnya perbendaharaan buku-buku klasik versi cetak. Begitu pula para santri dapat dengan mudah mendapatkan wawasan keilmuan dari para ustaz yang ilmunya dapat diakses dari media internet. Fenomena tersebut belum cukup untuk mampu menggeser kewibawaan kiai itu sendiri. Pasalnya, ruang pesantren sebagai lahan yang menjadi landasan habitus santri telah menginternalisasikan secara mendalam budaya menghargai kiainya, bukan orang lain. Terbatasnya ruang digital yang mereka akses membuat keintiman mereka dengan otoritas agama produk digital menjadi relatif jauh karena itu, kewibawaan kiai tidak tergantikan.²²⁶ Hal ini diungkapkan oleh Sokheh bahwa:

“Sekarang generasi-generasi dibawah saya kalau baca buku macam-macam ke perpus ke mana itu mereka gak mau, maunya yang udah dari sini, kalau kita gak ngikutin kaya gini ya mereka bodoh-bodoh, karena nanti sisi lain, konten lain nanti masuk kesini, gimana ini nanti mungkin

²²⁶ Harnadi, Siahaan, and Hilmy, “Pesantren and the Preservation of Traditional Religious Authority in the Digital Age.”

tugasnya para ulama yang punya kapasitas pada sisi-sisi validasi memverifikasi itu, itu mampu bersanding dan beradaptasi berintegrasi dengan ini, jadi nanti tetap ke-sahihan dari pada *sources* atau sumber-sumber itu walau sudah *convert* disini tetap bisa di pertanggung jawabkan.”

Pendampingan ulama diperlukan dalam mengawasi lahirnya otoritas keagamaan digital, namun juga diperlukan peran pemerintah dan lembaga yang memiliki kapasitas untuk mengendalikan aliran informasi di media digital khususnya bidang dakwah. Dalam upaya ini, Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui fatwanya memainkan tugas penting. Akademisi dan praktisi dakwah juga berperan dalam mensosialisasikan kepada masyarakat pentingnya etika dalam bermedia digital.²²⁷

Pada tahun 2019 Setara Institute menyebut terdapat 10 kampus yang terpapar paham radikalisme. Paham ini masuk melalui kelompok Islam eksklusif melalui organisasi seperti lembaga dakwah kampus. Diantaranya adalah Univeristas Indonesia, Institut

²²⁷ Muhammad Minanur Rahman, “Fatwa MUI , Kontrol Sosial Dan Hatespeech Di Ruang Digital,” n.d., 113–24.

Teknologi Bandung, Universitas Gadjah Mada, Univeristas Negeri Yogyakarta, UIN Jakarta dan Bandung, Institut Pertanian Bandung, Universitas Brawijaya, Universitas Sam Ratulangi dan Universitas Airlangga. Kelompok keagamaan ekslusif ini menjadikan masjid dan musala sebagai basis kaderisasi.

228

“Salah satu keprihatinan saya ya masih ada dakwah-dakwah kampus yang seharusnya diisi dosen atau ustaz yang lebih kompeten akhirnya mahasiswa sendiri, padahal mereka belum menguasai materi dengan baik.”

Hal ini yang mendorong pendakwah dari kalangan akademisi, Muhammad Sokheh untuk giat melakukan dakwah kampus menggunakan otoritas keagamaan yang dipegang. Agar dakwah kampus diisi oleh pendakwah yang mumpuni.

²²⁸ Alfian Abdi Putra, “Setara Institute Sebut 10 Kampus Terpapar Paham Radikalisme,” Tirto.id, 2019, <https://tirto.id/setara-institute-sebut-10-kampus-terpapar-paham-radikalisme-d9nh>.

b. Rizal Fadli Nurhadi: Pemegang Otoritas Keagamaan Tradisional

Kajian Ahad Pagi Unnes, juga menghadirkan Rizal Fadli Nurhadi sebagai dai. Dia merupakan pendakwah muda yang diundang untuk mengisi kegiatan *Islamic literacy trainning* di Masjid Ulil Albab Unnes. Rizal Fadli Nurhadi merupakan pendakwah muda kelahiran Bandung, 1 September 1992 yang berlatar pendidikan sekolah menengah pertama hingga sekolah menengah atas di East Preston Islamic College Australia, setingkat pondok pesantren. Rizal Fadli Nurhadi tidak menempuh pendidikan perguruan tinggi. Rizal Fadli Nurhadi merasa di Australia sudah belajar secara mendalam ilmu keislaman. Dia juga mengikuti pendidikan islam non formal di Australia, Islamic Online University. Pada lembaga pendidikan ini, dia mempelajari kitab Fathul Bari karya Ibnu Hajar Asqalani, seorang ulama mazhab Syafi'i, sebanyak 15 jilid kitab. Hal ini yang memotivasi dia untuk berdakwah khususnya membahas masalah fikih kepada anak muda.



Gambar 3. 10 Rizal Mengisi Kajian di Unnes

Pendakwah yang memegang otoritas keagamaan tradisional adalah Rizal Fadli Nurhadi dari UKKI Unnes. Menurutnya, pendakwah yang memiliki kriteria pemegang otoritas keagamaan haruslah individu yang memiliki pemahaman tentang Al-Qur'an dan Hadis, berpegang pada ulama yang bersanad kepada Rasulullah. Rizal Fadli Nurhadi berpegang teguh pada ajaran kitab kuning. Kitab kuning menjadi *trade mark* bagi keilmuan Islam tradisional yang mendapatkan posisi sebagai pelengkap dari keberadaan ulama. Kitab kuning merupakan himpunan kodifikasi tata nilai yang dianut, maka ulama adalah penonifikasi yang utuh dari sistem tata nilai tersebut. Seseorang dianggap sebagai ulama atau kiai, apabila telah mamahami dan mendalami secara

komprehensif ajaran kitab kuning tersebut. Untuk memenuhi prasyarat ini, maka seorang ulama atau kiai harus memiliki sanad keilmuan yang mutawatir dengan generasi sebelumnya.²²⁹ Kitab kuning menjadi salah satu identitas keulamaan dalam tradisi Islam tradisional, sehingga dianggap otoritatif.

Untuk menjadi seorang dai dibutuhkan seseorang yang memiliki pemahaman terhadap Al-Qur'an dan Hadis, ikut menyandarkan pendapatnya dengan para ulama terdahulu seperti Ibnu Hajar, Imam Nawawi, Imam Syafi'i, Abu Hanifah, Imam Ahmad dan ulama lainnya.

"Pemahaman terhadap quran dan Hadis harus sesuai dengan pamahaman para ulama yang lurus, ulama yang lurus tuh jelas sih sahabat Nabi Muhammad pertama. Kemudian Tabiin dan juga ulama – ulama yang memang sudah diakui sebagai ulama yang lurus. Dan itu banyak nama – namanya, Ibnu Hajar, Imam Nawawi, Imam Syafi'i, Abu Hanifa, Imam Ahmad, ulama- ulama yang dikenal di dunia islam."

²²⁹ Damanhuri, "Kitab Kuning: Warisan Keilmuan Ulama Dan Kontekstualisasi Hukum Islam Nusantara," *'Anil Islam: Jurnal Kebudayaan Dan Ilmu Keislaman* 10, no. 2 (2017): 237.

Dai harus memiliki kemampuan *public speaking* yang baik, memahami fikih dakwah. Rizal Fadli Nurhadi sendiri untuk mendapatkan kemampuan dalam berdakwah sehingga dipercaya oleh masyarakat, diperoleh dari lembaga pendidikan Islam di Australia dengan bimbingan guru seperti Syekh Bilal As'ad di Melbourne. Otoritas keagamaan seorang dai tidak bisa diukur dan dilihat dari kualifikasi pendidikan Islam seseorang karena kualifikasi pendidikan tidak memperlihatkan seberapa dalam seseorang memahami keilmuan, apalagi kualifikasi pendidikan dapat dimanipulasi. Otoritas keagamaan juga tidak memandang berdakwah atau mengambil sumber dakwah melalui media digital atau bukan. Terpenting, sumber dakwah yang diambil memiliki kredibilitas dan individu memiliki kemampuan literasi media dengan baik, serta membandingkan dengan apa yang dikutip dalam Al-Qur'an, Hadis atau kitab para ulama. Seorang dai harus memiliki sikap jujur dalam menyampaikan ilmu agama sesuai kapasitasnya.

“Saya belajar dulu waktu di Australia di pesantren ya namanya East Preston Islamic College, pertama

itu belajar di Australia dengan Syech Bilal As'ad itu dari Melbourne dan ada Abu Hamzah, ada beberapa ulama lain. Tetapi saya engga ada pendidikan formal dalam hal islamnya. Saya engga bisa menggeneralisasi, yang saya melihat sebagian orang – orang yang punya gelar sudah level S-1, dari segi keilmuan ternyata mereka masih lebih sedikit dari saya”.

Berdasarkan latar belakang pendidikan, Rizal Fadli Nurhadi termasuk pemegang otoritas keagamaan tradisional, karena berasal dari pesantren di Australia dan memegang sumber dakwah kitab kuning tradisional. Dia beranggapan tidak semua pendakwah dengan kualifikasi pendidikan ilmu keislaman mampu menjawab permasalahan sosial dan agama di masyarakat.

Sebagai seorang dai milenial, harusnya dituntut untuk mengikuti perkembangan dakwah digital. Rizal Fadli Nurhadi sendiri, melakukan konsistensi dalam berdakwah di media digital. Ruang lingkup dakwahnya seperti dasar ilmu tauhid dan akidah dan fikih. Media digital dipilih untuk berdakwah karena dapat menjangkau masyarakat luas dan tetap memperhatikan sumber pesan dakwah.

“Saya berusaha untuk rutin setiap hari postingan untuk dakwah, karena postingan saya sudah terstruktur mba yaitu saya akan fokus mengajarkan umat dengan ilmu tentang rukun iman, ilmu tentang rukun islam, dan ilmu tentang halal haram yang ada disekitar kita. Contoh misalnya lagi viral makanan nato, nah saya bahas tentang hukum nato kaya gitu. Tentang masalah sholat banyak orang yang wudhunya salah, mandi junubnya salah maka saya bikin konten tentang itu.”

Motivasi Rizal dalam berdakwah dikarenakan munculnya kelompok pembenci Islam atau Islamophobia dan kelompok intoleran terhadap perbedaan pendapat fatwa atau ulama. Kelompok seperti itu, harus di rangkul bukan dijadikan sebagai musuh.



Gambar 3. 11 Konten Rizal sebagai Dai Konten Kreator

Rizal Fadli Nurhadi aktif dan masif membuat konten dakwah di platform Instagram dengan 78.400 *followers* dan 281 konten dakwah. Dengan latar belakang pendidikan Islam kepesantrenan di Australia, Rizal Fadli Nurhadi tertarik dakwah digital karena keprihatinannya terhadap munculnya kelompok intoleran terhadap Islam dan berniat untuk meluruskan paham agama yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadis.

Dakwah digital sendiri memang memiliki kelebihan dan kelemahan. Adapun kelebihannya antara lain: Pertama, media digital merupakan media yang

terbuka dan demokratis, artinya setiap orang bisa mengakses informasi secara bebas, termasuk mengenai Islam. Kedua, sifatnya interkoneksi menjadikan internet sebagai media yang bebas jejaring komunitas dan dapat digunakan sebagai media komunikasi antar umat tanpa tersekat oleh golongan, bangsa, ras, geografis, dan lain-lain. Ketiga, dakwah digital memberikan visualisasi menarik. Keempat, segala bentuk informasi yang disampaikan pada media digital dapat diarsipkan atau disimpan. Kelima, dakwah digital dapat dilakukan melalui sistem jejaring, multi arah dengan memasuki komunitas virtual yang ada.

Sementara kelemahannya yakni: Pertama, identitas pengelolas situs dakwah Islam terkadang masih diragukan terkait kredibilitas dan kapasitas pemahaman tentang Islam. Kedua, jika tidak ada proses penjagaan secara substansial mengenai ajaran Islam, dikhawatirkan terjadi pembauran dan kecaburan makna ajaran Islam. Ketiga, tidak semua pengguna media digital memiliki sikap kritis, budaya literasi dan budaya autentik tentang ajaran Islam. Keempat, media digital yang terbuka,

terkadang lebih mengedepankan imajinasi populer. Termasuk dalam wacana Islam, para pengelola terkadang menguatamakan tampilan dibanding pesan dakwahnya.²³⁰

Rizal Fadli Nurhadi sebagai pendakwah dari UKKI Unnes berpendapat bahwa seseorang yang memiliki ilmu, berkewajiban untuk melakukan transmisi keilmuan kepada orang lain agar lebih bermanfaat.

“Lebih kepada merasa lebih ada amanah ilmu yang harus disampaikan, ketika saya sudah tau ilmu yang saya pegang ini benar, saya yakin sudah ada penjelasan ulamanya lalu saya melihat ada orang – orang yang salah. Itu dorongan saya untuk menyampaikan.”

Tanggung jawab juga dibebankan kepada generasi milenial khususnya yang berperan sebagai agen perubahan.

3. Aktivitas Komunitas Dakwah

Rizal Fadli Nurhadi yang berlatar pendidikan Islam di Australia, merambah dakwah digital untuk memperkuat otoritas keagamaan tradisional yang dia

²³⁰ Dudy Imanuddin Effendi, Lukman, and Rustandi, *Dakwah Digital Berbasis Moderasi Beragama*.

pegang. Dia fokus pada materi fikih di platform media sosialnya dan membuka konsultasi fikih secara sukarela. Materi yang disampaikan oleh Rizal, sama dengan fatwa *online*.

Dia menentang kekhawatiran yang ditimbulkan dari fatwa *online*, dengan menyertakan sumber rujukan dalam setiap fatwa *online*-nya.



Gambar 3. 12 Konten Fatwa Online

Rizal Fadli Nurhadi memiliki upaya menyebarkan wacana keagamaan dengan menegosiasikan antara ruang *offline* dan *online* untuk kajian ilmu. Dia membuka untuk

umum kajian di rumahnya dan menghubungkannya dengan plaftom digital yaitu zoom dan youtube “@paradistriver”. Rizal juga membuka kajian *online*, namun peminat peserta kajian *online* lebih banyak daripada kajian *offline*, yaitu sebanyak 80 peserta dibanding kajian *offline*, sebanyak 7 peserta.

Dia memang aktif dalam membuat konten dakwah digital, namun sebelumnya dia dikenal sebagai pendakwah berawal dari kajian *offline* di berbagai daerah.

“Saya hanya akan ceramah hanya di batasi dengan ilmu yang saya sudah master kepada tentang akidah, tentang fikih memang saya sudah master. Guru saya salah satu ustaz terkenal dia bilang kamu nih Rizal ladang dakwahnya lebih besar dari saya, kamu bisa dakwah di anak-anak muda, bisa isi tabligh Akbar di depan ribuan orang, saya isi TGS di depan 4.000 orang, di UPI di depan 3.000 orang Tabligh Akbar.”

Mobilitas masyarakat yang semakin tinggi, menyadarkan akan pentingnya kesadaran literasi digital dan pemanfaatan sumber daya koneksi pemimpin agama dan komunitas *offline*. Media digital digunakan tidak hanya untuk mengumpulkan informasi tentang agama

atau melakukan praktik keagamaan, namun juga sebagai ranah untuk berpartisipasi aktif, melibatkan, dan mengintegrasikan komunitas keagamaan dan pembentukan identitas dalam masyarakat, baik dalam konteks *online* maupun *offline*. Ketika kehidupan sehari-hari dalam masyarakat kontemporer semakin hidup dalam koneksi *online-offline*, maka akan terus ada kebutuhan untuk pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana agama berdampak dan dipengaruhi oleh transformasi ini.²³¹

Bagi Rizal Fadli Nurhadi, pembelajaran ilmu agama ada aspek yang perlu dijaga yaitu konsep belajar *talaqqi*. Pembelajaran agama yang dengan melanjutkan metode belajar mengajar Islam telah dipraktikkan sebelum mengikuti tradisi nilai-nilai agama yang mendalam. Transmisi pengetahuan disusun secara cermat berdasarkan kitab *muktabar*, yang diturunkan dari generasi ke generasi.

²³¹ Heidi A Campbell and Mia Lövheim, “Rethinking the Online–Offline Connection in the Study of Religion *Online*,” *Information, Communication & Society* 14, no. 8 (2011): 1083–1096.

Platform dakwah digital yang digunakan oleh Rizal merupakan contoh nyata negosiasi antara agama dan internet. Platform digital yang dimiliki Rizal menunjukkan kewibawaanya dengan mengaitkan keberadaaan dengan konteks *offline* melalui kajian di rumah secara langsung sehingga, agama dalam konteks *offline* tidak perlu mengkhawatirkan keberadaan kajian *online*, selama kajian *online* tersebut mengontekstualisasikan otoritas *offline* dalam konteks digital. Melalui kontekstualiasasi ini, agama dalam konteks luring atau *offline* tetap dapat mempertahankan posisinya sebagai sumber utama ilmu agama.²³²

Praktik pembelajaran agama melalui media digital dikhawatirkan menimbulkan risiko kesalahpahaman, paham radikal sehingga berpotensi menjadi sumber utama untuk mengakses pengetahuan agama dan menghilangkan otoritas tradisional. Praktik pembelajaran Islam di Internet. Pembelajaran Islam diartikan sebagai praktik

²³² Solahudin and Fakhruroji, “Internet and Islamic Learning Practices in Indonesia: Social Media, Religious Populism, and Religious Authority.”

mengakses ilmu pengetahuan Islam, yang secara teoritis dibingkai sebagai dakwah. Dengan kata lain, praktik pembelajaran Islam dilakukan dalam konteks yang lebih informal dibandingkan konsep pendidikan Islam yang dipahami dalam kerangka formal. Secara tradisional, praktik pembelajaran Islam biasanya dilakukan melalui interaksi tatap muka dalam pengajian dan bertempat di masjid, madrasah, atau tempat tertentu lainnya dan dikontekstualisasikan sebagai keterlibatan keagamaan. Inilah sebabnya mengapa otoritas menjadi penting dalam praktik pembelajaran Islam, karena wacana keagamaan selalu dikaitkan dengan konsep otoritas.²³³

Hal ini yang mendorong Muhammad Sokheh sebagai dai dari kalangan cendekiawan yang sering mengisi kajian dakwah di Unnes tanpa menghilangkan otoritas keagamaan tradisional, namun justru memperkuatnya.

“Perkembangan sekarang kan generasinya ingin cepat, mudah, jelas, jadi kalau kita *ngaji* dan di tampilkan dengan rumit ya orang tambah rumit, *wong* pengennya itu setelah *ngaji* itu tambah *fresh*, tambah

²³³ Solahudin and Fakhruroji.

seger, tambah paham, tambah mudah, tapi itu tidak boleh mengesampingkan hal-hal yang tadi otoritatif pada sisi keilmuan, maka perlu diambil sumber rujukan dari Quran, Hadis dan kitab kuning. Hanya saja karena saya tumbuh berkembang di kampus maka saya harus mampu membiasakan itu dalam Bahasa akademik, dan fokus saya disitu di akademik, maka pengemasan islam secara akademik, *common sense* masuk di logika, tapi tidak berhenti di logika pemahaman, tapi harus mampu menjadi transformasi, jadi Islam itu harus mampu mengungkit ke perilaku ke arah kebaikan.”

Menurut Muhammad Sokheh, dakwah masa kini harus mengandung substansi ilmiah dan akademik, mampu dipahami secara logika dan menjadi transformasi ke arah yang lebih baik. Ciri khas akademisi Muhammad Sokheh mempengaruhi tema dakwah yang diangkat. Tema inilah yang kemudian diangkat oleh Sokheh sebagai dai dari kalangan cendekiawan yang kemudian disampaikan kepada *mad'u* dalam komunitas dakwah di Unnes (UKKI) atau pun diterapkan kepada praktik pembelajaran di kampusnya. Contohnya, Sokheh mengangkat tema pada kajian dakwahnya “Pemimpin yang Ideal di Era Kontemporer Berakar pada Politik Di Zaman Nabi” di kalangan mahasiswa.



Gambar 3. 13 Dai Milenial Kampus dalam Kajian Dakwah

Disamping memberikan pemahaman keagamaan yang kontemporer, progresif dan rasional kepada *mad'u* dan mahasiswanya, Muhammad Sokheh menekankan metode memperoleh pemahaman keagamaan tanpa menghilangkan otoritas keagamaan tradisional. Metode ini dia tekankan dan sampaikan dalam tiap kajian dakwah kampus dan kampus ketika praktik pembelajaran tentang ilmu keislaman.

“Harus di bedakan antara pengetahuan dan ilmu, kalau pengetahuan itu basisnya informasi, kalau ilmu itu adalah basisnya research, pengolahan, pengkajian, maka dalam konteks digital tadi itu, saya masih memposisikan itu sebagai informasi, sebagai

pengetahuan, belum sampai kepada ilmu, lah untuk ke ilmu itu perlu pengkajian, dari situ *knowledge tools* kita main, misalnya kutipan Hadis, kutipan ayat betul gak ini, kita cocokan langsung dengan yang di Al-Qur'an, betul ndak, pemaknaannya betul gak dan seterusnya gitu, kemudian nanti konteksnya seperti apa, kita juga harus teliti dan harus kaji, sampai kemudian kepada pesan-pesan kuncinya gitu, maka disitulah nanti *tools* pengetahuan dakwah sudah bermain disitu.”

Cara menggunakan otoritas keagamaan cendekiawan adalah dengan melakukan pengkajian terhadap setiap informasi yang kemudian mencocokkan kembali pada sumber primer, sehingga menghasilkan pengetahuan dakwah. Hal ini memunculkan wacana Islam kritis. Para cendekiawan berfungsi sebagai agen edukatif dan diskursif. Dengan memahami proses pengkajian dalam mengambil pengetahuan dakwah, Muhammad Sokheh mengharapkan praktik pembelajaran dan komunitas dakwah di kampus menerapkan hal yang sama dalam mengambil pengetahuan dakwah. Muhammad Sokheh menekankan untuk memposisikan media digital sebagai sarana penyampaian dan tetap mencari pendampingan,

validasi dan verifikasi dari ulama tentang sumber sumber informasi keagamaan di media digital.

D. Profil Komunitas Insani Undip

1. Sejarah Terbentuknya Komunitas

Insani adalah lembaga dakwah universitas di Undip Semarang yang berdiri pada 26 Desember 2007. Mulanya, lembaga ini bernama Rohis Undip yang didirikan pada 25 Desember 1995. Dalam berbagai kesempatan Insani menyelenggarakan *Tabligh Akbar* yang inisiasi oleh lembaga dakwah fakultas dengan dai yang beragam.

Secara kelembagaan, dakwah intrakampus tingkat universitas dapat dikatakan berdiri pada awal era 80-an. Pada masa itu, terdapat sebuah lembaga amalan Islam (LAI) Undip. Pada tahun 1986, lembaga ini menghadiri sarasehan lembaga dakwah kampus, sebuah pertemuan pertama yang menjadi cikal bakal agenda Forum Silaturrahmi Lembaga Dakwah Kampus Nasional (FSLDKN), sampai saat ini pelaksanaannya sudah yang ke XVI.

Beberapa waktu kemudian LAI Undip berganti nama menjadi badan amalan islam (BAI) Undip. Pada

tahun 1994, BAI Undip mengubah nama lagi menjadi UKM Rohis Undip (1994-2006) karena adanya perubahan struktur BAI menjadi sebuah unit kegiatan mahasiswa di bawah pengawasan pembantu rektor departemen kemahasiswaan Undip. Pada tanggal 25 Desember 2007 organisasi ini ditetapkan bernama Unit Kegiatan Mahasiswa Indah Persaudaraan Islam (UKM Insani) Undip. Saat ini ada 11 LDF dan 21 LDJ di Undip, yang terdiri: Rohis Fakultas Teknik (Izzati), Sie Kerohanian Islam Psikologi (SKRIPSI), Bersama Mewujudkan Masyarakat Islam (Madani) FSM, Keluarga Mahasiswa Islam (GAMAIS) FKM, Rohis Al-Bahrain, FPIK, Keluarga Muslim An-Nahl FPP, Forum Komunikasi Mahasiswa Islam (FKMI) D3 teknik, Rohis Fakultas Ekonomika dan Bisnis (Mizan), Keluarga Humaniora Islam Madani (KHARISMA) FIB, Forum Komuniaksi Mahasiswa Muslim (FKMM) FISIP, Koordinator Kegiatan Islam (KKI) FH.

Lembaga dakwah tingkat jurusan dari beberapa fakultas terdiri dari atas: Rohis Jurusan Teknik Sipil (Al-Ikhwah), Forum Komunikasi Islam Arsitektur (FKIA),

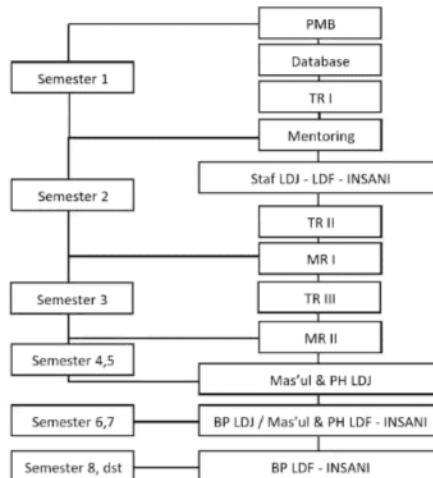
Rohis Jurusan Teknik Kimia (Al-Fikri), Rohis Jurusan Teknik PWK (Al-Madinah), Keluarga Studi Islam Mesin (KSIM), Rohis Jurusan Teknik Elektro (Al-Muhandis), *Naval Engineering Moslem Institute As Safinah* Perkapalan, *Industrial Islamic Community* (IIC) Teknik Industri, Rohis Nurul Ardli, *Hayatun Nufus* Geologi, Athlas Geodesi, Al-Muharrik, KSIKAMU Kimia, KASIFA Fisika, FOSTIBI Biologi, KESIMA Matematika, Nuanasa Statistika, DIGIT Informatika, KARISMA, Fosimmik Keperawatan, RohisKU Kedokteran.

Seluruh lembaga dakwah kampus menggunakan pendekatan struktural dalam dakwah. Sejak tahun berdiri 1994, UKM Insani telah mengalami pergantian kepengurusan sebanyak 19 kali. Kepengurusan pertama diketuai oleh Dodi Aprianto (MIPA 1992). Visi dakwah kampus UKM Insani Undip adalah terwujudnya Universitas Diponegoro sebagai kampus religius yang menghasilkan sumber daya manusia berintelektual, profesional, dan ber-*akhlakul karimah* hingga mampu mengamalkan dan melestarikan nilai Islam. Misinya

yaitu; 1. Memakmurkan masjid kampus dan menjadikan kampus sebagai pusat keislaman; 2. Terbentuknya muslimah center yang memiliki peran strategis dalam dakwah kemuslimahan; 3. Menjadikan media LDK sebagai *leader opinion*; 4. LDK memiliki basis dana mandiri; 5. Legislasi mentoring di Undip.

LDK Insani Undip terdiri dari pengurus harian meliputi ketua umum, ketua 1 dan 2, biro rumah tangga (Sekretaris dan Bendahara), Ketua dan Sekretaris Badan Khusus BPMAIU, Ketua dan Sekretaris Departemen HRD, Departemen Syiar, Departemen Insani Media Center, Departemen Insani Entrepreneurship Unit, dan Departemen kemuslimahan. Salah satu tugas dari Insani adalah mengembangkan program kaderisasi. Kaderisasi menentukan strategi dalawah yang akan diterapkan di LDK Insani Undip serta menjaga keberlangsungan dakwah kampus. Kaderisasi diharapkan mampu menjaga kesinambungan LDK Insani Undip, membentuk kader yang memiliki kemampuan menyebarkan pemikiran Islam dalam kampus, membentuk kader yang ber-

syaksiyah (kepribadian) Islamiah, meningkatkan kualitas LDK Insani Undip.



Gambar 3. 14 Alur Kaderisasi

Kaderisasi dibagi menjadi tiga golongan yaitu, kader muda, madya dan inti. Mereka akan mengikuti *training rohis* dan *mentoring/liqo'* masing masing tiga kali kegiatan. Para kader akan dibekali aspek keilmuan berupa *salimul akidah* (akidah), *sahihul ibadah* (tentang peribadatan), *matinul khuluq* (akhlak yang tegas), *qadirun 'alal kasbi* (kemampuan berpenghasilan), *mustaqql fikri* (pikiran yang intelek), *qawiyyul jism* (fisik yang kuat),

mujahidun li nafsihi (bersungguh-sungguh pada dirinya), *munazhzhām fī syū’nihi* (teratur dalam urusan urusannya), *haritsun ‘ala waqtihī* (efisien dalam menggunakan waktu), *nafī’ūn li ghairihi* (bermanfaat bagi orang lain). Pada kegiatan *mentoring*, kader akan dibekali ilmu organisasi, kepemimpinan dan *fīqh* dakwah.

Training rohis merupakan peminaan awal para kader untuk kemudian akan direkrut menjadi pengurus LDK Insani Undip. Kegiatan yang dilakukan berupa kajian, *training*, diskusi dan mabit selama dua hari. Setelah melewati *training* rohis, para kader akan melaksanakan madrasah rohis dan pelatihan manajerial dakwah kampus. Setelah melewati rangkaian kegiatan kaderisasi, kader akan mendapatkan sertifikasi yang diuji oleh departemen HRD Insani Undip.

2. Profil Dai

- a. Luthfie Maula: Pemegang Otoritas Keagamaan Cendekiawan dari Kaderisasi

Insani Undip berupaya menghadikan pendakwah muda di berbagai kesempatan acara seperti *tabligh akbar*. Salah satu diantaranya adalah Luthfie Maula dan Ahmi Rifqi Hudaya. Lutfie Maula, adalah seorang aktivis dakwah kelahiran Bandung, 7 Desember 1992 yang merupakan lulusan dari S-1 Meterologi Institut Teknologi Bandung. Sebelumnya dia belum pernah mendalami ilmu agama. Barulah ketika di perguruan tinggi, karena faktor lingkungan, Lutfie Maula mulai tertarik untuk mengikuti organisasi kerohanian di kampus ITB. Hal ini ditunjukkan dengan aktifnya Lutfie Maula di beberapa kepengurusan diantaranya, bidang mahasiswa dan kaderisasi Masjid Salman ITB, pengurus asrama Salman ITB, Kabinet BEM KM ITB, Gamais ITB (Lembaga Dakwah Kampus), dan Unit Angklung ITB. Dengan kata lain, Luthfie Maula merupakan pendakwah yang lahir dari kaderisasi dakwah kampus. Luthfie berkesempatan menjadi dai dalam *tabligh akbar* yang diselenggarakan oleh Fakultas Sains dan Matematika Undip. Dia mendapatkan bekal menjadi

dai ketika tergabung dalam takmir Masjid Salman ITB. Pada komunitas tersebut, dia mendapatkan pengajaran Tauhid dan merasa perlu untuk mengamalkan kembali ilmu yang didapatkan dari komunitas tersebut, bernama Mujtahid Dakwah. Dalam komunitas ini, para anggota mahasiswa dibimbing oleh dosen dan guru besar yang merupakan alumni dari Mujtahid Dakwah Masjid Salman ITB.

Menurutnya, dai harus memiliki pemikiran kritis, bukan sekadar menyampaikan pesan dakwah secara tekstual. Seseorang bisa menjadi dai, tidak harus memiliki kualifikasi pendidikan agama.

“...Jadi kalau saran saya sih syaratnya ya orang yang kritis, sebenarnya salah satunya dia tercelup dalam pendidikan kampus ya tapi bukan sekedar harus jurusan keagamaan nih, harus yang jurusan Lc.,MA. Harusnya engga, bahkan saya dapat banyak gurunya bukan jurusan Lc.,MA yang ngajar di Salman. Bukan ngajar ya, yang ngisi materi, melatih Mujtahid Dakwah engga ada yang lulusan Lc.,MA tapi dia dosen teknik fisika, sampai profesor tapi beliau mendapatkan keilmuan agamaan yang kuat dengan pengalaman *basic* keilmuannya melihat dunianya, kritisnya, dibekali juga dengan ilmu agama itu malah

menjadi kuat banget untuk membahas solusi itu sih.”

Dai dengan kualifikasi pendidikan agama, menurut Luthfie Maula kurang dalam menjawab solusi umat Islam. Seharusnya, dakwah tidak hanya mengutip kitab kuning. Tapi dai perlu mengkritisi narasi kitab kuning didalamnya.

Lutfie Maula termasuk pemegang otoritas keagamaan cendekiawan dari kaderisasi. Melalui program kaderisasi, pertama dai dapat memiliki kompetensi yang baik yang didapatkan dari keahlian, keilmuan, pengetahuan maupun pengalaman yang luas. Kedua, dai harus memiliki karakter moral yang baik dan ketiga, dai memiliki tujuan yang baik. Sumber dakwah yang disampaikan berasal dari wahyu Allah dan Rasul-Nya serta memiliki kualifikasi penguasaan pengetahuan agama (*tafaqquh fiddin*) menjadi salah satu prasyarat bagi dai. Dai harus memahami keberadaan, kondisi, dan bahasa yang digunakan oleh masyarakat (*tafaqquh finnas*) dan dai mampu memahami perkembangan zaman

(*tafaqquh fiddunya al-mutathawwir*).²³⁴ Lembaga Dakwah Pengurus Besar Nadhlatul Ulama menambahkan bahwa seorang pendakwah harus memiliki kualifikasi dalam melaksanakan tugas dan misinya, yakni kualifikasi kalbu, sosial, lisan, keilmuan, fisik, dan ekonomi.²³⁵ Pendakwah memang harus mampu menggali ajaran Islam dari sumbernya, mengamalkan ilmunya. Bukan hanya menguasai kitab kuning saja, melainkan mampun menggali dan memaparkan “Risalah Islamiyah” dalam menghadapi dan menjawab tantangan zaman.²³⁶

Luthfie Maula dalam menjawab tantangan zaman, tidak menggunakan cara dakwah yang merujuk pada kitab kuning. Dia menganggap kitab kuning adalah tradisi terdahulu yang perlu dikritisi. Anggapan ini, menyiratkan bahwa otoritas yang dipegang Luthfie Maula

²³⁴ Umdatul Hasanah, “Kualifikasi Da’i: Komparasi Konseptual Retorika Dakwah Dan Retorika Aristoteles,” *Jurnal Komunikasi Islam* 10, no. 2 (2020): 256–75.

²³⁵ Muhammad Faizin, “LD PBNU Jelaskan Kualifikasi Dan Etika Dai Seharusnya,” NU *Online*, 2019, <https://nu.or.id/nasional/ld-pbnu-jelaskan-kualifikasi-dan-etika-dai-seharusnya-khCtx>.

²³⁶ Syamsul Hidayat, “Metode Pengambilan Sumber Dan Rujukan Materi Dakwah,” *Suhuf* 19, no. 2 (2007): 114–26.

berkontestasi dengan otoritas keagamaan tradisional yang dibawa oleh para kiai pesantren.

“Kalau saya sih suka ayat ini ya ‘apakah kamu akan mengikuti nenek moyang mu? padahal nenek moyang mu tidak tahu sama sekali’ ya dalam artian kita jangan sampai sekedar ustaz yang menjalankan budaya yang sebelumnya, hal – hal yang biasa yang akhirnya mengacu pada kitab kuning. Apa – apa harus kitab kuning, mengutip terus dan seterusnya sih. Ya kita perlu untuk kritis sih.”

Untuk mendapatkan sumber rujukan dakwah, Lutfie Maula memiliki cara yang unik yaitu kontemplasi atau merenung dan berpikir dengan penuh perhatian, mengaitkan materi dengan pengalaman pribadi dan ditambah referensi media digital. Banyaknya referensi dakwah di media digital, mengharuskan setiap orang memiliki kemampuan literasi media yang baik.

Dalam mengambil sumber dakwah, pendakwah seharusnya memperhatikan langkah seperti, pertama; mencari sumber dakwah dengan penggalian bahan dakwah dan materi dakwah yang telah disusun oleh mubalig atau ulama sebelumnya. Contohnya, khutbah

jumat dan hari raya, artikel, audio maupun audiovisual, buletin atau media cetak tentang dakwah.

Ketika dai menggunakan cara pengambilan sumber dakwah seperti ini, diperlukan sikap kritis yang ditunjukkan dengan menelusuri sumber dan dalil yang digunakan penulis sebelumnya, menganalisis ulang sumber bahan dakwah tersebut, dan membandingkan dengan tulisan atau pendapat lain yang mengangkat masalah yang sama.

Cara kedua dalam pengambilan sumber dakwah adalah melalui buku dakwah tematik atau kitab para ulama. Seperti Kitab Tafsir (Jalalain, Al-Manar, Al-Misbah) dan sebagainya. Kitab Hadis seperti Arbain Nawawi, Riyadush Shalihin, Shahih Bukhori, Shahih Muslim, dan sebagainya. Kitab Aqidah seperti Aqidatul Awam, Aqidah Wasitiyah, Fathul Bari Syarh Bukhari, Syarh al-Nawawi ala Muslim. Kitab Fikih, seperti Fathul Muin. Kitab Akhlak seperti Ta'lim Mutaallim dan atau

tema kontemporer seperti kajian ekonomi islam, budaya islam, dan kajian *ghazwul fikr*.²³⁷

Berdasarkan bagaimana cara mengambil sumber dakwah, Luthfie Maula mengakui bahwa keterbatasan keilmuannya, membuat dia hanya sanggup menyampaikan dakwah tentang amal sholeh namun, selayaknya dai memiliki bekal ilmu tauhid dan berhak menyampaikannya dan terpenting memiliki sikap kritis serta tidak harus berasal dari individu yang memiliki kualifikasi pendidikan atau pondok pesantren seperti kiai.



Gambar 3. 15 Luthfie dalam Kajian "Become Precious Moslem in Society 5.0" di Masjid Kampus Undip

²³⁷ Hidayat.

Luthfie Maula memulai menjadi dai ketika dipercaya oleh rekannya mengisi materi kajian yang tergabung dalam Mujtahid Dakwah ITB.

“Saya ini dibentuk memang dari banyak hal sih salah satunya memang dari pelatihan Mujtahid Dakwah. Nah waktu saya di Mujtahid Dakwah saya mendapati bahwa islam sesungguhnya itu saya baru dapatin di latihan Mujtahid Dakwah ya. kalau kumpul di taklim Masjid satu arah, menghafal ayat aja tapi tidak sampai di implementasikan”

Lutfie Maula beranggapan bahwa Islam yang baik adalah Islam yang tidak normatif atau textual malainkan nilai Islam harus langsung diimplementasikan kepada masyarakat. Berdasarkan pemaparan diatas, Lutfie Maula termasuk pemegang otoritas keagamaan cendekiawan. Dia dipercaya Insani karena memiliki latar pendidikan dai dari Mujtahid dakwah Masjid Salman ITB. Mujtahid Dakwah yang dijadikannya sebagai dasar pijakan menjadi dai. Dalam perkembangannya, Mujtahid Dakwah digagas oleh Dr. Ir. Imaduddin Abdurrahim pada tahun 1970-an. Program utamanya adalah pemurnian ajaran Islam dari pengaruh pemikiran Barat. Dalam konteks ini, Mujtahid

Dakwah diadakan untuk meng-*counter* isu sekularisasi yang dihembuskan oleh Nurcholis Madjid.²³⁸

Lutfie Maula sendiri tidak aktif berdakwah dalam media digital. Secara praktis, otoritas keagamaan baru yang dipegangnya menentang otoritas keagamaan tradisional yang dipegang oleh ulama karena Lutfie Maula tidak sependapat dengan otoritas keagamaan yang normatif dan textual dimana kebanyakan dibawa oleh para ulama.

Rasa tanggung jawab sosial dalam berdakwah juga dirasakan oleh Luthfie Maula sebagai pendakwah yang lahir dari gerakan tarbiyah kampus.

“Awalnya karena bagi saya pribadi ini ya untuk timbal balik. Jadi saya pernah mendapatkan sebuah ilmu yang menurut saya ini menarik sekali dan ini perlu didapatkan dan dirasakan oleh orang – orang. Jadi ini menjadi titik berat bagi saya merasa ‘hal ini harus tersiarkan oleh lain nih, orang lain juga harus memahami ini nih.’”

²³⁸ Herienda Dwi Putra Siregar, “Gelombang Ideologi Islam Transnasional Dalam Sekolah Islam Terpadu,” *Jurnal Ilmu Sosial Indonesia (JISI)* 2, no. 1 (2021): 27–39.

Kebanyakan dari dai milenial pada penelitian ini, motivasi dalam berdakwah karena merasa memiliki pengetahuan yang harus disampaikan kepada masyarakat.

b. Ahmi Rifqi Hudaya: Pemegang Otoritas Keagamaan Cendekiawan dari Kaderisasi

Ahmi Rifqi Hudaya merupakan pendakwah di berbagai acara kajian fakultas di Undip, dia juga pendakwah yang lahir dari gerakan tarbiyah kampus dan dekat dengan media digital. Wanita kelahiran Ngawi, 11 April 1996 ini merupakan lulusan MAN 2 Surakarta dan sudah menyelesaikan studinya di S-1 Gizi Undip. Dia sering dipercaya sebagai pengisi kajian dakwah karena dia mendapatkan sertifikasi sebagai *trainer* dari “*Training for Trainer Insani*” dan “*Insani Leadership Training*”. Legalitas Ahmi sebagai Wakil Ketua LDK Avicenna Fakultas Kedokteran Undip, menjadi alasan panitia acara dan peserta kajian untuk mengikuti kajian Ahmi Rifqi Hudaya.

Ahmi Rifqi Hudaya mendapatkan bekal ilmu dakwah dari *training for trainee* yang diselenggarakan

oleh Insani Undip. Aktivitas tersebut melatih kader dakwah yang dipersiapkan untuk berdakwah di lingkup mahasiswa fakultas. Sebagai kader dai milenial, Ahmi Rifqi Hudaya mendapatkan sumber dakwah dari platform dakwah digital dan buku motivasi serta tidak menerima kajian diluar kapasitas Ahmi.

“...Selama ini kalau saya ngisi itu iya memang beberapa dari buku yang saya baca terus juga masih mengutip dari ustaz-ustaz yang ada di platform-platform kayak gitu dan itu saya kemas dengan penyampaian saya sendiri, juga saya tanya sama teman-teman di forum *trainer* insani jadi itu tuh orang-orang mahasiswa juga yang dia itu melewati namanya pengkaderan training for *trainer* jadi kayak emang untuk pembicara-pembicara di training nya rohis Undip gitu mbak”.

Training for Trainee Insani Undip merupakan pelatihan untuk calon kader dakwah yang memiliki kurikulum seperti *mikro teaching*, dan materi dakwah konsep diri muslim. Walaupun Ahmi Rifqi Hudaya mendapatkan otoritas dalam berdakwah melalui organisasi Insani dan media digital, dia sepakat bahwa seorang dai lebih baik belajar kepada para ulama secara langsung dan mempelajari kitab para ulama. Media digital

menurut Ahmi Rifqi Hudaya dapat dijadikan sumber dakwah karena memiliki jangkauan yang lebih luas. Banyaknya arus informasi digital mengharuskan individu mampu menyaring dan selektif terhadap informasi yang didapatkan. Ahmi Rifqi Hudaya dalam berdakwah juga memanfaatkan media digital dengan menyebarkan narasi dakwah di platform digital. Ahmi setelah mendapatkan bimbingan dari Insani Undip, bersama teman temannya melakukan pembinaan kepada sesama mahasiswa melalui *mentoring* dai di asramanya. Sebagai wujud implementasi dari pelatihan dai atau *trainer* yang dia dapatkan.

“Kalau saya ngisi itu iya memang beberapa dari buku yang saya baca terus juga masih mengutip dari ustaz-ustaz yang ada di platform-platform kayak gitu dan itu saya kemas dengan penyampaian saya sendiri. Juga saya tanya sama teman-teman juga kan di sana itu ada forum *trainer* insani jadi itu tuh orang-orang mahasiswa juga yang dia itu melewati namanya pengkaderan itu *training of trainer* jadi kayak emang untuk pembicara-pembicara di training nya rohis undip gitu mbak. Jadi kayak disitu tuh alumni nya itu tuh nanti dimasukan kedalam *database* pembicara training rohis di undip jadi ketika kemudian nanti itu panitia mau ngadain reunian rohis yang buat maba kan namanya ada *trainer* lagi satu itu tuh

buat maba, nah itu nanti referensinya bicaranya itu dari database insani.”

Ahmi Rifqi Hudaya dalam berdakwah mengambil rujukan dari platform digital dan buku secara mandiri. Dia menciptakan otoritas keagamaan cendekiawan setelah melewati pelatihan *training of trainer*. Alumni dari pelatihan dai kampus ini akan dijadikan pendakwah pada setiap kesempatan kajian di organisasi kerohanian Undip.

Berdasarkan latar belakang pendidikan, Ahmi merupakan pemegang otoritas keagamaan cendekiawan melalui pendidikan kaderisasi dakwah dari gerakan tarbiyah kampus Undip. Setiap kajian Insani menargetkan mahasiswa atau anak muda sebagai *mad'u*. Dai yang mengisi kajian di Insani Undip, Ahmi termasuk didalamnya merupakan alumni organiasi kerohanian Islam yang memiliki sertifikasi sebagai pendakwah melalui proses “*Training For Trainer*”. Mereka dikatakan sebagai cendekiawan karena berasal dari lulusan perguruan tinggi umum. Cendekiawan jenis ini

mengembangkan kapasitas intelektualnya melalui organiasi.²³⁹ Khususnya, gerakan tarbiyah kampus.

Berdasarkan pemaparan diatas, dai dari Insani Undip yaitu Luthfie Maula dan Ahmi Rifqi Hudaya, keduanya menciptakan otoritas keagamaan cendekiawan dari kaderisasi dakwah atau melalui pendidikan dakwah gerakan tarbiyah kampus. Gerakan tarbiyah ini tumbuh subur pada kampus ternama seperti ITB dengan Masjid Salman, UGM dengan Masjid Salahuddin, UI dengan Masjid Arif Rahman Hakim, IPB dengan Masjid al-hurriyah, ITS dengan Masjid Manarul Ilmi dan lainnya. Para pemimpin gerakan ini menjadikan masjid-masjid univeristas sebagai arena bagi misi mereka dalam merekrut mahasiswa untuk dilatih dan bahkan diindoktrinasi melalui perkumpulan Islam dan diskusi dengan suatu bentuk pemahaman dan praktik Islam yang kaku. Gerakan tarbiyah kampus ini muncuk karena adanya dominasi gerakan serta pemikiran di kampus yang bersifat sekuler atau non-islam dan gerakan ini muncul sebagai respon

²³⁹ Khoirun Niam, “Nahdlatul Ulama and the Production of Muslim Intellectuals in the Beginning of 21st Century Indonesia,” *Journal of Indonesian Islam* 11, no. 2 (2017): 351–88.

terhadap kondisi pemahaman keagamaan yang semakin menuju sekularisasi pemikiran.

Kedua pendakwah Insani memiliki otoritas keagamaan baru yang bertentangan dengan otoritas keagamaan tradisional. Keduanya tidak terlihat memberdayakan otoritas keagamaan tradisional yang dipegang oleh ulama. Mereka belajar melalui buku secara mandiri, pelatihan dai kampus dan merujuk pada platform digital.

Ahmi Rifqi Hudaya sebagai pemegang otoritas kaderisasi berupaya membawa wacana yang berbeda. Dalam wacana kontestasi, pendapat seorang tokoh akan dijadikan acuan atas tindakan dan pilihan wacana yang disuarakan. Wacana ini kemudian mempengaruhi pola literasi pengikutnya, baik literasi konvensional (buku cetak) maupun literasi digital.²⁴⁰ Penjelasan ini sesuai dengan penuturannya sebagai dai milenial dari Insani Undip, bahwa dengan menyebarkan narasi dakwah yang

²⁴⁰ Fadli and Dwiningrum, “Pesantren’s Digital Literacy: An Effort to Realize the Advancement of Pesantren Education.”

baru maka akan dapat melawan wacana lain yang negatif bagi perkembangan dakwah Islam.

“...Algoritma yang ada kita bisa sajikan itu juga hal-hal yang baik juga biar engga terus kemudian si media-media ini diwarnai dengan hal-hal yang baik jadi kalau misalnya kita engga terjun sama sekali yaitu malah akan menjadi hal berbahaya juga karenakan orang-orang yang lebih mudah untuk dijangkau itu dari media.”

Wacana yang tidak baik untuk perkembangan dakwah Islam terjadi karena adanya pergeseran makna dakwah. Dengan mengasah literasi digital, dapat dijadikan media penting untuk meng-*counter* narasi, memberikan warna baru dalam penyebaran wacana Islam.

Pengkaderan dai juga berlangsung di lembaga dakwah kampus melalui program *mentoring*. Program *mentoring* inilah yang menjadikan Ahmi Rifqi Hudaya sebagai dai dari Insani Undip untuk aktif berdakwah dan mengkader dai dari kalangan mahasiswa selanjutnya.

“Kalau saya dulu pertama kali ngisi itu di *grand opening mentoring* untuk mahasiswa baru. Disitu tentang *mentoring* agama islam di Undip. Jadi

saya merasa kalau menyampaikan soal *mentoring* itu saya ngerasa sudah cukup mampu. Karena, saya sudah melewati program *mentoring* juga waktu jadi mahasiswa baru.”

Pentingnya kaderisasi dai di kampus, membuat Ahmi Rifqi Hudaya sebagai alumni program *mentoring* diminta lembaga dakwah kampus untuk berdakwah khususnya kepada mahasiswa baru. Kaderisasi dai penting untuk menunjang keberhasilan dakwah. Keberhasilan dakwah ditentukan oleh bagaimana dakwah tersebut dilaksanakan atau tata cara dakwah, pengemasan materi, sikap dan cara berdakwah, penggunaan media dan pelatihan dakwah. Kaderisasi dai diharapkan membentuk kader dai yang profesional.²⁴¹

3. Aktivitas Komunitas Dakwah

Dakwah kampus adalah sarana mahasiswa untuk belajar dan bertindak sebagai dai. Mahasiswa sebagai dai harus mempunyai kriteria profesionalitas dalam penyampaian dakwah, memiliki pemikiran yang kuat,

²⁴¹ Hartono, Masduki, and Romadi, “The Da’i (Muslim Preachers) and Social Change Challenges: A Study of Da’i Professionalism In Dumai, Riau.”

memiliki pemahaman tentang ilmu keislaman dan ilmu umum secara komprehensif, memiliki penguasaan materi, metode, strategi, media, psikologi *mad'u*, dan mengerti lapangan dakwah, bersikap lembut dan bertika serta memiliki kemampuan mentrasnformasikan nilai Al-Qur'an kedalam realitas sosial kehidupan modern. Dalam dakwah, posisi mahasiswa dipandang sebagai *agent of change* untuk kepentingan Islam dan diharapkan menjadi penerus para ulama.²⁴²

Hal ini yang dilakukan Ahmi, sebagai kader dai di Insani Undip. Dengan menggunakan otoritas keagamaan cendekiawan dari gerakan tarbiyah kampus, Ahmi memperoleh sumber keilmuan di platom digital secara mandiri dan pelatihan kader kampus. Keduanya yang membuat Ahmi dipercaya dan mendapatkan otoritas menjadi *trainer* dai kampus. Kaderisasi dai bertujuan untuk menggali dan mengembangkan kompetensi dakwah pada anggota bercirikan intelektualitas (substantif) dan

²⁴² Rizal Mahri, "Dakwah Kampus Berbasis Riset," *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi Dan Dakwah*, XIV, no. 1 (2013): 51–77.

profesional, memiliki komitmen kokoh terhadap Islam, serta mengoptimalkan peran kampus dalam mencapai kebangkitan Islam. Upaya pengoptimalan ini dilakukan dengan bimbingan dakwah, materi fikih dakwah, praktik khitabah.²⁴³

Ahmi sadar bahwa dirinya memiliki kapasitas keilmuan terbatas dalam menyampaikan dakwah, sehingga dia memilih tema dakwah yang sanggup untuk disampaikan. Ahmi sendiri berfokus pada kalangan mahasiswa sebagai *mad'u* nya namun, dalam forum dakwah apabila seorang kader dai menyampaikan pesan dakwah seharusnya menghadirkan ahli atau guru sebagai pelengkap. Hal ini dapat menambah khazanah keilmuan bagi kader dai dan *mad'u*. Dengan menerapkan ini diharapkan otoritas keagamaan baru mampu memperkuat otoritas keagamaan tradisional.

²⁴³ Hasyim Hasanah, “Model Kompetensi Kader Da’i Kampus Di Perguruan Tinggi Negeri Kota Semarang” (Universitas Islam Negeri Walisongo, 2019).



Gambar 3. 16 Dai Milenial Kampus Berdakwah di Kawasan Kampus

Untuk mendapatkan kepercayaan *mad'u*, apabila Ahmi memiliki kompetensi dalam berdakwah, dibuktikan dengan rekomendasi kader dai dari *training for trainer*, beberapa kejuaraan lomba pidato yang Ahmi miliki dan *self branding* di media sosialnya.

“Kalau soal ngomong di depan umum kayak gitu tuh memang saya *basic*-nya sudah sering kayak lomba-lomba yang harusnya ngomongnya pidato kayak gitu lomba cerita kayak gitu.”

Generasi muda lebih mementingkan personal branding seorang dai. *Personal branding* para dai diorbitkan melalui media digital, untuk

menginternalisasikan nilai keagamaan bagi generasi milenial.²⁴⁴ *Personal branding* mengacu pada promosi diri dan konstruksi citra publik seseorang, sering kali dicapai dengan menonjolkan keterampilan dan pengalaman tertentu. Fenomena ini sangat relevan dalam kondisi saat ini, di mana kemampuan untuk menampilkan diri secara efektif kepada khalayak luas semakin penting untuk kesuksesan pribadi dan profesional.²⁴⁵



Gambar 3. 17 Personal Branding Dai Kampus

²⁴⁴ Fahrudin and Islamy, “Da’i (Muslim Preachers) Idols, Fatwas, and Political Constellations: Empirical Study of Millennial Generation Perspective.”

²⁴⁵ Siti Mutmainah and Sayidah Afyatul Masruroh, “*Online Da’wah on Social Media: Personal Branding of a Female Celebrity Preacher on Instagram*,” *Lentera VI*, no. I (2022).

Ahmi memanfaatkan media sosial untuk mengoptimalkan aktivitas dakwahnya. Dia menggunakan akun ini untuk mempublikasikan acara keagamaannya, membagikan idenya. Ahmi juga memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan amal Islam untuk Palestina dengan menampilkan aksi bela Palestina, Laziz jateng bahkan menampilkan praktik keagamaan baru dengan *tasmi' online* di platform Instagram. Media sosial dalam hal ini menjadi aspek penting dalam *branding* Ahmi. Ahmi bisa menyampaikan informasi tentang dirinya (*self-branding*). Berbeda dengan otoritas keagamaan tradisional atau cendekiawan sebelumnya, *self-branding* di media sosial menentukan apakah seorang pendakwah terkenal dan berpengaruh di masyarakat saat ini oleh karena itu, para dai berupaya membuat konten dan materi media sosial semenarik mungkin agar dapat menjangkau khalayak.

”Kalau utama menurut saya engga ya karena mungkin pasti dari ulama ya masih dari guru yang benar-benar ulama lah begitu, kalau sebagai media ini lebih ke penyebarannya. Tetapi media bisa dijadikan sebagai cara kita untuk menyebarkan hal-hal baik. Algoritma yang baik bisa sajikan

daripada engga terjun sama sekali, malah jadi berbahaya. Yang muncul hal-hal buruk dari media.”

Ahmi memberdayakan organisasi kerohanian kampus yang berfokus pada kegiatan keagamaan, dakwah dan kemanusian di Fakultas Kedokteran Undip yang ditampilkan melalui *self-branding*. Dalam konteks ini, kesalehan tercermin dalam kebaikan moral, perilaku, dan pengalaman sehari-hari. Meski Ahmi tidak memiliki pengetahuan otoritatif tentang Islam, Ahmi memiliki *self-branding* dan validasi dari pelatihan kader dai kampus untuk melahirkan otoritas keagamaan baru, membangun kepercayaan dan dukungan mahasiswa di kampusnya dalam berdakwah.²⁴⁶

Selain Ahmi yang memegang otoritas keagamaan cendekiawan dari gerakan tarbiyah kampus, ada dai lain yang mengisi kajian di Insani Undip yaitu Luthfie. Dia mengaku mendapatkan otoritasnya dari gerakan tarbiyah Masjid Salman ITB. Dalam berdakwah, Luthfie

²⁴⁶ Kirana Nur Lyansari, “Celebrification and Branding New Female Religious Authority in Indonesia,” *Dialog* 45, no. 1 (2022): 99–110.

melakukan *storytelling* atau menceritakan kembali pengalaman sendiri yang sesuai dengan tema kajian dan berharap *mad'u* mendapatkan hikmah dari cerita pengalaman Lutfie.

“Bagi saya pribadi saya termasuk orang yang masih belajar. Masih belajar dan saya melihat saya masih punya banyak kelemahan di titik tertentu tapi ada yang jadi fokusnya saya gitu. Kalau ngomongin *Siroh Nabawiyah* bukan ranahnya saya, ngomongin masalah bedah ayat atau ya lain sebagainya Hadis itu bukan ranahnya saya. Saya lebih fokus ke arah amal sholeh.”

Dalam dakwahnya, Lutfie tidak menampilkan ayat Al-Qur'an, Hadis atau kutipan perkataan ulama. Luthfie sendiri lebih menyukai materi dakwah yang tidak normatif serta bersumber rujukan dari pendakwah yang tidak hanya lulusan pendidikan agama melainkan materi dakwah harus mengajak *mad'u* untuk berfikir kritis, mendorong kebebasan berpendapat serta mendapatkan pandangan keilmuan dari pendakwah dengan kualifikasi non pendidikan agama.

“...yang ngisi materi, melatih Mujtahid Dakwah engga ada yang lulusan Lc.,MA tapi dia dosen teknik fisika, sampai profesor tapi beliau

mendapatkan keilmuan agamaan yang kuat dengan pengalaman *basic* keilmuannya melihat dunianya, kritisnya, dibekali juga dengan ilmu agama itu malah menjadi kuat banget.”

Lutfie, pemuda yang bekerja di salah satu perusahaan teknologi informasi ini mengaku mendapatkan kepercayaan diri untuk mengisi kajian setelah menempuh pelatihan Mujtahid Dakwah selama 3 hari 2 malam di Masjid Salman ITB. Baik Ahmi dan Lutfie, mereka aktif dalam kegiatan kaderisasi kampus yang menjadi cikal bakal menjadinya dai. Lembaga dakwah kampus khususnya Insani adalah salah satu LDK yang merupakan organisasi kemahasiswaan tingkat Universitas di Undip, yang melakukan proses kaderisasi dai setiap tahun. Kaderisasi dai bertujuan menyiapkan calon-calon dai yang aktif tidak hanya di kampus, melainkan juga di masyarakat. Terdapat dua model kaderisasi yaitu kaderisasi dai dan kaderisasi muslimah. Kaderisasi bertujuan untuk menggali dan mengembangkan kompetensi dakwah para anggota bercirikan intelektualitas (substantif) dan profesional, memiliki komitmen kokoh terhadap Islam, serta mengoptimalkan peran kampus dalam mencapai kebangkitan Islam. Tugas

utama yang harus diemban para kader dai ini adalah menjadi barisan pendukung dan penggerak dakwah yang terlatih untuk menjalankan kegiatan dakwah kampus yang regeneratif.

Insani melalui dua model kaderisasi ini berupaya untuk mengasah pengetahuan dan pemahaman para kadernya di bidang wawasan pengetahuan keislaman. Upaya peningkatan kompetensi ini dilakukan secara periodik dalam program mingguan, bulanan dan program semesteran. Salah satu program yang memiliki orientasi kuat dalam peningkatan kompetensi kader dai di Insani adalah melalui bimbingan dakwah dengan materi fikih dakwah dan wawasan keislaman di masing-masing fakultas yang dilaksanakan seminggu sekali, praktik khitabah di tingkat universitas setiap bulan sekali, dan praktik ceramah keagamaan di masjid kampus secara bergilir setiap dua bulan sekali. Kegiatan peningkatan kompetensi ini sangat diminati oleh para kadernya, karena secara umum anggota Insani adalah mereka yang benar-benar memiliki minat, dan komitmen besar untuk menjadi dai kampus.

Sasaran dakwah kampus Insani ada tiga yaitu para anggota, mahasiswa, remaja masjid di sekitar undip, dan masyarakat. Bentuk dakwah yang dilakukan melalui dakwah *bil lisan*, *bil qalam*, dan dakwah *bil hal*. Dakwah *bil lisan* dilakukan dalam bentuk ceramah keagamaan, diskusi, pengajian keliling, dan bedah buku. Dakwah *bil qalam* dilakukan melalui fasilitas media sosial dan media cetak. Dakwah *bil hal* dilakukan dalam bentuk bakti sosial, donor darah, penggalangan dana kemanusiaan dan korban bencana, serta keteladanan.²⁴⁷ Insani Undip memiliki akun Instagram aktif dengan 8.729 *followers*, 2.934 postingan. Akun ini berisi kegiatan seluruh departemen organisasi, agenda acara rutin, konten dakwah Islam, dan pengenalan profil organisasi.

²⁴⁷ Hasanah, “Model Kompetensi Kader Da’i Kampus Di Perguruan Tinggi Negeri Kota Semarang.”

BAB IV

KEMUNCULAN OTORITAS KEAGAMAAN KOMUNITAS DAKWAH MILENIAL DI KOTA SEMARANG

A. Keberagaman Otoritas Keagamaan dalam Komunitas Dakwah Milenial di Kota Semarang

Berdasarkan hasil penelitian tentang otoritas keagamaan pada 4 komunitas dakwah, keempatnya tidak ditemukan otoritas keagamaan legal rasional dan karismatik. Seperti dikemukakan Weber, otoritas karismatik sulit dipertahankan seiring berjalannya waktu karena otoritas tersebut bertumpu pada kemampuan mempertahankan kepercayaan terhadap kekuatan individu yang luar biasa.²⁴⁸ Otoritas legal rasional tidak ditemukan karena cenderung bersifat koersif, sedangkan *mad'u* dari kalangan anak muda perkotaan membutuhkan pendekatan persuasif.

²⁴⁸ Stig Hjarvard, “Mediatization and the Changing Authority of Religion,” *Media, Culture and Society* 38, no. 1 (2016): 8–17.

Tabel 4. 1 Jenis, Sumber dan Sifat Otoritas Keagamaan dalam Komunitas Dakwah Milenial

No	Komunitas	Jenis	Sumber	Sifat
1.	Dawwam	Alfian: Pemegang Otoritas Cendekiawan Kaderisasi Huda: Pemegang Otoritas Perguruan Tinggi	1. Aplikasi Syameela, Kitab Terjemah 2. Kitab Induk	Persuasif
2.	Santrendelik	Otoritas Cendekiawan Perguruan Tinggi	Kitab Kuning, pendidikan formal	Persuasif
3.	UKKI	Sokheh: Otoritas Cendekiawan Perguruan Tinggi Rizal: Otoritas Tradisional	1.Pendidikan formal 2. Kitab dan Pendidikan non formal	Persuasif
4.	Insani	Otoritas Cendekiawan Kaderisasi	Media digital, pendidikan kaderisasi	Persuasif

Para dai milenial melahirkan otoritas keagamaan yang beragam didasari adanya perubahan cara berdakwah ketika pandemi sehingga mengharuskan *live streaming*, sebagai keprihatinan pergaulan mahasiswa dan tanggung jawab moral sebagai akademisi. Dai muda merupakan salah satu varian baru otoritas keagamaan Islam, khususnya di Kota Semarang.²⁴⁹ Mereka hadir dari organisasi Islam, pelatihan dai, pondok pesantren dan akademisi dengan kualifikasi ilmu keislaman atau ilmu umum. Dengan hadirnya varian baru otoritas keagamaan ini, diharapkan para tokoh agama, ulama atau organisasi ulama menyadari akan diseminasi sumber pengetahuan yang memungkinkan interpretasi baru terhadap pesan keagamaan.²⁵⁰

Dari pemaparan diatas, empat komunitas dakwah di Kota Semarang memiliki jenis dan sumber otoritas keagamaan yang berbeda. Keempatnya memiliki sifatnya sama yaitu dengan persuasif. Dengan sukarela anggota komunitas masuk dan tergabung dalam kajian-kajian

²⁴⁹ Jinan, “Intervensi New Media Dan Impersonalisasi Otoritas Keagamaan Di Indonesia.”

²⁵⁰ Jinan.

komunitas tersebut. Perbedaan jenis dan sumber otoritas keagamaan tiap komunitas dipengaruhi oleh visi, misi dan tujuan yang dibentuk oleh pendiri komunitas itu sendiri. Komunitas Dawwam Sahabat Hijrah berusaha untuk tanggap dalam dakwah digital ketika berhadapan dengan pandemi covid-19, sehingga secara cepat merekrut dai dengan berbagai latar belakang pendidikan untuk segera tanggap dengan dakwah digital.

Berbeda dengan Santrendelik dan UKKI Unnes yang menghargai akademisi atau cendekiawan muslim untuk mengisi kajian di komunitasnya. Pada UKKI Unnes, disimpulkan bahwa kedua dai-nya memiliki jenis otoritas keagamaan yang berbeda. Muhammad Sokheh memegang otoritas keagamaan cendekiawan dari perguruan tinggi dan Rizal Fadli Nurhadi memegang otoritas keagamaan tradisional. Keduanya dipercaya oleh organisasi kerohanian Islam Unnes untuk menjadi dai karena memiliki latar belakang pendidikan keislaman baik formal dan non formal. Pada Santrendelik, kedua dai memiliki latar belakang pendidikan Islam dari perguruan tinggi.

Pertama, otoritas keagamaan tradisional yang dimiliki oleh salah satu dai dari UKKI Unnes, Rizal Fadli Nurhadi sebagai pemegang otoritas tradisional berusaha mengembangkan kewenangannya melalui fatwa *online*. Sebagian besar otoritas keagamaan tradisional Indonesia telah meyadari bahwa Internet adalah bentuk media baru yang tidak hanya dapat mengekspresikan sudut pandang keagamaan mereka tetapi juga menjangkau khalayak yang lebih luas. Seiring dengan otoritas keagamaan baru, mereka mulai menggunakan Internet sebagai media baru untuk menyampaikan pesan Islam moderat dan mengeluarkan fatwa keagamaan yang lebih inklusif. Baru-baru ini, situs web Indonesia mulai menyediakan fatwa siber atau fatwa daring yang didukung dan dirawat oleh beberapa tokoh berlatar belakang otoritas keagamaan tradisional atau tim ahli dengan latar belakang santri. Selain itu, selain forum khusus yang diadakan untuk mengeluarkan fatwa mereka, organisasi Muslim terkemuka Indonesia seperti Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama mulai menggunakan Internet untuk menyediakan fatwa siber dan mengeluarkan fatwa mereka berdasarkan pertanyaan pemohon fatwa.

Jelaslah di sini bahwa alih-alih menghilang karena diperkenalkannya media baru dan munculnya otoritas keagamaan baru, posisi otoritas keagamaan tradisional menjadi kuat dengan menggunakan media baru sebagai sarana mereka untuk membentuk Islam dan menantang pemahaman eksklusif tentang Islam di Indonesia. Dengan kata lain, dengan otoritas mereka, otoritas keagamaan tradisional memulai adaptasi kreatif dengan memanfaatkan teknologi sebagai instrumen untuk memproduksi, mereproduksi, dan menyebarluaskan wacana keagamaan mereka ke masyarakat yang lebih luas.²⁵¹

Kedua, otoritas keagamaan cendekiawan dari perguruan tinggi yang dimiliki oleh Santrendelik. Intelektual muslim adalah mereka yang sering mengemukakan gagasan sistematis dalam menangapi berbagai permasalahan sosial dan kemasyarakatan, sekaligus berkomitmen pada nilai Islam dalam kehidupan

²⁵¹ Zamhari, Han, and Zulkifli, “Traditional Religious Authorities in New Media: A Study of the Cariustadz.Id Platform as an Alternative Cyber Fatwa and Da’wah Media among the Middle-Class Urban Muslims.”

berbangsa dan bermasyarakat. Cendekiawan harus memiliki prinsip komitmen pada Islam dan pengabdian seutuhnya. Jenis otoritas ini harusnya dipertahankan ditengah krisis intelektualitas. Bahkan, NU dan Muhamadiyah dalam perkembangannya berupaya untuk melahirkan kader intelektual muda. Intelektual muda saat ini banyak mengemukakan kajian kritis di kalangan santri sebagai alternatif metodologi hafalan dalam mempelajari kitab kuning. Metodologi yang selama ini tidak pernah dipertanyakan dalam tradisi pesantren. Tentu saja, para pemegang otoritas ini tidak ingin menggusur tradisi pesantren, tetapi berupaya memperkenalkan penafsiran yang baru, kreatif, dan radikal. Intelektual muda ini menunjukkan kefasihannya dalam mengartikulasikan idiom modern, sering merumuskan gagasan-gagasananya dalam bentuk karya tulis akademis dengan lancar, dan berargumen secara sistematis.²⁵²

Kaum intelektual muslim merupakan segmen kaum muslim terdidik yang memiliki akses khusus

²⁵² Niam, “Nahdlatul Ulama and the Production of Muslim Intellectuals in the Beginning of 21st Century Indonesia.”

terhadap nilai budaya, dan oleh karena itu, dapat menduduki posisi kepemimpinan. Intelektual muslim merupakan tulang punggung intelektual gerakan dakwah modern yang telah memengaruhi gaya hidup dan pola kepercayaan sejumlah besar umat Islam di Indonesia. Sejumlah besar dari kelompok ini terkait dengan lembaga pendidikan, usaha penerbitan, dan pusat penyebaran dakwah. Sebagian terkait dengan pesantren tradisional, universitas Islam, madrasah. Kaum intelektual masyarakat muslim berkonsentrasi pada masalah identitas Muslim dan kebijakan nasional yang memengaruhi Muslim Indonesia. Sebagian besar berasal dari keluarga dengan identifikasi Islam yang kuat, dan pelatihan awal dalam nilai-nilai Islam merupakan bagian dari latar belakang mereka. Mereka biasanya merupakan produk dari sistem sekolah nasional dengan penekanan pada "pendidikan modern" dan memiliki gelar sarjana di bidang tersebut.²⁵³

²⁵³ Khoirun Niam, "The Discourse of Muslim Intellectuals and 'Ulama' in Indonesia," *Journal of Indonesian Islam* 4, no. 2 (2010): 288–316.

Cendekiawan muslim dari kualifikasi pendidikan Islam memiliki peran sebagai pihak yang fasih dalam kajian Islam dan pemahaman modernitas serta cara kerja internalnya.

Cendekiawan Muslim haruslah orang yang memahami perbedaan mendasar antara Islam tradisionalis dan modernitas, sehingga mampu menjembatani kesenjangan diantara keduanya. Mereka muncul di ruang terbatas antara gagasan modern dan pemikiran tradisionalis. Kehadiran cendekiawan muslim dianggap penting untuk mendapatkan jawaban kritis dan solusi masa kini. Mereka bukan produk sistem pendidikan tradisional yang sempit dan kaku. Mereka tidak terikat oleh norma tradisional dan kaidah aktivitas diskursif keagamaan. Berbeda dengan dengan ulama tradisional yang belum melampaui teks yang dibacanya, cendekiawan muslim mampu membaca teks lebih dalam dengan cara kritis dan imajinatif. Keberadaan cendekiawan muslim tidak mengancam pemikiran ulama tradisional melainkan cendekiawan muslim mampu melakukan pembacaan kritis terhadap kumpulan teks dan

doktrin Islam sehingga dapat melepaskan diri dari dogma masa lalu yang mungkin relevan pada tahap tertentu dalam sejarah islam, namun sekarang sudah tidak relevan lagi. Hal ini tidak berati bahwa pembacaan dan penafsiran pada masa lalu tidak penting dan tidak relevan. Relevansinya terletak pada masa lalu, namun tidak saat ini.²⁵⁴

Cendekiawan Muslim memiliki pemikiran Islam progresif. Islam progresif membuka ruang intelektual untuk pembacaan kritis tentang bagaimana interkasi budaya, kekuasaan, dan sejarah telah menciptakan bentuk-bentuk pengetahuan hegemonik dalam Islam. Gagasan Islam progresif menjadi ruang eksprimen dimana pertanyaan mendasar tentang keimanan dan normativitas dapat dikaji berdasarkan budaya populer lokal, kompleksitas kehidupan diaspora, dan gaya hidup alternatif.

²⁵⁴ Farish A Noor, “The Responsibilities of the Muslim Intellectual in the 21st Century (An Interview with Abdolkarim Soroush),” *New Voices of Islam* (Leiden, 2002).

Kelompok cendekiawan dianggap bertanggung jawab mengembangkan wacana Islam Indonesia yang kontribusinya terletak pada empat bidang, yaitu: a. tema kewacanaan di luar pernyataan konvensional, teologis, hukum, dan afirmasi keimanan; b. memperkenalkan perspektif ilmu sosial yang kritis kedalam wacana Islam, wacana keagamaan, serta; c. penggambaran keilmuan dunia Islam yang modernis dan reformis, yang kemudian memunculkan minat terhadap; d. penerjemahan karya karya tersebut diatas. Semua ini membawa Islam Indonesia ke tingkat yang lebih tinggi, seiring dengan berkembangnya kelas menengah di perkotaan, termasuk santrinisasi kelas menengah.

Ide atau tema yang diangkat oleh pada intelektual keagamaan antara lain demokrasi dan keadilan sosial, pluralisme dari masyarakat sipil, reformasi hukum dan metodologi interpretatif, sejarah dan budaya, reformasi

pendidikan dan hak asasi manusia, dan akomodasi terhadap tradisi dan modernitas.²⁵⁵

Para cendekiawan muslim ini telah berkontribusi terhadap perkembangan Islam Indonesia, menulis buku dan artikel dengan berbagai tema yang mempengaruhi kehidupan umat Islam Indonesia, termasuk menanggapi isu-isu yang berkaitan dengan Islam. Meski, mereka tidak diakui sebagai ulama, namun fungsi mereka sebagai agen edukatif dan diskursif patut diperhitungkan. Karya mereka memiliki kedalaman kritis dan penelitian yang tepat, merupakan sebuah bidang diskursif, sehingga banyak dari kelompok tradisionalis dan yang bangkit kembali tidak minat dan kemampuan untuk berkomitmen. Di tengah kebangkitan dakwah dan berkembangnya kelompok agama kanan, suara mereka tidak hanya diremehkan tetapi juga menjadi sasaran kritik. Cendekiawan muslim ini mendapatkan tantangan dari kaum tradisionalis, bahwa cendekiawan muslim termasuk bagian dari Islam Liberal, karena dianggap kurang

²⁵⁵ Ibrahim, “Being Authoritative But No Authority?” Muslim Religious Intellectuals in Shaping Indonesian Islam Discourse.”

berkomitmen terhadap ortodoksi atau menyimpang dari penafsiran arus utama. Cendekiawan muslim seperti ini tetap memiliki otoritas, namun tidak mampu menguasai otoritas sepenuhnya.²⁵⁶

Saat ini, cendekiawan muslim berdasarkan gaya dan isinya, hanya dapat menjangkau khalayak terbatas atau mereka sudah banyak berafiliasi dengan khalayak reformis dan progresif serta cendekiawan muslim dengan mudah dianggap sebagai sumber Islam yang otoritatif, karena keyakinan dan afiliasi mereka terhadap lembaga agama arus utama, seperti NU dan Muhammadiyah.

Perihal komunitas cendekiawan muslim di lingkungan NU, ada lembaga yang mewadahi komunitas tersebut. Perekutan komunitas cendekiawan muslim NU terdapat kendala teknis. Elit organisasi NU direkrut dengan menggunakan marga patron dan ikatan kekeluargaan. Rekrutmen tersebut juga ditentukan oleh ada atau tidaknya seseorang memiliki pesantren. Seperti telah dijelaskan diatas, pendidikan bukan satu-satunya

²⁵⁶ Ibrahim.

aspek penentu seseorang bisa menjadi ulama atau elit NU, namun yang terpenting adalah kedudukannya di pesantren. Untuk menampung mereka yang tidak mempunyai pesantren, tetapi didik secara formal di lembaga pendidikan modern, didirikanlah Ikatan Sarjana NU (ISNU).²⁵⁷ Fenomena inilah yang terjadi pada Fakhrudin Aziz sebagai dai dari kalangan cendekiawan muslim, merangkap sebagai Ketua ISNU Jawa Tengah dan Muhammad Sokheh sebagai dai di UKKI Unnes yang terafiliasi dengan Ikatan Dai Indonesia, sebagai salah satu lenbaga arus utama.

Mayoritas objek dakwah Sanrendelik adalah elit intelektual. Elit intelektual adalah cendekiawan yang telah mengetahui masalah keagamaan walaupun belum mendalam seperti guru, dosen, pengacara, wirasawasta serta karyawan kantor. Dai memerlukan pendekatan khusus dalam menghadapi kaum elit intelektual dalam pelaksanaan dakwah dan penyajian materi dakwah yang relevan dengan permasalahan mereka, khususnya

²⁵⁷ Niam, “Nahdlatul Ulama and the Production of Muslim Intellectuals in the Beginning of 21st Century Indonesia.”

permasalahan sosiologis, sosio-kultural, umur, profesi, ekonomi. Istilah intelektual digunakan untuk menyebut orang terpelajar dan terbiasa berfikir kritis, objektif, analitis, dan sistematis. Oleh sebab itu, dai dari komunitas Sanrendelik khususnya membutuhkan metode dakwah khusus bagi mereka.²⁵⁸

Tahapan dalam pembinaan komunitas intelektual melalui dakwah dibagi menjadi tiga, yaitu penyadaran pikiran, penumbuhan keyakinan, dan pembangunan infrastruktur peraturan atau organisasi. Tahapan pertama dilakukan agar seseorang dapat menerima atau menolak keyakinan itu setelah menggunakan akalnya. Fase pemikiran ini didasarkan perenungan dan pemahaman. Kemdian dilanjurkan tahap pengamalan ajaran Islam berdasarkan ilmu dan kesadaran serta keyakinan yang kuat. Komunitas seperti ini membutuhkan dai yang kompeten dan kredibel dalam dakwah. Kompetensi dai dikategorikan dalam dua hal yaitu kompetensi substantif berupa kondisi dai dalam dimensi idealnya. Kedua,

²⁵⁸ Bukhori, “Desain Dakwah Untuk Pembinaan Keagamaan Komunitas Elit Intelektual,” *Ulumuna* 12, no. 2 (2008): 351–70.

kompetensi metodologis, berupa kondisi dai yang berkaitan dengan aspek metodologi atau keterampilan profesionalnya.

Pendekatan dakwah yang baik diterapkan kepada para elit intelektual adalah pendekatan hikmah, sehingga objek dakwah merasa tidak terbebani terhadap perintah agama, karena belum siap mental untuk menerima. Kedua, pendekatan kritis dan rasional. Dakwah terhadap golongan ini harus dikemukakan analisa dan dalil yang dapat diterima akal, alasan logis, perbandingan, fakta, data dan analisisnya. Ketiga, pendekatan sistemik dan holistik, dimana dakwah tidak hanya pada sisi akidah dan ibadah saja, melainkan harus dilakukan dalam tataran sosial kemasyarakatan. Keempat, pendekatan kisah seperti yang dilakukan Tajuddin Arafat, yaitu dengan menceritakan pengalaman orang lain atau diri sendiri, serta kisah dan riwayat umat terdahulu. Kelima, pendekatan aktual, faktual dan kontekstual, dimana dai mampu memberi respon dan solusi bagi pemasalahan yang kekinian di tengah masyarakat. Keenam,

komunikasi persuasif dan empati.²⁵⁹ Otoritas keagamaan yang dilahirkan oleh dai cendekiawan memiliki ciri khas melakukan kegiatan dakwah pada ruang dan dialog terbuka, memiliki pendekatan metodologis, dan persuasif.

Ketiga, otoritas keagamaan cendekiawan dari kaderisasi. Kaderisasi memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk berkiprah menjadi dai muda. Keberhasilan dakwah kampus ditentukan dari tingkat kompetensi para kadernya, dan kompetensi yang tinggi menentukan keberhasilan gerakan dakwah. Meskipun kompetensi menjadi faktor penentu keberhasilan dakwah kampus, namun tidak semua kader kampus memiliki kompetensi yang tinggi. Rendahnya kompetensi kader kampus terlihat dari minimnya pemhaman terhadap wawasan keislaman, sikap pantang menyerah, dan minimnya keterampilan dalam menyampaikan materi dakwah. Hal ini dibuktikan dalam laporan Majelis Ulama Indonesia (MUI) Pusat yang menyebutkan bahwa permasalahan yang ada meliputi kompetensi dai seperti ketidakmampuan dai dalam memahami pesan dakwah,

²⁵⁹ Bukhori.

mempengaruhi *mad'u*, menyelenggarakan dakwah, mengenali sasaran dakwah, dan memanfaatkan sarana prasarana dakwah. Putra dan Ihsanudin menyatakan bahwa tingginya kebutuhan dan permintaan masyarakat terhadap dai tidak sebanding dengan ketersediaan dai yang memiliki kompetensi tinggi. Pada tahun 2018 Kementerian Agama Republik Indonesia baru merilis 200 nama dai yang memiliki kualifikasi atau kompetensi personal tinggi yang dapat memenuhi tuntutan keagamaan masyarakat. Maraknya program pengkaderan telah menjadi komitmen masyarakat dan lembaga akademis untuk mendapatkan calon dai yang berkualitas dan memiliki kompetensi yang tinggi. Pengembangan kompetensi kader dai kampus dipandang sebagai upaya untuk melatih dan menyiapkan mental, pemikiran, kemampuan dai agar siap memasuki dunia yang lebih menantang bidang dakwah yaitu masyarakat.²⁶⁰

²⁶⁰ Hasyim Hasanah, Ibnu Hadjar, and Baidi Bukhori, “Development of Da'i Competency Model in Campus Using Psychological and Management Approach,” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 12, no. 2 (2018): 229–46.

Lembaga dakwah kampus diupaya membimbing kader dai dengan beberapa kompetensi dai. Tingkat kompetensi dapat diidentifikasi dari lima aspek kompetensi, yaitu kompetensi substantif, metodologis, sosial, spiritual, dan profesional. Pertama, kompetensi substantif berkaitan dengan kemampuan memahami materi dakwah dan memiliki intelektual tinggi yang meliputi enam bidang ilmu, yaitu wawasan keislaman, sejarah, sastra dan bahasa, sosial, sains dan teknologi, serta perkembangan dunia kontemporer. Kedua, kompetensi metodologis ditandai dengan kemampuan mengidentifikasi dan menangani problematika dakwah, kemampuan mencari dan memperoleh informasi, kemampuan merencanakan, menerapkan teknik dan metode dakwah yang tepat, dan kemampuan merealisasikan dakwah. Ketiga, kompetensi sosial merupakan keterampilan yang berkaitan dengan nilai-nilai dan kaidah masyarakat. Isi kompetensi sosial meliputi ketakwaan pribadi dan sosial. Keempat, kompetensi spiritual merupakan kemampuan menghadirkan jiwa ketuhanan dan ketaatan. Seseorang yang memiliki kompetensi spiritual memiliki kemampuan

menerima, menanggapi, menghargai, menghayati, dan mengamalkan nilai-nilai sebagai bagian dari karakter individu berupa keimanan dan ketakwaan. Kelima, kompetensi profesional merupakan kemampuan yang didasarkan pada standar dan etika dakwah. Isi kompetensi profesional meliputi memahami dasar dan pondasi profesi da'i, memiliki keahlian khusus di bidangnya serta berjiwa inovatif dan kreatif.²⁶¹

Lembaga dakwah kampus harus direformasi untuk menghadapi tantangan modernisasai. Ada lima ciri dan hakikat globalisasi untuk mempertimbangkan tentang pelaksanaan dakwah. Pertama, secara intensif dan proses transfer nilai secara masif. Kedua, transfer teknologi secara masif dengan segala konsekuensinya. Ketiga, mobilitas yang tinggi dan cepat serta aktivitas manusia. Keempat, kecenderungan perkembangan global kontemporer budaya: gaya hidup hedonistik serta pengingkaran terhadap nilai agama. Kelima, krisis tokoh besar bangsa diragukan keikhlasannya. Lembaga dakwah kampus harus sesuai dengan tuntunan globalisasi dan

²⁶¹ Hasanah, Hadjar, and Bukhori.

tidak hanya bergantung pada kegiatan pendampingan, tetapi juga mempertimbangkan kebutuhan dan tuntutan mahasiswa. Lembaga dakwah mahasiswa muslim Indonesia harus diarahkan kepada dakwah yang berciri khas Islam Indonesia. Pelaksanaannya dapat dilakukan dengan cara menanamkan nilai-nilai intelektual, moral, spiritual, sosial, dan budaya.²⁶²

Salah satu dai dari Insani Undip yang merupakan pemegang otoritas keagamaan dari kaderisasi dan tidak memiliki kualifikasi pendidikan agama, karena berasal dari S-1 Metorologi ITB. Hal ini sama saja disebut dengan sebagai Intektual Muslim Modernis Klasik.

Kaum intelektual seperti ini muncul dari lingkungan modernis yang berbeda dengan kaum muslim di dunia pesantren, yang menganggap diri mereka sebagai penjaga pembelajaran Islam tradisional dan menyerukan Aswaja. Kelompok ini disebut oleh Fazlur Rahman adalah umat Islam modernis klasik. Kelompok ini merupakan

²⁶² Abdul Basit, “The Ideological Fragmentation of Indonesian Muslim Students and Da’wa Movements in the Postreformed Era,” *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* 6, no. 2 (2016): 185–208.

hasil dari pembinaan sekolah yang didirikan oleh organisasi modernis atau merupakan produk dari sistem pendidikan sekuler yang dikendalikan negara dan bersifat otodidak dalam pengetahuan agama.²⁶³ Kelompok intelektual muslim modernis klasik salah satu contohnya adalahnya sarjana hukum seperti Muhammad Hasbi Ash Shiddieqy (1904-1975), yang mencoba mengkonseptualisasikan fikih Indonesia, kemudian Hamka (1908-1981), Mohammad Natsir (1908-1993), yaitu seorang sastrawan otodidak yang pernah menjadi ketua partai Islam utama di Indonesia, Masyumi.

Hal ini penting diperhatikan karena ternyata kaderisasi kampus di perguruan tinggi umum, ditemukan sebagian dari mereka memiliki literatur keagamaan di lingkungan aktivis dakwah dan kajian Islam yang masih didominasi oleh penulis-penulis yang berafiliasi dengan ideologi Ikhwanul Muslimin dan ideologi khilafah. Meskipun bacaan bacaan keagamaan kental dengan nuansa ideologisnya, para pembaca tidak kemudian

²⁶³ Carool Kersten, “Indonesia’s New Muslim Intellectuals,” *Religion Compass* 3, no. 6 (2009): 971–85.

adalah seorang pembaca ideologis, karena sesungguhnya yang lebih mempengaruhi dalam transmisi literatur adalah jejaring sosial di lingkungan organisasi, hingga yang terjadi hanyalah rutinisasi aktivitas tanpa pengkayaan wacana.²⁶⁴ Sehingga diperlukan pengembangan kompetensi bagi kader dai kampus melalui pengembangan konsep diri, kesadaran beragama, dan motivasi berdakwah.²⁶⁵

Cendekiawan jenis ini mempunyai hubungan otodidak dengan pengetahuan. Pengetahuan diperoleh secara terfragmentasi (membaca buku dan secara langsung). Semuanya dibahas tanpa perantara metode atau guru khusus ilmu agama. Mereka menciptakan metode yang berbeda-beda yang bersifat imajiner. Mereka membahas suatu keilmuan yang sebelumnya belum terlalu mengenal keilmuan tersebut. Roy,

²⁶⁴ Agus Iswanto, “Ideologi Dalam Literatur Keagamaan Pada Aktivis Dakwah Kampus Dan Kajian Islam Di ITB Bandung,” *Jurnal SMART (Studi Masyarakat, Religi, Dan Tradisi)* 3, no. 1 (2017): 13–26.

²⁶⁵ Hasanah, Hadjar, and Bukhori, “Development of Da’i Competency Model in Campus Using Psychological and Management Approach.”

menyebut kategori ini sebagai *Islamist New Intellectuals*.

266

Munculnya *Islamist New Intellectuals*, karena lembaga dakwah kampus dianggap sebagai lembaga dakwah yang paling mempunyai otoritas untuk mengembangkan dakwah di kampus, kemudian ketika mahasiswa baru memasuki universitas, merasa kecewa dengan dua organisasi arus utama (NU dan Muhammadiyah), karena kelompok afiliasi universitas mereka cenderung merekrut kader baru dari dalam jaringan organisasi mereka sendiri, serta mahasiswa baru merasa tidak puas dengan NU dan Muhammadiyah karena melihat kedua kelompok tersebut sebagai bagian dari kelompok yang berkuasa. Hal ini yang menjadi alasan kuat mahasiswa baru memilih komunitas dakwah kampus untuk mengungkapkan kekecewaan mereka terhadap ruang publik. Komunitas dakwah kampus memperoleh popularitas ketika lebih mendalam tentang Islam dengan menghadiri acara dakwah serta memanfaatkan posisi

²⁶⁶ Olivier Roy, *The Failure of Political Islam* (Cambridge: Harvard University Press, 1994).

dominan tersebut untuk mengubah pola pikir generasi muda muslim Indonesia demi mendukung interpretasi Islam yang lebih eksklusif sehingga dari komunitas inilah melahirkan cendekiawan muslim. Perbedaan mendasar antara cendekiawan muslim dari gerakan tarbiyah kampus dengan cendekiawan yang memiliki kualifikasi pendidikan Islam adalah bahwa cendekiawan dari gerakan tarbiyah kampus tidak selalu berasal dari pembelajaran Islam di sekolah Islam (pesantren atau madrasah), namun berasal dari kalangan pengajian yang lebih kecil, kursus singkat, dan atau belajar mandiri. Seiring waktu, mereka menciptakan otoritas keagamaan baru dan mendapatkan pengakuan populer sebagai otoritas Islam melalui kemampuan mereka menjelaskan interpretasi Islam menggunakan video youtube pendek yang berdurasi hanya beberapa menit.²⁶⁷

Gerakan Islam kampus dari lembaga dakwah kampus dipengaruhi gerakan Islam di Timur Tengah,

²⁶⁷ Alexander R. Arifianto, “Rising Islamism and the Struggle for Islamic Authority in Post-Reformasi Indonesia,” *TRaNS: Trans-Regional and -National Studies of Southeast Asia* 8, no. 1 (2020): 37–50.

khususnya Ikhwanul Muslimin di Mesir. Hal ini berpengaruh secara signifikan pada pemikiran keagamaan dan ideologi. Lembaga dakwah kampus memiliki ideologi bahwa Islam adalah agama yang mengatur seluruh aspek kehidupan. Sejak awal orde baru, Islam ala Timur Tengah, disebut salafisme. Bedanya, apabila salafi puris tidak mau terlibat di ranah politik, justru lembaga dakwah kampus menganggap ranah politik sebagai bagian metode perjuangan Islam namun tidak mempunyai afiliasi dengan partai Islam.²⁶⁸

Munculnya gerakan salafisme menantang keberadaan otoritas keagamaan. Kaum Salafi menantang para pemimpin agama tradisional dan reformis: Kiai, ulama, dan mubalig. Munculnya gerakan Salafi menimbulkan berbagai macam respon dari masyarakat muslim. Respon yang muncul beragam, mulai dari verbal hingga fisik; dari intelektual hingga kekerasan. Persatuan Islam bersama Muhammadiyah menghadapi tantangan

²⁶⁸ Azyumardi Azra, Ahmad Najib Burhani, and Jajat Burhanudin, “Gerakan Islam Kampus: Sejarah Dan Dinamika Mahasiswa Muslim,” in *Sejarah Kebudayaan Islam Indonesia Jilid 3*, vol. 3 (Jakarta: Direktorat Sejarah dan Nilai Budaya, 2015).

berat dari kaum Salafi. Di berbagai kota, Salafi telah menarik minat sejumlah aktivis Muhammadiyah dan Persis, bahkan mengubah mereka menjadi Salafi.²⁶⁹ Lembaga dakwah kampus yang mampu merangkul anak muda dari kalangan mahasiswa, membuat pemegang otoritas keagamaan tradisional kehilangan sasaran dakwah dari kalangan milenial.

Pemegang otoritas cendekiawan dari kaderisasi, mayoritas mendapatkan sumber pesan keagamaan, salah satunya melalui media digital. Pelatihan yang instan dan proses belajar keilmuan islam secara mandiri melalui platform digital justru mendukung pernyataan yang menjelaskan bahwa media digital merupakan sebuah produk modernitas yang berbahaya bagi agama dan penerimanya oleh komunitas agama akan mengakibatkan agama kehilangan otoritas tradisionalnya. Semakin religius seseorang, maka semakin cenderung ia tidak menggunakan internet karena teknologi ini dibangun diatas etos pandangan dunia sekuler, yang dapat

²⁶⁹ Wahid, “Challenging Religious Authority: The Emergence of Salafi Ustadhs in Indonesia.”

menghalangi orang-orang religius untuk menggunakan dan memanfaatkan media digital. Bahkan media digital dapat melemahkan otoritas keagamaan tradisional dengan kemampuannya menyediakan informasi alternatif dan menciptakan pemimpin baru yang kritis dan menantang legitimasi pemimpin agama tradisional dalam pengajaran keagamaan dan pengalaman keagamaan secara *online* menyebabkan tercabutnya agama dari tempatnya yang riil, penganutnya yang riil, perasaan bersama dan harmoni kultural yang riil, dan kesadaran kolektif.²⁷⁰

Keragaman otoritas berkaitan dengan karakteristik masyarakat perkotaan bahwa terbukanya kran informasi melalui media sosial menimbulkan gejolak pemikiran diantara masyarakat. Selain itu, masyarakat perkotaan yang lebih akomodatif terhadap modernitas yang tidak hanya membahas tentang isu ibadah, namun ke ranah lebih luas seperti ekonomi, politik, hingga pendidikan, sehingga masyarakat perkotaan dapat

²⁷⁰ Asep Muhamad Iqbal, “Agama Dan Adopsi Media Baru: Penggunaan Internet Oleh Gerakan Salafisme Di Indonesia,” *Jurnal Komunikasi Indonesia* 2, no. 2 (2013): 77–87.

melahirkan komunitas dakwah populer, terutama dalam ranah dakwah digital.

Berdasarkan temuan para dai milenial pada komunitas dakwah di Kota Semarang, menjelaskan bahwa otoritas dalam berdakwah bukan hanya kewenangan ulama atau tokoh agama. Setiap muslim bisa melakukan dakwah dengan berbagai cara, seperti pendakwah yang memfokuskan dakwahnya untuk menyelamatkan generasi muslim, seperti yang dilakukan oleh Fakhrudin Aziz dengan membentuk komunitas baru di daerahnya “Zawiyah Al Azhar”, dakwah pemberdayaan masyarakat seperti yang dilakukan Ahmi, seorang mahasiswa Universitas Diponegoro yang menjadi kader dai muda dan membentuk pembinaan dai di asramanya, maupun pendakwah yang aktif dalam menulis atau berkiprah dalam media cetak dan atau media digital seperti Rizal Fadli Nurhadi.

Hal ini menimbulkan tantangan bagi otoritas keagamaan sendiri. Perubahan sosial merupakan penyebab adanya tantangan terhadap otoritas keagamaan. Pertama, penyebaran pendidikan dan literasi dengan

komunikasi massa telah menghasilkan sistematisasi pemikiran Islam melalui media cetak keagamaan, buku nasehat keislaman. Kedua, tumbuhnya literasi dan pasar global telah memperluas akses masyarakat terhadap teks-teks dan situs keagamaan. Salah satu akibatnya adalah meluasnya penafsiran dan penafsir Islam, dan persaingan di antara mereka mengenai siapa yang mempunyai wewenang untuk membela Islam. Penerjemah baru ini adalah bukan berasal dari perguruan tinggi keislaman atau pondok pesantren tetapi fakultas dalam institusi pendidikan tinggi sekuler. Kaum intelektual muslim baru lebih banyak berasal dari fakultas umum. Ketiga, persaingan antara ulama tradisional, intelektual baru, dan negara. Pengendalian ideologi agama kini juga dilakukan dalam berbagai bahasa. Meskipun bahasa Arab masih mempertahankan otoritas ortodoksnya, umat Islam tetap mempertahankan otoritas ortodoksnya. Indonesia adalah negara Muslim terbesar dalam hal populasi, namun dalam

pendidikan Islam mengadaptasi pendidikan negara Timur Tengah.²⁷¹

Keberhasilan dakwah tidak hanya diupayakan oleh para dai dan masyarakat melainkan diperlukan dakwah struktural. Dakwah agama tidak menyebabkan agama berkembang secara cepat dan meluas. Walaupun pada sisi lain dakwah agama membawa kedamaian dan kestabilan. Sebaliknya, dakwah politik dapat menyebarkan agama berkembang secara cepat dan meluas dalam waktu yang cepat.²⁷² Melalui dakwah struktural, pemerintah seharusnya turut andil dalam mengawasi pelatihan kader dai dengan memasukkan pembimbing yang seimbang, baik dari kalangan akademisi dakwah, dan para ulama atau kiai.

Selain itu, faktor lain penting dalam keberhasilan dakwah seorang dai adalah kemampuan berbicara atau disebut sebagai *public speaking*. Kemampuan ini bertujuan untuk memberikan informasi, mengajak kepada

²⁷¹ Bryan S. Turner and Mohamed Kamaludeen Nasir, “Religious Authority and New Media,” in *The Sociology of Islam* (New York: Routledge, 2016).

²⁷² Aziz, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, 4.

hal yang baik, mempengaruhi bahkan menghibur audiens. Dai sebagai pengembang masyarakat Islam tidak dapat berhenti pada penceramah saja. Dai menunjuk pada pelaku (subjek) dan penggerak atau aktifis kegiatan dakwah yaitu orang yang berusaha mewujudkan Islam dalam semua segi kehidupan baik pada tataran individu, keluarga, masyarakat, umat dan bangsa. Dai tidak hanya berhenti atau identik sebagai penceramah sehingga visi dai tidak hanya sebagai penceramah. Sayyid Quthub menetapkan visi dai sebagai pengembang atau pembangun masyarakat Islam. Hal ini sesuai pandangannya bahwa dakwah pada hakikatnya adalah usaha orang beriman untuk mewujudkan sistem Islam (*al-manhaj al-Islami*) dan masyarakat Islam (*al-mujtama' al-Islami*) serta pemerintah dan negara Islam (*al-daulah al-Islamiyah*).

Sebagai pembangun dan pengembang masyarakat Islam, dai harus memerankan enam tugas atau misi yaitu sebagai tutor (*muhaddits*), edukator (*mudarris*), orator (*khatib*), mentor (*muhadhir*), pembuka dialog (*munaqisy wa muhawwir*), budayawan (*adib*) dan penulis (*katib*).

Sementara al-Huli menetapkan enam misi dai sebagai pengembang masyarakat Islam, yaitu menjadi ideologi (*mu'min bi fikrah*), dokter sosial (*thabib ijtimai'i*) pengamat dan pemerhati masalah agama dan sosial (*naqid bashir*), pelindung masyarakat, pemimpin agama dan pemimpin politik.²⁷³

Dai juga harus menjadi individu yang dinamis dan berkomitmen untuk mengembangkan keterampilannya dan mengembangkan bakatnya. Beberapa penambah ilmu yang bermanfaat dalam bidang dakwah, yaitu dai harus memiliki keterampilan dalam manajemen dan administrasi, berbicara di depan umum, teknologi informasi, jurnalisme dan pembiayaan. Untuk memanfaatkan sarana dakwah di atas secara efisien dan berhasil, dakwah perlu terorganisir.²⁷⁴ Kemampuan *public speaking* dan mengelola komunitas dakwah terorganisir merupakan dua hal yang dikembangkan oleh Alfian sebagai seorang dai. Dai sebagai komunikator harus

²⁷³ Ahmad Faqih, *Sosiologi Dakwah Perkotaan: Perspektif Teoritik Dan Studi Kasus* (Semarang: Fatawa Publishing, 2020), 45.

²⁷⁴ Ibrahim Abu Khalid, "Da'wah Getting It Right," *Nida 'ul-Islam*, no. 26 (1999).

memiliki tiga hal agar berhasil: 1) kredibilitas atau kepercayaan diri yang tinggi; 2) daya tarik, seperti kemiripan bahasa atau geografis, bahan diskusi yang disukai, populer, pengolahan, atau kemasan; 3) kekuatan, mempunyai pengaruh yang luar biasa dan luas.²⁷⁵

Keterampilan komunikasi berkembang secara bertahap melalui pelatihan komunikasi, seminar, konseling dan pelatihan profesional, serta pelatihan untuk memperoleh keterampilan sosial tersebut. Dai harus memiliki kemampuan komunikasi. Keterampilan memberikan informasi yang benar dan menjadi pendengar yang baik. Jadi, dengan keterampilan komunikasi, dai bisa hadir secara maksimal dihadapan *mad'u*.²⁷⁶ Keterampilan komunikasi menghasilkan pesan-pesan yang didasari kehati-hatian dalam menyampaikan materi keagamaan.²⁷⁷

²⁷⁵ Muqsi, “Hubungan Dakwah Dan Komunikasi,” *Media Kajian Komunikasi Islam* 1, no. 1 (2018): 1–9.

²⁷⁶ Arianto, “Analysis Of Da ’i Communication Skills Towards The Muslim Converted Karomba Community,” *Al Balagh* 5, no. 1 (2020): 35–66.

²⁷⁷ Arianto.

B. Terbentuknya Komunitas *Mad'u* dengan Otoritas Keagamaan Baru

Pada pembahasan sebelumnya, ditemukan jenis otoritas keagamaan yang beragam diantaranya adalah otoritas keagamaan cendekiawan dari perguruan tinggi dari kualifikasi pendidikan Islam, otoritas keagamaan cendekiawan dari kaderisasi serta otoritas keagamaan tradisional. Ketiga jenis otoritas keagamaan ini digunakan untuk membangun komunitas *mad'u*.

1. Dai Menampilkan Konten Dakwah Menarik

Dai milenial di komunitas dakwah kota Semarang berupaya memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi dakwah dengan berbagai pilihan konten video dakwah.²⁷⁸ Komunitas yang gencar memanfaatkan media digital untuk memperkuat otoritasnya adalah Dawwam Sahabat Hijrah.

Aktivitas komunitas dakwah secara *online* memanfaatkan sumber daya multimodal berupa video,

²⁷⁸ Rizki Briandana et al., “Da’wah Communication and Social Media: The Interpretation of Millennials in Southeast Asia,” *International Journal of Economics and Business Administration* VIII, no. 1 (2020): 216–26.

suara, gambar dan teks persuasif. Faktor ini yang digunakan dai di media digital untuk membangun kredibilitas dan otoritas mereka. Dakwah digital yang dilakukan dai milenial pada komunitas Dawwam, tidak hanya mewakili fenomena agama digital, namun dalam konteks yang lebih luas merupakan bentuk agama yang dimediasi yang menunjukkan fenomena keterlibatan keagamaan yang dimediasi dalam hal. Dakwah digital Dawwam telah memperluas interaksi dan komunikasi keagamaan dalam lanskap media yang lebih luas yang memungkinkan pengguna untuk tetap terlibat dengan pesan-pesan keagamaan. Dakwah digital Dawwam menggambarkan bahwa media telah menjadi situs baru bagi penemuan makna keagamaan akibat penyebaran otoritas keagamaan. Dakwah digital Dawwam merupakan penggabungan mode interaksi dan komunikasi keagamaan yang selama ini ada menjadi sesuatu yang lebih konvergensi.²⁷⁹

²⁷⁹ Moch Fakhruroji, “Digitalizing Islamic Lectures: Islamic Apps and Religious Engagement in Contemporary Indonesia,” *Contemporary Islam* 13, no. 2 (2019): 201–15.

Dai yang memperoleh popularitasnya dari platform media digital, dengan kreatifitas dan inovasi, dai tersebut dikenal sebagai *micro-celebrities* atau *influencer*.²⁸⁰ Fenomena *micro-celebrity* dapat menjadi alternatif bagi pengajaran agama untuk masyarakat.²⁸¹ Media digital menyediakan dua fungsi utama yaitu pembuatan konten atau konten kreator dan konten pencarian. Dalam pembuatan konten, pengguna membuat dan berbagai konten video mereka sendiri dengan individual atau kelompok tertentu.²⁸²

Media digital telah memberikan peluang bagi pengguna media untuk memproduksi, mengonsumsi, berbagai konten keagamaan, sehingga hal ini menyinggung otoritas keagamaan tradisional, karena

²⁸⁰ Wahyudi Akmaliah, “The Rise Cool Ustadz: Preaching, Subculture, and the Pemuda Hijrah Movemnet,” in *The New Santri: Challenging To Tradisional Religious Authority in Indonesia* (Singapore: ISEAS, 2020); Siti Mazidah Mohamad, “Micro-Celebrity Practices in Muslim-Majority States in Southeast Asia,” *Popular Communication* 19, no. 3 (2021): 235–49.

²⁸¹ Akmaliah, “The Rise Cool Ustadz: Preaching, Subculture, and the Pemuda Hijrah Movemnet.”

²⁸² Janarthanan Balakrishnan and Mark D. Griffiths, “Social Media Addiction: What Is the Role of Content in YouTube?,” *Journal of Behavioral Addictions* 6, no. 3 (2017): 364–77.

memiliki cara yang berbeda dalam mengkomunikasikan agama.²⁸³ Hal ini menimbulkan kekhawatiran bahwa seseorang yang bukan dari ranah ilmu agama, mulai mentransmisikan pesan dakwah atau dikenal sebagai pelaku dakwah tanpa melalui pendidikan agama, sehingga menimbulkan masalah di masyarakat.²⁸⁴ Secara tradisional, gagasan dan makna keagamaan Islam disampaikan oleh otoritas yang sudah mapan dalam bentuk ritual dan konteks formal. Otoritas keagamaan di media digital, menampilkan bentuk pengajaran agama yang dipadukan dengan budaya populer, hiburan dan merepresentasikan dakwah dengan identitas anak muda atau kegiatan dakwah yang mengapresiasi keislaman anak muda sesuai dengan keinginan pasar budaya anak muda yang modern.²⁸⁵

²⁸³ Zaid et al., “Digital Islam and Muslim Millennials: How Social Media Influencers Reimagine Religious Authority and Islamic Practices.”

²⁸⁴ Akhfas et al., “The New Ustad in Religious Authority : Challenge and Dynamic of Fatwa in the New Media Era.”

²⁸⁵ Saputra and Triantoro, “Urban Muslim Youth, Pengajian Communities and Social Media: Fragmentation of Religious Authority in Indonesia”; Zaid et al., “Digital Islam and Muslim Millennials: How Social Media Influencers Reimagine Religious Authority and Islamic Practices.”

Dakwah digital memiliki tantangan tentang keahlian, dikhawatirkan sumber dakwah yang ditampilkan dalam media digital kurang kredibel dan tidak berasal dari ahli agama. Kementerian Komunikasi dan Informatika atau Kominfo menemukan 9.546 hoaks telah tersebar di berbagai platform media sosial di Internet. Data itu terangkum dalam kurun tiga tahun mulai Agustus 2018 hingga awal 2022.²⁸⁶ Salah satu ancaman digital yang mempengaruhi dimensi manusia religiusitas adalah fenomena penyebaran manipulatif dan provokatif informasi (*hoax*, ujaran kebencian). Penyebaran informasi ini banjir *timeline* media digital yang digunakan oleh publik.

Data dari APJII menyatakan bahwa penyebaran informasi hoaks dan ujaran kebencian di seluruh tahun 2019-2020 didominasi oleh berita seputar politik, kesehatan, dan agama. Agama adalah isu sensitif yang sering digunakan oleh kelompok tertentu untuk berkreasi

²⁸⁶ Anonim, “Hingga Awal 2022, Kominfo Temukan 9.546 Hoaks Di Internet,” accessed April 3, 2023, <https://bisnis.tempo.co/read/1558213/hingga-awal-2022-kominfo-temukan-9-546-hoaks-di-internet>.

gesekan dalam masyarakat. Ini bahkan lebih mengkhawatirkan ketika menggunakan platform media digital sebagai saluran untuk menyebarkan informasi yang bertujuan untuk merusak harmoni sosial.²⁸⁷

Secara sosiologis penerapan teknologi komunikasi dan informasi dalam kehidupan mempunyai peranan yang sangat penting dalam mengubah variasi interaksi. Komunitas dakwah kini tak hanya mereka yang ada secara kasat mata, tapi juga mereka yang bersama-sama dalam ruang abstrak bernama dunia maya. Media telah membawa individu ke dalam ruang yang memungkinkan satu sama lain untuk berinteraksi. Internet misalnya, kini telah membentuk ruang virtual interaktif yang kemudian dikenal dengan nama *cyberspace*.²⁸⁸

Dakwah melalui internet merupakan inovasi terbaru dalam syiar Islam, dan tentunya akan memudahkan para dai dalam melebarkan sayap

²⁸⁷ Siti Prihatiningtyas dan Siti Sholihat, “Dakwah Patterns in Developing Religious Harmony in Semarang City,” *Ilmu Dakwah* 15, no. 2 (2021).

²⁸⁸ Wasisto Raharjo Jati, “Cyberspace, Internet, Dan Ruang Publik Baru: Aktivisme *Online* Politik Kelas Menengah Indonesia,” *Jurnal Pemikiran Sosiologi* 3, no. 1 (2016): 25.

dakwahnya. Pemanfaatan media internet sebagai media dakwah merupakan sebuah peluang sekaligus tantangan untuk mengembangkan dan memperluas wawasan dakwah Islam. Peluang yang dimaksud adalah bagaimana masyarakat yang peduli terhadap kemampuan dakwah dan memanfaatkan media internet sebagai sarana dan media dakwah untuk menunjang proses dakwah Islam sedangkan mewujudkannya dimulai dari tenaga, pikiran dan sumber daya manusia yang memahami dakwah dan internet. Umat Islam harus mampu menguasai dan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi secara maksimal. Dalam hal dakwah, kekuatan internet sangat potensial untuk dimanfaatkan.²⁸⁹ Syekh Sulthan al-Umari dalam makalahnya *Istikhdam al-Internet fi ad-Dakwa*, bahwa ada beberapa hal penting yang perlu diperhatikan ketika berdakwah di dunia maya.

Pertama, yang paling mendasar adalah meluruskan niat. Dakwah di internet akan lancar jika dilandasi niat baik, sebaliknya tidak dimaksudkan untuk

²⁸⁹ Nur Ahmad, “Tantangan Dakwah Di Era Teknologi Dan Informasi,” *Addin* 8, no. 2 (2014): 319–44.

mengeruk materi atau larut dalam perdebatan mazhab, misalnya. Kedua, merumuskan visi dan misi dakwah di dunia maya. Dalam konteks ini penting untuk dipahami bahwa hakikat dakwah adalah memberi manfaat bagi orang lain. Dakwah itu mengarah ke alam yang baik dan positif. Riwayat yang diriwayatkan dari Abu Hurairah mengatakan, barangsiapa mengajak petunjuk kebaikan maka ia mendapat pahala yang sama dari yang bersangkutan. Ketiga, menunjukkan kepada dunia keagungan nilai-nilai luhur Islam. Keempat, memilih pengawas atau pengontrol konten berkualitas yang berkompeten secara syariat penting dan mempunyai wawasan yang luas. Ini akan membantu menghindari kontroversi dan kontradiksi konten. Kelima, konten selalu disesuaikan dengan kebutuhan masa kini dan tren masyarakat saat ini. Terakhir, ketika membuat situs dakwah tertentu, maka harus dilengkapi dengan superior aplikasi, seperti forum, *live chatting* (obrolan), dan fasilitas surat elektronik (*e-mail*).²⁹⁰

²⁹⁰ Ahmad Zaini, “Dakwah Melalui Internet,” *At-Tabsyir* 1, no. 1 (2013): 103–4.

Perkembangan media digital menjadi hal rawan dan perdebatan wacana keagamaan. Sebagai contoh, Muslim di Indonesia memanfaatkan media baru untuk mengakses dan menjadikan Hadis sebagai rujukan bergaya hidup. Lahirnya tema-tema seperti halal *food*, jilbab *syar'i*, wisata halal, ojek *syar'i*, pengobatan ala nabi, dan lain sebagainya adalah beberapa contoh di antaranya. Sayangnya keberadaan media baru ini secara tidak langsung telah menggeser otoritas ulama sebagai rujukan dalam memahami teks suci, temasuk Hadis. Pergeseran ini melahirkan fabrikasi dan distorsi pemahaman. Kontestasi atas otoritas Hadis masih berkisar pada dua kubu mainstream: tekstualis fundamentalis di satu sisi dan kontekstualis-moderat di sisi lain. Di luar dari kedua kubu tersebut, kelompok Ingkar Sunah juga ikut mewarnai kontestasi atas otoritas Hadis di media baru oleh Muslim kelas menengah. Meskipun suaranya tidak semasif dua kelompok sebelumnya.

Pada era digital, implikasi yang ditimbulkan adalah problem pemahaman agama, pergeseran otoritas keagamaan, dan perubahan pola perilaku masyarakat.

Pertama, dalam hal pemahaman keagamaan, masyarakat milenial tidak lagi seperti masyarakat tradisional yang memiliki kerterbatasan akses terhadap informasi. Dakwah digital menjadikan siapa saja bisa melakukan kegiatan dakwah. Hal ini dikhawatirkan terjadi pemahaman agama tanpa kontrol. Bias pemahaman terjadi dimana tanpa adanya proses verifikasi dan dialog sebagaimana yang terjadi pada situasi muslim tradisional.

Kedua, ketika masyarakat menghadapi reduksi pemahaman agama tanpa kendali, pada saat itu media menjadikan otoritas keagamaan bergeser dari personal kepada impersonal. Artinya, keberadaan para pemegang otoritas, yakni orang yang dianggap mumpuni dalam urusan agama (seperti kiai, ustaz) tidak selalu menjadi rujukan sebagaimana muslim tradisional.²⁹¹

Dai milenial di Kota Semarang selain menampilkan konten dakwah digital, juga menciptakan fatwa *online* untuk memperkuat terbentuknya komunitas

²⁹¹ Ahmadi, “Kontestasi Atas Otoritas Teks Suci Islam Di Era Disrupsi: Bagaimana Kelas Menengah Muslim Indonesia Memperlakukan Hadis Melalui Media Baru.”

mad'u. Seorang sarjana tradisional perlu belajar bertahun-tahun hingga mendapat pelajaran dan meraih status yang membuatnya dikenal luas sebagai mufti, apalagi meraih status agung seorang mujtahid. Isu otoritas ini penting bagi bentuk-bentuk fatwa *online* maupun yang lebih tradisional dan merupakan topik diskusi yang umum ada di kalangan Muslim. Kebanyakan sarjana dalam teori hukum Islam ingin membatasi praktik membuat fatwa hanya kepada mereka yang telah secara khusus mempelajari Al-Qur'an, Hadis, dan fikih. Mereka menjelaskan bahwa bagian besar dari kekuatan persuasif fatwa adalah karena otoritas yang dimiliki para ulama semacam ini. Para pengamat lain menekankan bahwa penafsiran atas teks tidak dibatasi hanya kepada ulama hukum Islam tradisional. Dari cara pandang mereka, pemberi fatwa *online* adalah alternatif yang sah terhadap otoritas Islam tradisional.

Kebanyakan situs internet yang menawarkan fatwa *online* menyukai format tanya-jawab, yakni bimbingan disediakan oleh imam tertentu atau kadang-kadang oleh sebuah tim sarjana agama. Internet memberi

pada masyarakat di wilayah perkotaan alat ekstra untuk dengan cepat mengakses informasi yang mereka butuhkan. Sifat dari internet adalah menyembunyikan identitas dan memberi peluang bagi penanya untuk mengajukan pertanyaan pribadi atau kontroversial tanpa takut akan ketahuan. Fatwa *online* ini berpeluang dipakai secara luas bagi para pengguna yang memiliki persoalan yang sama dengan penanya sebelumnya.²⁹²

Kebaikan atau kekurangan dari fatwa *online* adalah bahwa mereka membiarkan hampir semua orang untuk menampilkan diri sebagai orang yang berwenang dan membuat pendapat hukum. Cara ini barangkali demokratis, tetapi dikhawatirkan membawa anarki informasi. Konsekuensi dari situasi dimana dan siapa saja dapat menghasilkan fatwa di Internet adalah rendahnya jaminan kualitas. Sebagian pemberi fatwa menyisihkan waktu untuk mengecek rujukan mereka, tetapi banyak yang tidak melakukannya. Kondisi ini membuat tercampurnya opini, berita, cerita bohong dan spekulasi

²⁹² Fealy and White, *Ustadz Seleb : Bisnis Moral & Fatwa Online*.

yang datang melalui pengguna blog, forum terbuka dan thread komentar sehingga menjadi lebih susah lagi untuk membedakan tentang informasi yang dapat dipercaya dan yang tidak dipercaya.

Dalam lembaga fatwa konvensional, kewenangan seorang mufti menjadi syarat mutlak bagi seseorang atau lembaga yang mengeluarkan fatwa. Kebanyakan ahli teori hukum membatasi praktik penerbitan fatwa hanya pada mereka yang mempunyai spesialisasi dalam kajian Al-Qur'an dan hadits serta hukum Islam klasik (fikih). Seorang mufti harus mempunyai kualifikasi keilmuan agama yang tinggi dan perilaku beretika. Berdasarkan latar pendidikan Rizal Fadli Nurhadi, jelas disini bahwa alih-alih menghilang karena diperkenalkannya media baru dan munculnya otoritas agama baru, posisi otoritas agama tradisional menjadi kuat dengan menggunakan media baru sebagai sarana untuk membentuk Islam dan menantang pemahaman eksklusif tentang Islam di Indonesia. Dengan kata lain, dengan kewenangannya, otoritas keagamaan tradisional melakukan adaptasi kreatif dengan memanfaatkan teknologi sebagai instrumen untuk

memproduksi, mereproduksi, dan menyebarkan wacana keagamaannya ke masyarakat yang lebih luas.²⁹³

Dakwah adalah panggilan dari Tuhan dan Nabi Muhammad untuk umat manusia agar percaya kepada ajaran Islam dan mewujudkan ajaran yang dipercainya itu dalam segala segi kehidupan.²⁹⁴ Dakwah memiliki dua media yaitu konvensional dan digital. Kelebihan dan Kelemahan dakwah konvensional dan digital, dilihat dari berbagai aspek yaitu metode, cakupan, mode interaksi, teknologi, dan keahlian. Dakwah konvensional memiliki kelebihan dengan menggunakan metode *human touch*.

Pada dakwah digital, metode yang digunakan *hi-tech touch*. Media digital, saat ini terus bergerak dari hanya sebuah mode menjadi arus utama global dan menjadikan ruang agama lebih demokratis. Semua orang dapat berperan, baik memproduksi atau menyebarkan wacana agama dengan sangat mudah. Sebagai misal, dalam Islam,

²⁹³ Zamhari, Han, and Zulkifli, “Traditional Religious Authorities in New Media: A Study of the Cariustadz.Id Platform as an Alternative Cyber Fatwa and Da’wah Media among the Middle-Class Urban Muslims.”

²⁹⁴ Sulthon, *Desain Ilmu Dakwah*.

tidak hanya para ulama saja yang bertugas menyebar ajaran agama, tetapi siapapun umat dapat melakukannya. Umat tidak lagi berperan sebagai pendengar atau penerima pasif wacana agama, tetapi juga sebagai penyebar dan pelaku aktif.²⁹⁵ Dalam kata lain, dakwah digital memiliki cakupan tidak terbatas dengan mode interaksi dapat diakses secara berulang dengan biaya yang terjangkau dengan memanfaatkan layanan teknologi.²⁹⁶

Kelemahan dari dakwah digital adalah ketidaktepatan pendakwah/penyebarkan wacana keagamaan dan ketidaktepatan sasaran penerima wacana agama. Hal ini sangat mungkin terjadi sebagai dampak dari keterbukaan informasi ini. Selalu ada efek negatif bahkan dalam konteks wacana agama yang seharusnya positif. Pendakwah atau komunikator (dalam teori komunikasi) seharusnya adalah orang yang memiliki kompetensi dakwah. Selanjutnya sasaran juga perlu dipertimbangkan

²⁹⁵ Apriyani et al., “Misplace Otoritas Berbagi Konten Keagamaan Pada Grup WhatsApp.”

²⁹⁶ Fahul Wahid, *E-Dakwah, Dakwah Melalui Internet* (Yogyakarta: Gava Media, 2004).

jangan sampai tidak tepat atau salah sasaran.²⁹⁷ Kelemahan dari dakwah konvensional adalah memiliki cakupan terbatas, berada pada satu tempat dan satu waktu serta membutuhkan anggaran biaya.²⁹⁸

Peluang dakwah konvensional, dakwah yang dilakukan secara tatap muka oleh dai atau ualama sebagai agen perubahan, dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan dakwah kearah profeisional seperti dakwah konsultatif, dakwah inovatif, delegatif, dan dakwah yang mampu berpartisipasi dalam pembangunan kemasyarakatan.²⁹⁹ Dakwah digital memiliki urgensi sehingga sangat potensial dan perlu dilakukan, antara lain:

- a) Mampu menembus batas ruang dan waktu secara instan dengan biaya yang relatif terjangkau dan energi;
- b) Pengguna jasa internet meningkat drastis setiap tahunnya, hal ini berarti juga mempengaruhi jumlah orang

²⁹⁷ Apriyani et al., “Misplace Otoritas Berbagi Konten Keagamaan Pada Grup WhatsApp.”

²⁹⁸ Wahid, *E-Dakwah, Dakwah Melalui Internet*.

²⁹⁹ Muhiddinur Kamal, “Pemberdayaan Da’i Lokal Dari Dakwah Konvensional Menuju Dakwah Profesional Di Kabupaten Pasaman, Sumatera Barat,” *Media Komunikasi Dan Dakwah* 16, no. 2 (2015).

yang menyerap misi dakwah; c) Para ahli dan ulama yang berada dibalik media dakwah melalui internet dapat lebih berkonsentrasi pada menyikapi setiap wacana dan peristiwa yang menuntut status hukum menurut Islam; d) Dakwah melalui internet telah menjadi salah satu pilihan masyarakat. Melalui berbagai situs, masyarakat bebas memilih materi dakwah yang disukainya, sehingga pemaksaan kehendak bisa dihindari.untuk memberikan informasi dan tema dakwah yang variatif serta pengetahuan dari narasumber atau dai yang memiliki kehalian, di bidangnya sehingga masyarakat dapat mendapatkan pengetahuan baru, dakwah digital menjadi pelengkap keberadaan dakwah konvensional. Seperti aktivitas dakwah yang dengan cepat dan mudah untuk diakses, sehingga dibutuhkan program dakwah digital yang menarik. ³⁰⁰

Tantangan dakwah konvensional, semakin banyaknya orang yang menggunakan internet untuk mengakses sumber informasi, salah satunya adalah

³⁰⁰ Awaluddin Pimay dan Uswatun Niswah, “The Urgency of E-Da’wa in The Digital Age,” *Lentera* V, no. 2 (2021).

konten agama sehingga dikhawatirkan dakwah konvensional semakin menurun peminatnya dan dai diharapkan mampu menguasai teknologi untuk menyebarkan dakwah secara luas. Dai harus mampu menggunakan berbagai media di internet seperti website, blog komunitas, media sosial, dan platform elektronik berbasis internet lainnya untuk kepentingan dakwah Islam. Dakwah untuk menyampaikan ajaran dan nilai-nilai Islam harus mampu beradaptasi dengan berbagai media elektronik berbasis internet agar Islam terus berkembang di era digital. Kegiatan dakwah yang bertujuan untuk menyampaikan nilai dan ajaran Islam harus mengikuti kemajuan zaman. Dakwah diharapkan terus berkembang pesat dan mampu menyasar *mad'u* (sasaran dakwah) tanpa dibatasi ruang dan waktu. *Mad'u* atau sasaran dakwah adalah manusia yang mengalami dinamika perubahan sosial kultural, sehingga dai harus memperhatikan dan memahami objek dakwah.³⁰¹ Dakwah Islam harus memiliki pengemasan informasi

³⁰¹ Supena, *Filsafat Ilmu Dakwah*.

Islam yang menarik dengan menggunakan media yang menarik tentunya akan lebih menarik bagi umat Islam.³⁰²

2. Dai Membentuk Majelis Taklim Secara Mandiri

Berdasarkan hasil penelitian, dai milenial juga berupaya membentuk majelis taklim untuk memperkuat otoritas yang dimilikinya. Inisiator dari strategi ini adalah dai dari alumni Universitas Al Azhar Mesir, yaitu Fakhrudin Aziz dengan komunitasnya “Zawiyah Al Azhar”. Kehadiran para alumni Al Azhar menampik anggapan bahwa otoritas keagamaan baru tidak memiliki latar belakang keagamaan yang kuat dan tidak mampu menjangkau kitab klasik. Ulama akan menyesuaikan diri untuk mendapatkan legalitas dan eksistensi di ruang publik.³⁰³

Alumni perguruan di Timur Tengah menyebarkan corak pemahaman keislaman yang harfiah dan skripturalis

³⁰² Pimay dan Niswah, “The Urgency of E-Da’wa in The Digital Age.”

³⁰³ Imawati Rofiqoh, “Al-Azhar, Otoritas Keagamaan Baru Dan Keislaman Indonesia: Peran Alumni Al-Azhar Mesir Diruang Publik.” (UIN Sunan Kalijaga, 2019).

kepada masyarakat. Mereka mendakwahkan corak keislaman dengan mengadakan pengajian di masjid, kantor atau perumahan, mendirikan pesantren atau madrasah, membangun radio dan televisi dakwah, dan menerbitkan buku dan majalah. Gerakan transnasional itu, menurut Van Bruinessen, mengurangi otoritas keagamaan organisasi masyarakat Islam di Indonesia, seperti Nahdlatul Ulama (NU), Muhammadiyah, Persatuan Islam (Persis), dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sebagai contoh, para dai salafi tidak pernah merujuk kepada fatwa yang diberikan oleh organisasi masyarakat Islam tersebut diatas untuk masalah keagamaan di Indonesia. Sebagai gantinya, mereka meminta fatwa langsung kepada guru mereka di Timur Tengah. Hal ini menunjukkan bahwa para dai salafi tidak mempercayai wewenang keagamaan organisasi masyarakat Indonesia.³⁰⁴ Namun, Fakhrudin Aziz sebagai seorang akademisi lulusan Timur Tengah, dalam gerakan dakwahnya terafiliasi dengan organisasi Nahdhatul Ulama. Hal ini menentang pendapat Martin Van Bruinessen, dai dengan latar belakang pendidikan

³⁰⁴ Din Wahid, “Kembalinya Konservatisme Islam Indonesia,” *Studia Islamika* 21, no. 2 (2014): 375–90.

Islam dari Timur Tengah justru dapat memperkuat atau memperluas otoritas keagamaan tradisional, seperti yang ditunjukkan oleh Fakhrudin Aziz.³⁰⁵

Melalui majelis taklim yang diinisiasi oleh Fakhrudin Aziz, berbagai elemen masyarakat dari berbagai lapisan masyarakat, baik masyarakat awam, menengah bahkan elit kelas menengah hingga profesional pun banyak mengikuti kajian keagamaan. Kebutuhan spiritual dan kehausan spiritual membuka “Pasar Iman” meminjam istilah Mona Abaza. Pertumbuhan lembaga-lembaga tersebut adalah bagian dari kerangka pemenuhan kebutuhan pasar, kemudian juga melahirkan fenomena “*sufi chic*” atau sufi anggun yang merambah ke kalangan menengah yaitu mengalami perubahan, seperti yang juga terjadi di Mesir.

Terbukanya ruang bagi masyarakat umum dalam kualifikasi keilmuan dan juga peran sosialnya, menimbulkan kepercayaan masyarakat, salah satunya

³⁰⁵ Muhtador, “Otoritas Kegamaan Perempuan (Studi Atas Fatwa-Fatwa Perempuan Di Pesantren Kauman Jekulo Kudus).”

sebagai abdi agama. Untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat, membutuhkan proses yang panjang dan bukan sekadar tindakan sederhana. Ketika tindakan yang sama dilakukan oleh orang yang berpengaruh, maka tindakan tersebut bukan lagi tindakan yang sederhana. Tindakan tersebut kemudian menarik banyak minat dan berpengaruh secara sosial, maka dilakukan secara masif dan melembaga di masyarakat, khususnya dilakukan oleh orang yang mempunyai otoritas. Mereka adalah penafir suatu pemahaman terhadap situasi dan kondisi tertentu.

Kepercayaan masyarakat terhadap tokoh agama dalam majelis taklim, tidak semata mata didasarkan pada kompetensi dan kemampuannya mengajarkan ilmu keislaman, namun juga karena sikap dan perilakunya. Para tokoh agama di kalangan akar rumput tidak terjebak dalam pandangan pragmatisme materialistik, yang mengharapkan upah atau bayaran dengan menetapkan tarif dakwahnya. Berbeda dengan tokoh agama yang masuk kategori populer, melahirkan tokoh agama, ustaz yang borjuis atau biasa melayani masyarakat menengah ke atas dan terlihat mahal karena biasanya diberikan

imbalan yang tinggi secara profesional sehingga menjadi habitus yang menentukan struktur kelas dan melahirkan kategorisasi para pendakwah yang terjerumus kedalam jebakan pasar.

Pendakwah yang pada umumnya diasuh oleh jamaah dan orang yang beriman dan juga mengikuti fatwanya. Dengan mendapatkan kepercayaan masyarakat, pendakwah akhirnya mempunyai jaringan yang luas melalui jaringan mahasiswa dan jamaah yang tersebar. Keterampilan komunikasi yang dilakukan dai kemudian meningkatkan kepercayaan dan simpati masyarakat, sehingga mereka tertarik untuk mengikuti dan menjadi jamaahnya. Unsur inilah disebut sebagai modal sosial yang telah digerakkah oleh dai melalui media majelis taklim.

Melalui kemahirannya dalam ilmu agama dan kemampuan mentransformasikan ilmu ke masyarakat, dai tidak hanya meraih kepercayaan masyarakat tetapi juga mampu mengarahkan dan mempengaruhi jemaahnya. Hal ini yang menyebabkan dai tersebut dianggap memiliki

otoritas keagamaan. Kekuatan otoritas keagamaannya terlihat dari rasa hormat, kesetiaan, ketaatan jemaah terhadap risalah yang disampaikannya, bahkan perhatian dan kepedulian jamaah terhadap dai sudah melekat.³⁰⁶

3. Dai Memiliki Sertifikasi Sebagai *Trainer* Dai Kampus

Proses lain tentang bagaimana dai menggunakan otoritasnya dalam membentuk komunitas *mad'u* adalah dengan kepemilikan sertifikasi sebagai *trainer* dai kampus. Proses ini dimiliki oleh dai dari Insani Undip. Dai dengan kualifikasi pendidikan kaderisasi kampus termasuk fenomena *lumpen intelengensia*. *Lumpen intelligentsia* yakni tokoh agama yang tidak memiliki landasan kuat dalam pengatahan agama. Fenomena ini ditandai dengan munculnya generasi yang mengaku sebagai aktivis Islam namun memiliki pendidikan agama Islam yang kurang mumpuni, karena mereka memperoleh pengetahuan Islam secara otodidak atau diberikan oleh

³⁰⁶ Umdatul Hasanah, “Majelis Taklim and the Shifting of Religious Public Role in Urban Areas,” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 13, no. 34 (2019): 80–90.

lembaga baru serta tidak memiliki kompetensi pemikiran yang independen.³⁰⁷ *Lumpen intelejensia* merupakan lulusan profesi seperti insiyur, dokter, pengacara yang mengupayakan re-Islamisasi masyarakat dan terlibat dalam dakwah keagamaan. Mereka cenderung meremehkan otoritas keagamaan tradisional yang dipegang oleh ulama dan mengikuti pelatihan dakwah di lembaga yang terpisah dari madrasah dan universitas agama Islam. Para kader ini umumnya adalah kaum Islam militan dan neofundamentalis yang telah menyelesaikan studi SMA atau universitas. Mereka adalah sintesis antara militan Islam dan ulama tradisional. Para kader ini berasal dari sistem sekolah yang kebarat baratan, namun disisi lain, mereka bercita-cita menjadi “profesional agama” yang kemudian akan bertanggung jawab atas masjid di berbagai wilayah.³⁰⁸ Dengan kata lain, mereka bukanlah teolog, tetapi pemikir sosial dan aktifis politik.

³⁰⁷ Noorhaidi Hasan, “The Salafi Madrasas of Indonesia,” in *The Madrasa in Asia*, ed. Farish A. Noor, Yoginder And Sikand, and Martin van Bruinessen (Cambridge: Cambridge University Press, 2008), 247–74.

³⁰⁸ Roy, *The Failure of Political Islam*.

Kalangan cendekiawan memandang bahwa fundamentalisme mempunyai corak pemikiran yang mainstream, anti modernisme, anti nasionalisme, anti hermeneutik. Kalangan cendekiawan memberikan label bahwa fundamentalis modern merupakan gerakan neo fundamentalisme Islam karena gerakan dan konsep gerakannya dipandang sebagai ancaman bagi demokrasi, liberalisme, dan juga pluralisme. Kaum fundamentalis pada dekade modernitas lebih menekankan pentingnya membangkitkan kembali komunitas muslim melalui proses reinterpretasi atau formulasi warisan tradisi Islam dalam konteks dunia kontemporer.³⁰⁹ Terdapat kecenderungan kuat di kalangan neo fundamentalis untuk menolak berpikir historis dan hermeneutis dalam memahami kitab suci.³¹⁰

³⁰⁹ Kunawi Basyir, “Gerakan Fundamentalisme Islam Di Indonesia,” *Al-Tahrir* 14, no. 1 (2014): 23–45.

³¹⁰ Fahrurrozi Dahlan, “Fundamentalisme Agama: Antara Fenomena Dakwah Dan Kekerasan Atas Nama Agama,” *Jurnal Ilmu Dakwah* 6, no. 2 (2014): 331.

4. Dai Memberikan Strategi Dakwah untuk Pemuda Urban

Selain usaha memiliki sertifikasi dari program kaderisasi, dai penting menciptakan strategi untuk meyelesaikan permasalahan pemuda urban dengan memanfaatkan otoritas yang dimilikinya. Dai milenial yang berupaya mengatasi masalah pemuda perkotaan adalah Tajuddin Arafat, dai dari Santrendelik. Pemuda urban memiliki tujuan mengikuti kegiatan dakwah adalah untuk mencari pengalaman keagamaan.

Untuk mengatasi permasalahan pemuda urban, dai perlu menerapkan strategi. Pertama, metode kisah dalam berdakwah. Metode kisah merupakan salah satu jenis pesan dakwah yang dikemukakan oleh Ali Aziz. Dengan metode kisah maka akan menambah pengetahuan agama seseorang. Pengetahuan agama dapat menghubungkan seseorang dengan komunitas keagamaan, memberikan pbenaran intelektual atas keimanan dan kepercayaan, atau memberikan ritual yang dapat menenangkan pikiran dan memungkinkan wawasan untuk campur tangan.

Pengetahuan agama menciptakan kerangka konseptual yang menghadirkan pengalaman keagamaan. Pengetahuan agama, teks, ritual, nilai-nilai dan kepercayaan memberikan kerangka koseptual untuk pengalaman keagamaan. Pengalaman keagamaan bersifat subjektif. Secara non-intelektual, pemahaman akan Tuhan, kesatuan Ilahi bahwa pengalaman seperti itu didasarkan pada pengetahuan agama. Kebenaran dari pengalaman seperti itu tidak akan pernah bisa dibuktikan namun dapat didiskusikan. Untuk membentuk pengalaman keagamaan, dai diharuskan melakukan stimulasi kepada objek dakwah. Seperti, do'a bersama sehingga ada ruang diantara kata kata untuk refleksi. Dakwah yang membangkitkan pengalaman keagamaan tidak boleh hanya sekedar latihan intelektual, tidak boleh digunakan untuk moralisasi yang tertutup dan otoritatif, melainkan harus dihubungkan dengan makna dalam kehidupan objek dakwah. Dai harus mengisi ruang dakwah tidak hanya ketelitian intelektual saja tetapi juga dengan humor, semangat hidup, kreativitas, termasuk menggunakan metode cerita yang melibatkan imajinasi *mad'u*. Imajinasi membebaskan pikiran dari ikatan

kognisi. Dai hendaknya mengeluarkan ajakan pedagogis kepada *mad'u* untuk berimajinasi. Tujuannya untuk mempelajari bahan keagamaan dan mendapatkan pandangan sekilas tentang ruang pengetahuan yang belum diketahui.³¹¹

Strategi kedua adalah dai yang memposisikan sebagai konselor dari permasalahan *mad'u*. Konseling Islami sebagai pendekatan dakwah merupakan perpaduan antara konseling Islami dan dakwah yang dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran beragama. Konseling Islami merupakan suatu proses pelayanan yang diberikan kepada klien secara individu agar mereka sadar akan keberadaannya dan hidup selaras dengan ketentuan dan petunjuk Allah. Konseling Islami merupakan salah satu pendekatan dakwah yang paling tepat dengan berbagai kelebihannya, antara lain terjadinya dialog personal untuk menemukan permasalahan dalam diri klien dalam bentuk preventif, kuratif, dan pengembangan. Dalam proses konseling terjadi komunikasi terapeutik

³¹¹ Deborah Court, “Religious Experience as an Aim of Religious Education,” *British Journal of Religious Education* 35, no. 3 (2013): 251–63.

untuk menanamkan rasa percaya diri klien dalam mencapai tujuan konseling.³¹²

Konseling Islam lebih menitikberatkan pada proses pemecahan masalah. Konseling Islam dalam dakwah berfokus pada *mad'u* yang bermasalah dengan harapan terdapat perubahan sikap dari *mad'u*. Proses perubahan sikap seseorang berlangsung melalui tiga proses dasar, yaitu *attention* (perhatian), *comprehension* (pemahaman), dan *acceptance* (penerimaan). Ketiga tahapan dari tinjauan psikologi komunikasi tersebut menjadi pijakan bagi konseling Islami. Oleh karen itu, konseling Islami membutuhkan ilmu bantu psikologi dakwah. Psikologi dakwah bertugas untuk mempelajari perilaku kejiwaan manusia yang terlibat dalam proses dakwah, sehingga dai mampu menguraikan bahasa dakwahnya secara efektif. Konseling Islami berperan untuk membantu mereka yang sedang bermasalah agar dapat kembali menemukan potensi dirinya dengan

³¹² Silvianetri Silvianetri et al., “The Effectiveness of Islamic Counseling as a Dakwah Approach to Increase the Religious Awareness of Ex-Prostitute,” *Jurnal Dakwah Risalah* 33, no. 1 (2022): 71–91.

keimnana diharapkan mereka dapat mengatasi kesulitan yang dihadapi.³¹³

Strategi ketiga adalah dai yang mampu memahami psikologi *mad'u*. Konsep ini mengkaji tentang konsepsi manusia sebagai sasaran dakwah serta faktor yang mempengaruhi pemahaman, perasaan, sikap, motif dan perilaku keberagamaan *mad'u*. Pemuda urban sebagai *mad'u* memiliki karakteristik dalam pandangan humanistik termasuk dalam individu bebas memilih dan menentukan perilakunya namun tetap bertanggungjawab atas perilaku tersebut. Pandangan kelompok humanistik ini memandang penting kebutuhan metamotivasi. Metamotivasi ini kaitannya dengan aktualisasi keberagaman seseorang yang menggambarkan pengalaman keagamaan. Pada kondisi ini manusia merasakan adanya pengalaman keagamaan yang sangat mendalam. Pengalaman keagamaan mendalam ini memberikan wawasan yang jelas tentang diri dan dunia mereka. Mereka cenderung menjadi mistis, puitis, dan saleh, lebih tanggap terhadap keindangan dan

³¹³ Abdul Basit, *Konseling Islami* (Jakarta: Kencana, 2017).

kemungkinan lebih besar menjadi pembaru atau penemu.

314

Kondisi psikologis *mad'u* yang berada di pedesaan akan berbeda dengan *mad'u* yang tinggal dilingkungan perkotaan. Hal ini bisa didasarkan pada pandangan behavioralis yang memandang bahwa perilaku manusia sangat besar dipengaruhi oleh aspek stimulasi lingkungan.³¹⁵ Sesuai dengan pemikiran dakwah M. Natsir bahwa teknis penyampaian dakwah perlu diperhatikan. Kewajiban pada dai tidak sekadar memberikan fatwa atau memberi vonis tentang halal dan haramnya suatu hal. Kewajiban umat Islam adalah mengemukakan alternatif dalam menghadapi sesuatu yang sedang diperdebatkan, mengemukakan alternatif yang baik untuk menghadapi yang buruk. Dengan kata lain, menyampaikan dakwah Islam tidak harus menghukumi dengan label haram, kafir, munafik, dan sebagainya, tetapi dengan perkataan simpatik yang menawarkan atau menyejukkan hati masyarakat dengan

³¹⁴ Enjang, “Dakwah Smart: Proses Dakwah Sesuai Dengan Aspek Psikologis *Mad'u*.”

³¹⁵ Enjang.

memberi mereka pilihan yang lebih baik. Seringkali masyarakat merasa kecewa bukan karena materi dakwah yang disampaikan oleh para dai, melainkan ucapan atau ungkapan yang tidak etis, seperti menuding, memojokkan, dan memvonis perilaku masyarakat.³¹⁶

“Karna itu komunitasnya, *audiens*-nya, jamaahnya itu yang lebih pada aspek dia pingin mendapatkan kesegaran beragama bukan ritual dalam beragama. Kalau kita bicara syariat islam itu dia malah mundur, dia malah lari.”

Menurut Tajuddin Arafat, semangat bergabung pada komunitas dakwah yang dilakukan oleh masyarakat perkotaan karena mereka membutuhkan pengalaman keagamaan. Pengalaman keagamaan berhubungan dengan ekspresi dan motivasi keagamaan yang dapat diidentifikasi sebagai orientasi agama. Pargament memandang bahwa orientasi ini sebagai jalan untuk mencapai berbagai tujuan yang dicari individu dalam agama. Orientasi keagamaan seseorang dibedakan

³¹⁶ Thohir Luth, *M. Natsir: Dakwah Dan Pemikirannya* (Jakarta: Gema Insani Press, 1999).

menjadi dua yaitu ekstrinsik dan intrinsik.³¹⁷ Orientasi ekstrinsik umumnya mengacu pada motivasi “utilitarian” dalam perilaku keagamaan. Agama memberikan keamanan, kenyamanan, status, atau dukungan sosial. Sebaliknya, orientasi keagamaan intrinsik tidak bersifat instrumental, namun menundukkan semua kebutuhan lainnya pada komitmen keagamaan yang menyeluruh.

Dalam hal ini, agama adalah tujuan itu sendiri. Intinya, orientasi keagamaan ekstrinsik dan intrinsik tersebut membedakan antara agama tentang sarana, instrumen, atau alat dan sebuah agama yang tujuannya untuk dihayati, diinternalisasikan. Orang yang bermotivasi ekstrinsik menggunakan agama, sedangkan orang yang bermotivasi intrinsik termotivasi hidup oleh agama. Selain orientasi keagamaan ekstrinsik dan intrinsik, Batson menggambarkan orientasi keagamaan yang dikenal sebagai *quest* (pencarian).³¹⁸ Mereka yang

³¹⁷ Kenneth I Pargament, *The Psychology of Religion and Coping: Theory, Research, Practice* (New York: Guilford Press, 1997).

³¹⁸ CD Batson, Schoenrade P, and Ventis W.L, *Religion and the Individual: A Social Psychological Perspective* (New York: Oxford University Press, 1993).

memiliki orientasi ini memiliki sikap keragu-raguan, ingin mengetahui kebenaran akhir melalui pertanyaan. Mereka lebih terbuka dan penuh pertanyaan. Pada dasarnya, pencarian adalah orientasi keagamaan dimana pertanyaan lebih penting bagi pengalaman keagamaan daripada jawaban. Dalam orientasi ini, individu bersedia secara aktif menghadapi dan berjuang dengan isu sulit, terbuka dan fleksibel dalam belajar, dan ragu terhadap solusi sederhana terhadap masalah sulit.

Dakwah Islam mengandung tiga unsur utama, yaitu amal perbuatan lisan, aktualisasi ajaran Islam dengan karya nyata, dan kepribadian terpuji sebagai sokogurunya. Pemahaman konsep dakwah ini digagas oleh M. Natsir dan ditegaskan serta dijalankan oleh Tajuddin Arafat. Konsep dakwah ini memiliki implikasi terhadap perubahan masyarakat pada level sosiokultural maupun geopolitiknya. Adapun masyarakat pada level sosiokultural, hanya menghendaki perubahan seadanya dengan memotivasi mereka dengan konsep Islam bagi perubahan. Hal ini berbeda dengan masyarakat pada level geopolitik dengan tingkat ketajaman berpikir dan

kemapanan daya kritis yang kuat dan menghendaki perubahan yang lebih mendasar dan nyata dalam kehidupan. Dalam hal ini, ajaran Islam tidak dipahami sebagai bimbingan ritual saja, tetapi lebih dari itu dipahami sebagai dukungan sosial untuk kemajuan hidupnya. Dengan kata lain, objek dakwah pada komunitas Santrendelik berada level masyarakat geopolitik. Mereka membutuhkan kesagaran dan kesadaran keagamaan, bukan mencari ritual dalam beragama.³¹⁹

Strategi keempat yaitu dai harus memanfaatkan posisi sebagai akademisi dengan mengusung konsep dakwah kampus berbasis riset (DKBR). Strategi ini merupakan penerapan dakwah di ruang perguruan tinggi dan meyeru kalangan akademisi ke jalan dakwah dengan riset. Riset disini berfungsi sebagai justifikasi, komplementasi, induktifikasi, dan verifikasi dari Al-Qur'an dan Hadis. DKBR juga berfungsi sebagai sumber informasi dan materi dakwah. DKBR menekankan penemuan ilmia tentang keagamaan, realitas sosial

³¹⁹ Luth, *M. Natsir: Dakwah Dan Pemikirannya.*

keagamaan, realitas sosial kemasyarakatan maupun sains yang digunakan untuk menemukan dalil yang menyakinakan dalam memahami Al-Qur'an dan Hadis. Maka dalam perjalanan DKBR juga mencerminkan kerasionalan, termasuk materi dakwahnya. Hal ini sesuai dengan *mad'u* di komunitas Santrendelik yang merupakan pemuda perkotaan yang berkarakteristik rasionalitas.³²⁰ Kenyataannya, komunitas muslim perkotaan Indonesia mengalami transformasi dakwah yang menampilkan berbagai kursus, debat, dikusi, dan publikasi dengan tingkat intelektual yang relatif tinggi.³²¹

Salah satu wujud dari tanggung jawab riset, seorang intelektual menganggap suatu keharusan yang mengalir dari citra dirinya untuk menghasilkan karya ilmiah. Kewajiban peran memperkuat dan memberikan arahan pada kecenderungan memotivasi, mereka membantu membentuk kekuatan produksi. Peran tersebut tertanam dalam institusi dan komunitas intelektual yang menuntut seorang intelektual untuk memproduksi karya ilmiah.

³²⁰ Mahri, "Dakwah Kampus Berbasis Riset."

³²¹ Meuleman, "Dakwah, Competition for Authority, and Development."

Intitusi intelektual mempengaruhi kecenderungan dan kekuasaan melalui pelaksanaan otoritas yang memberikan sanksi dan penghargaan atas kinerja intelektual. Dengan menghasilkan karya ilmiah, maka mereka dianggap sebagai pemegang otoritas intelektual.³²²

5. Dai Memberikan Pemahaman Rasional Melalui Otoritas Keagamaan Baru

Hadirnya Otoritas Keagamaan cendekiawan merupakan fenomena sosiologis. Para cendekiawan baik yang memperoleh pendidikan agama dari dalam dan luar negeri, memberikan kepemimpinan dalam wacana agama. Para cendekiawan ini berupaya untuk membuktikan bahwa apa yang mereka anggap sebagai agama yang benar tidak relevan dengan perubahan dunia modern. Mereka mendorong penerapan konsep kritis ke dalam wacana Islam Indonesia, akrab dengan berbagai sumber, mengenal gagasan modern dan bersifat independen.

³²² Edward Shils, “Intellectuals , Tradition , and the Traditions of Intellectuals: Some Preliminary Considerations,” *The MIT* 101, no. 2 (1972): 21–34.

Keberadaan universitas membuka peluang bagi para cendekiawan agama untuk menulis, berbicara dan mempublikasikan pemikiran mereka tentang isu kritis dan problematis di ranah publik. Para cendekiawan bertanggung jawab mengembangkan wacana Islam Indonesia yang kontribusinya terletak pada empat bidang, yaitu : tema kewacanaan di luar pernyataan konvensional, teologis, hukum, dan afirmasi keimanan, kedua: memperkenalkan perspektif ilmu sosial yang kritis ke dalam wacana Islam, wacana keagamaan, serta ketiga: penggambaran keilmuan dunia Islam yang modernis dan reformis, yang pada gilirannya memunculkan minat terhadap penerjemahan karya-karya tersebut. Ide atau tema yang diangkat oleh para cendekiawan keagamaan antara lain demokrasi dan keadilan sosial, pluralisme dan masyarakat sipil, reformasi hukum dan metodologi interpretatif, sejarah dan budaya, reformasi pendidikan

dan hak asasi manusia, dan akomodasi terhadap tradisi dan modernitas.³²³

Berdasarkan analisis sub bab ini, bahwasanya *mad'u* dari dai milenial kebanyakan adalah generasi Z yang memiliki karakteristik konsumsi internet lebih tinggi dan menyukai situs berisi hiburan dan sosial media. Hal ini menjadi tantangan bagi dai milenial agar dakwah yang disampaikan dapat diterima oleh kalangan generasi Z. Maka dengan kapasitas keilmuan dai milenial, mereka menggunakan otoritasnya untuk membentuk komunitas dakwah. Otoritas keagamaan yang dipegang oleh dai milenial tidaklah kaku. Berkat majunya teknologi, ideologi Islam politik mengalami mediasi. Ia menjadi wacana yang terbuka dan *conected* di hadapan beragam aktor dan otoritas keagamaan, juga audiens yang semakin cair. Mereka mengambil beberapa aspek darinya untuk dihibridasi dengan ideologi, muatan, gaya, genre, dan ekspresi lainnya. Kaum muda, khususnya generasi

³²³ Ibrahim, ““Being Authoritative But No Authority?” Muslim Religious Intellectuals in Shaping Indonesian Islam Discourse.”

milenial akan mengaprорiasi gagasan Islam politik dan mengkontekstualisasikannya dengan aspirasi dan gaya hidup kekinian mereka.³²⁴

Kehadiran media digital tidak secara menerus menentang otoritas keagamaan tradisional, tetapi pada saat yang sama memberdayakan mereka untuk menyebarluaskan dakwah mereka melalui media konvensional. Salah satu dai milenial pada penelitian ini bernama Rizal sebagai pemegang otoritas keagamaan tradisional mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi modern, demikian juga kepada pemegang otoritas cendekiawan. Fenomena ini menunjukkan bahwa tidak semua ulama baru termasuk dalam lumpen intelligentsia, tidak memiliki pengetahuan agama yang baik dan berasal dari pendidikan non-agama. Pelaku keagamaan tradisional menggabungkan budaya busana Islam tradisional dengan gaya busana pemuda muslim dalam konteks tertentu.

³²⁴ Nur Kholis et al., *Islam Indonesia 2020* (Yogyakarta: UII Press, 2020).

Pemegang otoritas tradisional, cendekiawan dan kaderisasi menjadi populer karena masyarakat muslim di Semarang khususnya banyak menyaksikan dakwah mereka melalui platform media digital (Youtube dan Instagram), sehingga mudah dikatakan bahwa media membentuk popularitas mereka. Namun, perlu diketahui bahwa popularitas pendakwah milenial bukan hanya media digital, melainkan juga adanya kualifikasi pendidikan agama formal dan atau non formal seperti pesantren dan perguruan tinggi. Selain latar belakang pendidikan dan kiprah dakwah di media digital, popularitas para pemegang otoritas dakwah pada penelitian ini tidak lepas dari peran pemuda muslim. Kolaborasi konten dakwah Tajuddin Arafat, Alfian Yusuf, Rizal Fadli yang tersebar di Youtube dan Instagram diproduksi oleh tim pemuda dakwah dan kemudian relawan dakwah menyebarkan dakwahnya yang didominasi oleh pemuda muslim. Oleh karena itu, keberhasilan dai milenial di tengah perkembangan teknologi modern tidak lepas dari aktivitas dan mobilisasi pemuda di media digital. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam melakukan *rebranding* dakwahnya di era

kontemporer, dai milenial baik pemegang otoritas keagamaan tradisional, cendekiawan dan kaderisasi tidak bisa lepas dari peran media digital. Mereka mampu bertahan dan beradaptasi dengan perkembangan media baru berkat dukungan komunitas dakwah dan dukungan pemuda muslim dalam mengemas dan menyebarluaskan dakwahnya di media digital.

Diantara dai dari empat komunitas memiliki perbedaan yang cukup signifikan dalam berceramah. Dai dari komunitas dawwam sahabat hijrah, santrendelik, dan insani undip menggunakan cara dakwah otoritas keagamaan baru yang menekankan pada aspek bercerita, menampilkan kisah di masa nabi dan menghindari kajian hukum Islam. Melalui konsep bercerita, dakwah menjadi ciri khas otoritas keagamaan baru. Para pemegang otoritas keagamaan baru sengaja menghindari kajian hukum Islam. Mereka menyukai bercerita tentang pengalaman hijrah, rumah tangga, atau kisah di masa nabi.³²⁵

³²⁵ Yasril Yazid et al., “Reclaiming Traditional Religious Authority in the Contemporary Era,” *Jurnal Dakwah Risalah* 34, no. 1 (2023): 01.

Promosi awal kesalehan Islam pada masa Orde Baru justru menyediakan pondasi ranah baru Islamisasi, terutama ketika praktik dakwah bertemu dengan mode produksi kapitalis melalui industri media dan mengubah praktik dakwah menjadi budaya populer. Pada masa Orde Baru pula gairah semangat untuk menyemai identitas Islam justru muncul dari kalangan kelas menengah urban berpendidikan. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi otoritas keagamaan yang telah mapan melembaga sejak masa kolonial, seperti Muhammadiyah dan Nahdhatul Ulama. Hasrat kelas menengah untuk menjadi Muslim yang lebih sempurna justru menyemai ranah baru dimana ajaran dan tafsir-tafsir Islam mulai dikomodifikasikan. Lebih jauh lagi, pelayanan dan simbol kesalehan personal menjadi daya tarik utama dalam mengembangkan industri budaya pop Islami yang selama hampir dua dekade pasca Orde Baru semakin mapan dan semakin meluas pasarnya.

Hal ini tentu mengubah landskap sosial dan budaya masyarakat Indonesia, khususnya ketika simbol-simbol dan praktik-praktik Islam tertentu secara hegemonik menjadi ranah yang dikuasai pula oleh kehendak pasar

bebas di mana logika neoliberalisme membolehkan konsumerisme budaya dilakukan untuk kepentingan pencapaian keuntungan maksimal dan kepuasan identitas diri yang menjadi tujuan dari konsumsi itu sendiri. Budaya pop Islami yang terus berlanjut secara hegemonik di era pasca Suharto dalam kenyataannya juga dibentuk oleh berbagai ideologi gerakan dakwah global khususnya oleh ideologi Wahabi-Salafisme.

Hal ini dimungkinkan melalui globalisasi di mana periode gerakan dakwah khususnya yang dimulai di masa Orde Baru telah mengekspansi kebutuhan menjadi Muslim yang sempurna dan memaparkan ‘identitas Islami’ kelas menengah berpendidikan di lembaga-lembaga sekuler seperti perguruan-perguruan tinggi nasional. Gerakan dakwah yang dimulai semenjak akhir tahun 1970-an di kampus-kampus sekuler telah mereproduksi suatu pola-pola pelembagaan dakwah yang menggantikan otoritas kelembagaan agama Islam yang sebelumnya telah mapan. Antusiasme memaparkan identitas Islami ini justru difasilitasi oleh generasi yang justru memperoleh pengetahuan mengenai Islam melalui

training dakwah di kampus-kampus sekuler. Dari sinilah Islamisme populer muncul dan hadir sebagai daya tarik gairah Muslim kelas menengah urban dan memperoleh kesempatan untuk semakin memperluas pemirsanya dalam reproduksi sosial dan ekonomi yang difasilitasi oleh logika ekonomi neoliberal kapitalisme.³²⁶

C. Kecenderungan *Mad'u* Mengikuti Otoritas Keagamaan Baru

Pada sub bab ini akan memaparkan alasan *mad'u* yang konsisten mengikuti ceramah dai pada komunitas tersebut. Terdapat empat *mad'u* yang menjadi informan dalam pembahasan ini. Ika dari Dawwam Sahabat Hijrah, Ayunda dari Santrendelik, Aida dari UKKI Unnes, dan Hanifah dari Insani Undip.

1. Dai Menampilkkan Dakwah Humanis bagi Anak Muda

Dakwah humanis adalah dakwah yang fokus pada konstruksi identitas diri yang manusiawi dengan kedamaian, kebijakan, kearifan dan keadilan. Dakwah

³²⁶ Arie Setyaningrum Pamungkas, “Mediatisasi Dakwah, Moralitas Publik Dan Komodifikasi Islam Di Era Neoliberalisme,” *Maarif* 13, no. 1 (2018): 60.

humanis menekankan pentingnya kemanusiaan dengan memperhatikan segi psikologis, sosiologis, antropologis, kultural dan edukatif dalam berdakwah.³²⁷ Dakwah humanis berusaha untuk merangkul semua kalangan, dan berbagai latar belakang.

“Disitu jemaah ceweknya itu gak selalu pake gamis, tapi pake celana biasa, maksudnya kayak orang nongkrong aja. Ternyata pengajiannya tuh sesantai ini ya seseru ini ya keren nih. Nyaman kayak jadi obat bener-bener itu tempat jadi obat. Aku disitu bisa cerita sama ustaznya, bisa curhat sama ustaz-nya dan ustaz-nya tuh gak yang diceritain tuh gak pernah nge-judge”

Ayunda, salah satu *mad'u* dari Santrendelik menuturkan bahwa dakwah yang nyaman untuk generasi muda adalah dai dan *mad'u* memiliki hubungan *interpersonal* yang baik dan efektif serta menerika keadaaan *mad'u* secara apa adanya. Keterampilan *interpersonal* perlu dimiliki oleh dai.

³²⁷ Bukhari, “Dakwah Humanis Dengan Pendekatan Sosiologis-Antropologis,” *Al Hikmah* 4 (2012): 111–30.



Gambar 4. 1 Dialog dalam Kajian Santrendelik

Keterampilan *interpersonal* menyangkut kepekaan sosial, membangun hubungan, bekerja sama dengan orang lain, mendengarkan, dan komunikasi. Sementara Burhrmenster mengidentifikasi ada lima *domain interpersonal skill* yaitu³²⁸ mampu menjalin hubungan dan interaksi, asertif terhadap hak pribadi dan ketidaksenangan dengan orang lain, penyikapan diri tentang informasi pribadi, memberikan dukungan secara emosional dan nasehat kepada orang lain, dan mampu menyelesaikan konflik antar pribadi.³²⁹

³²⁸ Reis H.T. Buhrmester, D., Furman W., Wittenberg M. T., “Five Domains of Interpesonal Competence in Peer Relationships,” *Journal of Personality and Social Psychology* 55, no. 6 (1998): 991–1008.

³²⁹ Halimatus Sakdiah, “Urgensi Interpersonal Skill Dalam Dakwah Persuasif,” *Jurnal Ilmu Dakwah* 35, no. 1 (2017): 1–14.

Kemampuan *interpersonal* pada dai merupakan salah satu metode bimbingan Islam dalam bentuk dialog yang bersifat *two way communication*. Keakraban, kepuasaaan dan kepercayaan seseorang terhadap orang lain dipengaruhi oleh kualitas hubungannya dengan orang lain. Lebih dari itu, dai berperan sebagai orang yang memberi solusi atau bekal untuk melakukan terapi. Khususnya, dai memiliki rasa empati ketika memberikan respon terhadap *mad'u*.³³⁰

Selain, komunikasi *interpersonal*, penguasaan retorika dalam berdakwah merupakan salah satu munculnya daya tarik bagi seorang dai.

“Mengaitkan antara ilmu ilmu agama dengan yang lagi trending atau lagi musim di zamannya begitu. Selain itu juga dalam pembawaannya itu, beliau itu *humble* dan intelek begitu dalam menyampaikan ilmu agama begitu”

Aida, salah satu *mad'u* dari UKKI Unnes menjelaskan bahwa dai yang diikutinya menarik minat anak muda

³³⁰ AS Enjang, “Komunikasi Dalam Bimbingan Islam,” *Irsyad* 1, no. 1 (2008).

khususnya mahasiswa karena memiliki kemampuan retorika yang baik dalam menyampaikan kajian.

Berdakwah dengan melihat keadaan *mad'u* terlebih dahulu akan menimbulkan simpati bagi *mad'u* untuk mendengarkan ceramah. Seperti ini terlihat pada para dai milenial saat ini yang mampu menarik perhatian penggemar remaja. Seorang dai harus meningkatkan karismanya melalui peningkatan integritas kepribadian yang baik, memiliki prinsip yang kuat, jujur dalam hidup, dan selalu tegas dalam berdakwah.³³¹

Menurut perspektif psikologi agama, usia remaja akhir dan dewasa awal memiliki kerentanan yang tinggi terhadap perasaan ragu dan konflik batin terhadap agama yang dianutnya, sehingga remaja dan dewasa awal seringkali mengalami krisis seperempat kehidupan. Mereka lebih menyukai dan mendiskusikan tema tema yang dekat dengan kehidupan mereka. Para dai membahas materi dakwah yang relevan dengan permasalahan

³³¹ Maulidatus Syahrotin Naqqiyah and Ali Nurdin, “Da’i Credibility in The Post-Truth Era: A Study of Da’i in Surabaya,” *Ilmu Dakwah* 13, no. 2 (2019): 250–67.

kehidupan yang dihadapi oleh generasi muda dengan bahasa yang lebih diterima oleh anak muda.³³²

Generasi muda menyukai dakwah dialogis dan dakwah yang *hybrid*. Dalam konteks komunitas Dawwam Sahabat Hijrah, dan Sanrendelik, terjadi hibriditas agama. Kedua komunitas ini mengadopsi unsur sosial budaya sebagai bagian dari hibriditas keagamaannya dimana kegiatan dakwah mencerminkan bagaimana individu mengekspresikan ide dan keyakinan dalam ruang bersama, sehingga berkontribusi terhadap tatanan sosial masyarakat. Hal ini dibuktikan dengan apresiasi mereka terhadap budaya populer, seperti pusat dakwah yang menyerupai angkringan atau kafe modern. Alasan kedua komunitas ini memilih jalur dakwah di tempat interaksi sosial (afe dan angkringan), untuk memberikan kesan yang berbeda dengan umat beragama lain, serta sebagai salah satu bentuk hiburan di tengah kajian dakwah. Dengan menghadirkan tempat yang digemari anak muda muslim, proses dakwah yang dilakukan komunitas ini

³³² Muhammad Abdi Lubis, “Religious Hybridity : The Response Of Muslim Youth To Teras Dakwah Community,” *Al Balagh* 8, no. 1 (2023): 283–306.

terbukti menjadi pusat perhatian berbagai jamaah milenial.

“ Di Dawwam itu ada nonton bareng film islam. Setelah itu ada pembahasan tentang yang ditonton tadi. Jadi bener-bener nambah ilmu sejarah, selain itu juga ada free makan minumnya menu angkringan”

Ika, salah satu *mad'u* dari Dawwam Sahabat Hijrah menuturkan bahwa konsep angkringan gratis merupakan strategi dakwah komunitas yang menarik bagi anak muda, ditambah materi film tentang pahlawan Islam yang mudah dipahami bagi anak muda sekarang.

Dakwah yang disukai oleh anak muda adalah dakwah yang terintegrasi dengan media digital. Baik itu nonton bareng film via platform zoom, kajian rutin melalui streaming youtube, adanya dokumentasi yang dipublikasikan melalui platform media digital.

“Dengan adanya *smartphone* ini juga sangat membantu dalam mengakses berbagai macam informasi. Nah, salah satunya itu kayak apa namanya mengakses ilmu agama.” (Wawancara dengan Aida, *mad'u* dari UKKI Unnes).

Empat *mad'u* yang peneliti wawancarai sepakat bahwa belajar agama Islam melalui media digital merupakan hal yang sewajarnya bahkan harus diikuti perkembangannya karena memiliki manfaat seperti mudahnya akses belajar Islam. Empat *mad'u* memiliki kecenderungan untuk mengakses ilmu agama melalui media sosial.

2. Dai Memiliki Kualifikasi Pendidikan Islam

Kecenderungan masyarakat dalam penggunaan media sosial menjadi kontributor munculnya *post-truth* selama beberapa tahun terakhir. Mulai dari munculnya para elit politik di berbagai penjuru dunia dalam memanipulasi paradigma masyarakat dengan menyebarkan gosip jahat tentang lawannya dan menganggap sedikit bukti hingga muncul masyarakat pembodohan. Seiring dengan perkembangan teknologi dan perkembangan tingkat kemampuan masyarakat dalam menggunakan media sosial, kegiatan dakwah dapat dilakukan melalui media sosial. Semua elemen kehidupan masyarakat bergema dengan munculnya media baru, bahkan media sosial sangat mendominasi kehidupan manusia. Pengaruh internet dan juga

platform media sosial yang sangat beragam menyebabkan meluasnya penyebaran berita bohong.

Keterbukaan internet memberikan implikasi positif dengan pertimbangan satu ajaran Islam dapat menyebarkan risalah Allah walaupun hanya satu ayat sederhana. Banyaknya website yang memuat artikel-artikel Islami membuktikan bahwa Internet pro-Islam. Keterbukaan ini tanpa disadari telah menimbulkan krisis otoritas dan otentisitas agama. Dahulu makna ajaran agama adalah milik penafsiran otoritas orang tertentu, yang memiliki kualifikasi ilmu keislaman yang tinggi dan kesalehan sosial yang baik, sebagaimana disebutkan dalam teori dakwah yang membutuhkan kualifikasi ilmu keislaman yang tinggi dan perilaku yang baik untuk menjadi seorang dai yang sukses.³³³

Keberhasilan dakwah selama ini bergantung pada dai oleh karena itu, agar dapat memberikan hasil yang maksimal maka dakwah hendaknya disampaikan

³³³ Fazlul Rahman, “The Death of the Da’i: The Autonomization of Religious Messages within Cyberspace,” *Ulumuna* 22, no. 2 (2018): 255–76.

oleh para dai yang mempunyai kualifikasi tinggi dalam ilmu-ilmu keislaman dan spiritualitas yang baik.³³⁴

“Pak Aziz itu selain dia pinter. Pinter tapi nggak semua orang pinter berilmu itu bisa menyampaikan materi atau menyampaikan anda ingin mudah, maksudnya mudah itu kayak bisa sampai ke *audiens* gampang di mengerti oleh audiens, kalau Pak Aziz itu ceramahnya itu mudah di pahami, nggak *judgement*, terus asyik, lucu.”

Pentingnya memilih dai dengan kualifikasi pendidikan tinggi, disepakati oleh Ayunda sebagai *mad'u* di Santrendelik. Dai dengan kualifikasi pendidikan tinggi juga harus mampu menyesuaikan materi dan bahasa sesuai dengan kebutuhan *mad'u*. Hal senada juga diungkapkan oleh Aida sebagai *mad'u* di UKKI Unnes.

“Memilih pak sokheh untuk kajian itu karena memang rekomendasi dari ketua panitia untuk memilih beliau dam beliau itu merupakan salah satu dosen yang mumpuni di kajian dengan tema tersebut”

Dai bagi mahasiswa seperti Aida, harus memiliki kualifikasi pendidikan Islam yang baik. Ditambah Aida

³³⁴ Rahman.

adalah orang yang bepegang teguh pada otoritas keagamaan tradisional. Dia mengharapkan otoritas keagamaan cendekiawan dapat memperkuat otoritas keagamaan tradisional.

“Kebetulan saya itu kan di pondok pesantren ya. Nah itu biasanya dari kajian kitab yang diampu sama ustaz. Jadi saya terbiasa belajar dari pondok. Di kampus pun, ustaz-nya harus sejalan dan sefaham dengan pondok.”

Pentingnya memilih dai, dikarenakan dai memiliki tanggung jawab yang besar terhadap apa yang dikatakan atau diberitakan. Selain didasarkan pada isi atau muatan dakwah, seorang komunikator atau dai juga memperhatikan kredibilitasnya. Semakin maraknya dakwah di media sosial, dan semakin canggihnya tingkat pengetahuan masyarakat tentang media sosial, maka membuat seorang dai perlu meningkatkan kredibilitasnya untuk menarik perhatian khalayak dan pesannya dijadikan acuan bagi khalayak. Masyarakat atau publik memiliki berbagai macam harapan terhadap dai. Hal inilah yang menuntut seorang dai untuk meningkatkan kredibilitas dan memiliki kemampuan internal baik dalam tataran

keilmuan, kemampuan komunikasi, dan juga penguasaan diri.

“Dai yang itu tidak mempunyai latar belakang pendidikan islam, nanti kan juga takutnya bisa menyebarkan berita hoax.” (Wawancara dengan Aida, *Mad'u* dari UKKI Unnes)

Kemampuan ilmu merupakan salah satu upaya dalam meningkatkan kredibilitas seorang dai.³³⁵ Seorang dai harus kompeten dalam kualifikasi keilmuan, perilaku, dan keahliannya untuk menunjang tugas menyebarkan ajaran Islam. Tidak semua orang dapat berdakwah dengan baik jika tidak didukung oleh nilai-nilai, profesionalisme, dan prinsip-prinsip struktural. Para dai harus mengedepankan aspek persiapan karena jika tampil tanpa persiapan akan turun tanpa penghargaan.³³⁶ Thompson menyatakan bahwa tingkat pendidikan seseorang dapat mempengaruhi persepsi dalam beberapa hal. Pengetahuan yang baik dapat membuat

³³⁵ Syahrotin Naqqiyah and Nurdin, “Da’i Credibility in The Post-Truth Era: A Study of Da’i in Surabaya.”

³³⁶ Choirin, “The Perception of Indonesian Millenial on Da’i: Knowledge , Presentation , and Performance.”

generasi milenial mempersepsikan para dai sebagai salah satu referensi dalam meningkatkan pemahaman tentang nilai spiritualitas keagamaan.³³⁷

3. Dai Membawakan Tema Kekinian yang Menghubungkan Agama dengan Berbagai Perspektif Keilmuan

Perkembangan teknologi informasi, mengharuskan adanya penyesuaian terhadap tema kajian dakwah. Kajian dakwah saat ini lebih didekatkan dengan pendekatakan pengetahuan sistematis. Pemikiran ini muncul seperti tulisan Tata Sukayat yang mendekati dakwah dari sudut *Mabadi ‘Asyarah* (pendekatan ilmu *mantiq*). Tata menyebutkan bahwa ilmu dakwah dibangun atas sepuluh hal pokok: *al-haddu* (haikat), *mawdu’* (objek kajian), *thamrah* (nilai guna), *nisbah* (relevansi ilmu dakwah dengan ilmu lain), *fadl* (keutamaan), *wadi’* (peletak dasar), *al-ism* (nama ilmu), *istimdad* (dasar ilmu), *hukm* (hukum mempelajari), dan *masa’il* (problematika mengkaji ilmu dakwah). Dakwah

³³⁷ Choirin.

yang dikaji dengan berbagai perspektif keilmuan, melibatkan pertemuan dengan melibatkan akademisi.³³⁸

“Karena setiap kajian itu kan temanya beda beda, tidak cuma yang kaya politik atau sosial ataupun katanya juga ada fikih dan lain sebagainya.”

Aida, *mad'u* dari UKKI Unnes mengaku tertarik pada kajian dakwah yang mengaitkan ilmu agama Islam dengan berbagai perspektif keilmuan. Hal inilah yang berusaha di bangun oleh UKKI Unnes dengan menghadirkan dai yang memiliki otoritas keagamaan cendekiawan.

Komunitas dakwah mempunyai peran yang sangat penting saat ini karena bagi para pemuda yang ingin mencari ilmu agama. Ada beberapa faktor pendukung peran yang dilakukan komunitas dakwah dalam menarik minat pemuda untuk ikut kajian dakwah, diantaranya adalah; Pertama tema dakwah kekinian. Tema dakwah yang diangkat adalah isu yang sedang hangat dibicarakan di lingkungan anak muda. Kedua, bahasa

³³⁸ Hahir Tajiri, “Pemikiran Dakwah Endang Saefudin Anshori,” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 10, no. 1 (2016): 59–78.

dakwah yang mudah dipahami anak muda. Penampilan dai disesuaikan dengan para jamaah yang membuat suasana menjadi cair. Ketiga, fasilitas dan hiburan yang memadai. Kelima, kajian yang dihubungkan melalui media sosial.³³⁹

4. Lembaga Dakwah Kampus Sebagai Wadah Menambah Ilmu Agama

Dakwah kampus merupakan implementasi dakwah di lingkungan perguruan tinggi. Dakwah kampus bertujuan untuk menyebarluaskan pesan keagamaan dengan memanfaatkan sarana formal/informal kampus. Hal ini dikarenakan, perguruan tinggi dipercaya masyarakat sebagai komunitas yang memiliki kapasitas keilmuan, intelektualitas dan profesionalitas lebih dibanding komunitas lainnya maka, berdakwah di kalangan akademisi berati mengajak komunitas yang memiliki daya gerak tinggi (dengan kapasitas idealitas,

³³⁹ Istiqomah Bekthi Utami and Agus Ahmad Safei, “Peran Komunitas Islam Dalam Menyemangati Keagamaan Para Pemuda,” *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam* 5, no. 2 (2023): 167–88.

rasionalitas, intelektualitas dan profesionalitas) terhadap kondisi sosial.³⁴⁰

“Manfaatkan buat ikut kajian begitu. Selain itu juga organisasi dakwah kampus sebagai wadah untuk mensyiarakan agama Islam itu bagi mahasiswa mahasiswa yang lain itu khususnya pada yang mahasiswa muslimnya begitu.”

Aida, salah satu *mad'u* dari UKKI Unnes menuturkan bahwa pentingnya untuk ikut serta dalam kajian dakwah dalam organisasi kerohanian kampus karena kampus sudah memfasilitasi wadah dan atau sarana dakwah dengan baik. Wadah atau sarana dakwah yang dimaksud Aida, sama halnya dengan laboratorium dakwah. Laboratorium mengisyaratkan bahwa laboratorium dengan ragam bentuknya tidak akan habis untuk dijadikan sebagai sumber belajar dan media dalam proses belajar-mengajar.³⁴¹ Laboratorium dakwah

³⁴⁰ Muhammad Ridwan and Andi Edwin Rewira, “Dakwah Kampus : Transformasi Dakwah Tekstual Ke Dakwah Kontekstual Rasional,” *Karimiyah* 1, no. 1 (2021): 53–62.

³⁴¹ Kurnia Muhajarah and Moh. Sulthon, “Pengembangan Laboratorium Virtual Sebagai Media Pembelajaran: Peluang Dan Tantangan,” *Justek : Jurnal Sains Dan Teknologi* 3, no. 2 (2020): 77.

diharapkan mampu mengembangkan model dakwah kreatif yang selaras dengan perkembangan zaman.³⁴²

“Karena dari kampus sudah memfasilitasi melalui organisasi kampus, jadi sebagai mahasiswa harus memanfaatkan dan berkontribusi dengan maksimal mungkin”

Lembaga dakwah merupakan fasilitas kampus sehingga hal itu menjadi pertimbangan untuk mengikuti kajiannya, juga dituturkan oleh Hanifah sebagai *mad'u* dari Insani Undip. Selain, alasan lembaga dakwah merupakan fasilitas kampus. Hanifah menyukai dai muda yang memiliki kompetensi agama dan memiliki kiprah di kampus.

“Memilih mba Ahmi karena beliau memiliki banyak pengalaman dan berkompeten dibidang agama, salah satunya beliau merupakan pemimpin dari rumah quran dan mantan ketua rohis di gizi dan FK.”

Pembinaan keagamaan yang dilakukan oleh lembaga dakwah kampus kepada mahasiswa merupakan

³⁴² Agus Riyadi, “Desain Pengembangan Laboratorium Dakwah: Studi Kasus UIN Walisongo Semarang,” *Jurnal Komunikasi Islam* 9, no. 1 (2019): 129–53.

sarana untuk meningkatkan keimanan, ibadah, pendidikan, muamalah, akhlak, dan lain-lain. Hal ini tentunya dapat dicapai bila dilakukan dengan suara yang keras, bahasa yang baik, kata-kata yang fasih, tersusun dan lain-lain. Salah satu peranan lembaga dakwah kampus adalah menciptakan perilaku keagamaan yang sesuai dengan ajaran islam.³⁴³

Hanifah mempercayai lembaga dakwah kampus sebagai sarana untuk meningkatkan keimanan, karena dia tidak mempunyai pandangan tentang pemegang otoritas keagamaan lain selain lembaga dakwah kampus.

“Aku pastiin si cari berita yg lain buat semacam crosscheck gitu. Sama aku nanya ke ayahku yg jauh lebih paham. Karena takut bgt banyak Hadis palsu.”

Selain menggunakan sarana lembaga dakwah kampus untuk mencari sumber ilmu keislaman, Hanifah tidak memiliki sarana lain untuk melakukan verifikasi kebenaran ilmu keislaman selain kepada orang tuanya. Hal ini menjelaskan bahwa semangat keagamaan Hanifah

³⁴³ Setiawan, “Efektivitas Dakwah Fi’ah: Studi Model Dakwah Pada Lembaga Dakwah Kampus.”

tidak selaras dengan fasilitas dalam mencari sumber ilmu keislaman.

Pada sub bab ini akan memaparkan alasan *mad'u* yang konsisten mengikuti ceramah dai pada komunitas tersebut. Terdapat empat *mad'u* yang menjadi informan dalam pembahasan ini. Ika dari Dawwam Sahabat Hijrah, Ayunda dari Santrendelik, Aida dari UKKI Unnes, dan Hanifah dari Insani Undip.

D. Penyebab Dai Milenial Membentuk Otoritas Keagamaan Baru

Pada sub bab ini akan memaparkan alasan dai pada setiap komunitas membentuk otoritas keagamaan baru.

1. Dai Menjawab Tantangan Dakwah Digital

Kehadiran otoritas agama baru di Indonesia menunjukkan bahwa pengaruh teknologi media yang meluas telah menjadi bukti meningkatnya tantangan yang saling terkait dalam urusan otoritas agama, khususnya dalam konteks peristiwa global seperti pandemi Covid-19. Pada era media baru, yang ditandai dengan pesatnya

perkembangan teknologi informasi dan memudarnya pengaruh otoritas tradisional, otoritas agama telah mengalami pergeseran besar ke arah saluran media impersonal seperti buku *online*, situs web, blog, dan platform serupa. Transisi ini menimbulkan kompleksitas pada lanskap perkembangan teknologi media. Dalam hal ini, kredibilitas informasi yang disebarluaskan memerlukan penyelidikan lebih lanjut, karena tindakan pencegahan ini sangat penting untuk memastikan konsumsi data yang kredibel.

Dari perspektif alternatif, perkembangan teknologi media saat ini dapat dianggap sebagai peluang untuk memperkuat identitas otoritas agama. Prinsip bahwa kemajuan teknologi bukanlah ancaman melainkan prospek dakwah. Pendekatan ini pada akhirnya memperkuat identitas otoritas agama di Indonesia. Pada era sekarang, otoritas agama perlu melakukan transformasi dalam konteks perkembangan media.³⁴⁴

³⁴⁴ Abon Ronaldi, Abdul Rahim Saidek, and Wiji Lestari, “New Media as an Ideological Transmission Opportunity for Religious Authorities in Indonesia,” *Indo Islamika* 13, no. 2 (2023).

Internet tidak hanya menjadi alat yang memfasilitasi bentuk-bentuk baru interaksi jaringan, namun juga sebuah lingkungan yang mengubah cara kita memandang dan berinteraksi satu sama lain. Hal ini mengubah pemahaman kita tentang otoritas dengan menciptakan posisi kekuasaan baru, meratakan hierarki tradisional, dan menyediakan platform baru yang memberikan suara kepada mereka yang tidak bersuara. Kemampuan Internet untuk menantang otoritas politik, sosial, dan bahkan agama tradisional telah menjadi asumsi yang diterima.

Seiring dengan meningkatnya keberagaman dan luasnya pengguna Internet, semakin banyak orang yang diberi akses ke khalayak global untuk menyampaikan ide-ide mereka, sehingga menciptakan sumber otoritas baru. Internet juga memicu perubahan pola sosialisasi di antara orang-orang yang koneksinya bersifat cair, *mobile*, dan melampaui ruang dan waktu. Tantangan utama yang ditimbulkan Internet terhadap struktur otoritas keagamaan

tradisional adalah demokratisasi pengetahuan secara *online*.³⁴⁵

Internet tidak hanya meningkatkan akses terhadap sumber-sumber informasi keagamaan alternatif, namun juga memberdayakan masyarakat untuk menyumbangkan informasi, opini, dan pengalaman dalam debat dan percakapan publik. Ini berarti umat Islam harus mengembangkan keterampilan baru dalam literasi teknologi. Mereka juga memerlukan keterampilan baru untuk melihat bagaimana Internet telah menciptakan lingkungan sosial baru yang memfasilitasi interaksi spiritual, membentuk otoritas baru, dan melegitimasi praktik-praktik di komunitas mereka.³⁴⁶

Dakwah saat ini dihadapkan pada tantangan yang sangat besar. Belum melewati era disruptsi, dakwah dihadapkan dengan munculnya era *society* atau 5.0 yang harus dihadapi dan menjadi tantangan bagi dunia dakwah Islam. Era disruptsi 4.0 berdampak pada tingginya

³⁴⁵ Campbell and Teusner, “Religious Authority in the Age of the Internet.”

³⁴⁶ Campbell and Teusner.

aksesibilitas masyarakat terhadap pemanfaatan teknologi komunikasi dan infromasi. Di sisi lain, era *society* 5.0, masyarakat Indonesia dihadapkan pada kecanggihan infrastruktur digital dan juga akan bersentuhan langsung dengan sistem integrasi ruang virtual yang dibentuk dan dibuat serupa dengan ruang fisik. Hal ini tentunya menjadi tantangan bagi dai.

Dai harus beradaptasi dengan perkembangan zaman yang bergulir secara pesat, agar lebih transformatif, responsif, adaptif, dan menjawab permasalahan dakwah yang semakin kompleks. Kekhawatiran Alfian tentang sikap instan dan mulai menurun jumlah anggota komunitas yang datang secara langsung dalam kegiatan dakwah menunjukkan realitas dakwah Islam di era *society* 5.0 yang krusial dan dilematis. Realitas tersebut memerlukan penerapan strategi dakwah yang efektif dan efisien untuk bersaing

dan mempertahankan nilai-nilai Islam di tengah ancaman krisis dan waktu.³⁴⁷

Untuk mengatasi ancaman krisis pada dakwah digital, dibutuhkan beberapa langkah, yaitu pertama; meningkatkan kualitas dai secara substansi dan metodologis. Kedua; penguasaan teknologi informasi sebagai media terkini dalam dakwah. Ketiga; meningkatkan kemampuan literasi objek dakwah. Keempat; dai mampu berpikir kritis dan menjadi *problem solving* di masyarakat. Kelima; penanaman nilai universal melalui konsepsi moderasi beragama. Keenam; menyesuaikan kondisi umat Islam secara keseluruhan.³⁴⁸

2. Upaya Meningkatkan Literasi Dakwah Digital

Literasi digital juga dibutuhkan untuk memberikan edukasi kepada pengguna aktif digital untuk lebih kreatif dalam menggunakan media digital. Literasi digital

³⁴⁷ R Setiawati, D M Rolando, and N Sari, “The Values and Practices of Da’wah in The Era of Hybrid Knowledge Society 5.0,” *Jurnal Fiqh Al-Watan* 1, no. 1 (2022): 41–47.

³⁴⁸ Setiawati, Rolando, and Sari.

mencakup empat kemampuan yaitu pertama, kemampuan mengakses alat digital. Kedua, kemampuan seleksi atau mengetahui cara memilih situs dan sumber yang berkualitas. Ketiga, kemampuan kurasi atau tindakan membangun situs web berkualitas buatan pakar ahli dengan tautan yang relevan. Keempat, kemampuan penciptaan atau kapasitas untuk memilih alat digital untuk menciptakan solusi masalah.³⁴⁹

Dai milenial diharuskan memiliki keterampilan literasi digital dalam meningkatkan kemampuan mengakses dan menggunakan berbagai sumber iinformasi dan pengetahuan dalam bentuk digital seperti *e-book*, *e-paper*, *e-journal*, dan mengoperasikan berbagai perangkat lunak komputer. Teks keagamaan yang dicetak dapat diubah ke dalam bentuk digital dengan perangkat lunak yang dapat membantu proses pembelajaran dan mempercepat pemahaman secara komprehensif.

³⁴⁹ Fazlul Rahman, “Digital Media Literacy for the Better Santri: Reconsidering the Power of Internet for the Students of Traditional Pesantren,” *SSRN Electronic Journal* 1, no. 1 (2021): 110–18.

Pendakwah di lapangan maupun pada media digital harus mampu menjawab permasalahan sosial, maka dibutuhkan literasi media untuk memilih pendakwah yang sesuai dengan keilmuan yang diharapkan masyarakat.

Literasi media sekarang ini menjadi hal yang perlu diperhatikan untuk menangkal serangan informasi, khususnya yang datang dari dunia Barat ke dunia Islam. Terdapat tiga strategi umum untuk menangkal hal tersebut. Strategi pertama, yaitu strategi isolatif. Dalam strategi ini, Islam dipandang sebagai alternatif dasar peradaban Islam dan sebagai konsekuensinya, masyarakat menolak semua yang ada di barat, kecuali sains dan teknologinya. Strategi ini digunakan oleh kaum fundamentalis. Salah satu konsekuensinya dari strategi ini adalah memutus kontak kultural dengan barat. Strategi kedua adalah strategi selektif. Dalam hal ini masyarakat turut membatasi program digital yang ditampilkan. Hal ini menimbulkan terjadinya pengekangan kebebasan dan mematikan daya kreativitas seseorang. Strategi ini dijalankan oleh kaum tradisionalis. Strategi ketiga, adalah

strategi alternatif. Strategi ini, kita harus menguasai sarana penyiaran alternatif yang diisi dengan acara islami dan berani bersaing dengan program digital yang ditawarkan oleh negara sekuler. Hal ini dilakukan oleh kaum modernis.³⁵⁰

Ketiga strategi ini memiliki sisi kelemahan dan kelebihan. Mahzar mengajukan sebuah strategi integratif. Strategi ini digunakan untuk menangkal serbuan informasi global, bukan dengan memutusnya, melainkan dengan jalan menyainginya melalui komunitas informasi lokal yang pada gilirannya terjaring menjadi masyarakat informasi regional islami yang integratif, dengan harapan merambah pada jaringan global.³⁵¹

3. Dai Menciptakan Wacana Baru dalam Dakwah Digital
Fundamentalisme agama dan ekslusivisme yang mendominasi media dan literasi digital, seperti banyaknya konten kreator dakwah di media sosial, adanya narasi tentang Islam toleran, inklusif, moderasi beragama merupakan kontestasi wacana ruang digital dimana

³⁵⁰ Muhaemin, “Dakwah Digital Akademisi Dakwah.”

³⁵¹ Muhaemin.

aktivitas personal dalam ruang digital tidak dilahirkan apa adanya, melainkan sebagai upaya kontestasi ruang dimana seseorang merespon, menarasikan, meng-*counter* wacana yang ada di dunia nyata dalam ruang yang berbeda.

Pergerseran makna dakwah disebabkan oleh etika para dainya. Antara lain banyaknya dai yang menempatkan dirinya pada bidang yang bertolak belakang dengan inti maupun substansi *amar makruf nahi munkar*. Contohnya adalah seorang dai yang menjadi juru kampanye partai politik atau iklan komersil yang dengan kemahiran retorika mengolah ayat atau hadits untuk dijadikan bahan melegitimasi tindakan-tindakan tertentu yang tidak sejalan dengan etika Islam secara umum atau etika dakwah secara khusus.³⁵² Contohnya yang sudah terjadi adalah kasus Neno Warisman ketika berdoa pada kampanye ganti presiden dengan retorika yang sentimen dan Gus Miftah yang diduga terlibat pada *money politic*

³⁵² Nurhidayat Muh. Said, “Dakwah Dan Problematika Umat Islam,” *Jurnal Dakwah Tabligh* 14, no. 1 (2013): 1–23, Dakwah, Problematika Umat, Aqidah, Moral, Individualisme, Materialisme.

pada pemilu 2024. Himbauan dari Ketua Majelis Ulama Indonesia Bidang Dakwah dan Ukhluwah, Cholil Nafis menegaskan bahwa para dai diharapkan mengajak masyarakat mengesampingkan persaingan politik dalam masa pemilihan umum untuk menjaga kerukunan dalam berbangsa dan bernegara.

Eksklusivisme juga terjadi pada pengajian perkotaan yang telah dipengaruhi oleh media digital. Contohnya Santrendelik Semarang. Dengan dihadiri oleh puluhan peserta serta materi dan permasalahan yang dibahas dalam pengajian tersebut menyentuh persoalan keagamaan global dan lokal.³⁵³

Munculnya pengajian di media digital, tidak hanya menggambarkan meluasnya pemberitaan media mengenai agama namun juga ditandai dengan semakin meluasnya pemberitaan media mengenai agama dan penyebaran otoritas keagamaan. Penyebaran otoritas keagamaan sebagai salah satu dampak dari popularitas

³⁵³ Pribadi, “Pop and ‘True’ Islam in Urban Pengajian: The Making of Religious Authority.”

Islam itu sendiri. Sementara itu, otoritas keagamaan praktis seringkali diwakili oleh teks, tokoh, dan institusi sehingga kemunculan elemen tersebut di media akan memperluas otoritas tersebut. Misalnya, cermaah agama yang secara tradisional dilaksanakan di masjid atau tempat fisik lainnya berpotensi meluas akibat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sehingga berimplikasi pada munculnya bentuk baru praktik keagamaan.³⁵⁴

Dakwah sekarang ini dikemas dengan budaya populer seperti komedi, acara musik, menghadirkan selebritis sebagai pendakwah, acara motivasi serta terhubung dengan platform media digital. Para dai bahkan menjadi trend dari model budaya populer, yaitu relasi antara patron (dai) dan klien (*mad'u*). Praktik keagamaan dikemas dalam perangkap artifisial, sebagai cara menciptakan daya tarik dan keterpesonaan massa. Praktik keagamaan dimuati citra tertentu yang bersifat profan

³⁵⁴ Moch Fakhruroji, “Digitalizing Islamic Lectures: Islamic Apps and Religious Engagement in Contemporary Indonesia,” *Contemporary Islam* 13, no. 2 (2019): 201–15.

yang sama sekali terlepas dari konteks kesucian ibadah.

355

Kebanyakan dari bentuk dakwah terhubung dengan platform media digital, salah satunya youtube. Komunitas youtube dimanfaatkan sebagai upaya eksistensi diri dan ajang mencari popularitas. Penggunaan youtube berdampak pada perubahan dari budaya lama ke budaya baru, termasuk praktik keagamaan dakwah yang juga harus beradaptasi. Santrendelik misalnya, menggunakan wacana kekinian sebagai bentuk adaptasi ke budaya baru. Wacana kekinian yang ditampilkan menggunakan diksi khas anak muda seperti Mantra untuk Tuan Mama Muda, Gwenchana Ya Rasul, Full Speed Cuan, dan Hidup Hanya Berchandyaa. Pola pikir manusia terlihat dari diksi yang digunakan sehingga, terlihat bahwa pola pikir dakwah santrendelik, yaitu pikiran yang merepresentasikan anak muda.³⁵⁶ Melalui program

³⁵⁵ Farida Rachmawati, “Rethinking Uswah Hasanah: Etika Dakwah Dalam Bingkai Hiperrealitas,” *Jurnal Ilmu Dakwah* 35, no. 2 (2017): 307.

³⁵⁶ Ferdi Arifin, “Mubalig Youtube Dan Komodifikasi Konten Dakwah,” *Al-Balagh : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 4, no. 1 (2019): 91–120.

dakwah populer, santrendelik berhasil menyebarluaskan gagasan tentang muslim yang saleh dan modern. Otoritas santrendelik semakin menguat karena program dakwah yang ditampilkan dikemas dengan sentuhan budaya populer, serta memperhatikan profesionalitas bidang keahlian otoritas yang mengisi kajian keagamaan. Program dakwah yang dikemas dengan budaya populer adalah bentuk kontestasi terhadap praktik keagamaan otoritas keagamaan lama yang dimiliki oleh madrasah, dan atau pondok pesantren.³⁵⁷

“Awal-awal karena seolah mereka itu tidak berada dalam sebuah pengajian atau tempat belajar agama, tapi mereka berada di sebuah komunitas yang membuat mereka itu mempunyai teman baru” (Pendiri dari santrendelik).

Pengajian dalam bentuk baru yang dilakukan oleh santrendelik tidak hanya membahas tentang wacana keislaman, namun juga diskusi tentang budaya, sosial dan politik anak muda. Strategi wacana menjadi penting karena media digital menjadi penentu abtara pembiasaan

³⁵⁷ Dony Arung Triantoro, “Dakwah Dan Kesalehan: Studi Tentang Gerakan Teras Dakwah Di Kalangan Remaja Yogyakarta,” Jurnal Masyarakat Dan Budaya 20, no. 2 (2018).

berama, pendidikan, kesejahteraan identitas nasionalis dan kesenjangan sosial.³⁵⁸

Otoritas keagamaan sendiri didapatkan dengan cara konsep memberikan pengaruh dalam wujud aspirasi, atau kemampuan untuk membentuk kepercayaan dan praktik masyarakat dengan cara yang dapat dikenali. Para dai di Santrendelik menawarkan serangkaian nilai, yaitu gagasan tentang Islam yang autentik, dan kreatif. Tujuannya untuk mendapatkan simpati dan kepercayaan masyarakat dan untuk memberikan pengaruh pada keputusan yang mereka buat.

Dai Santrendelik memainkan peran dalam menyoroti isu dan kekhawatiran tertentu yang mungkin diabaikan oleh media arus utama. Dai Santrendelik bertindak sebagai pemimpin moral yang memiliki wewenang untuk menyuarakan masalah-masalah mendesak. *Mad'u* berharap bahwa para dai mampu mengadvokasi perubahan sosial di masyarakat melalui

³⁵⁸ M Mudhofi et al., “Public Opinion Analysis for Moderate Religious: Social Media Data Mining Approach,” *Jurnal Ilmu Dakwah* 43, no. 1 (2023): 1–27.

posisi mereka disertai dengan tanggung jawab dan dai dari Santrendelik sebagai entitas fungsional.³⁵⁹ Hal ini selaras dengan pernyataan bahwa manusia atau dai dapat memberikan pengaruh tertentu terhadap arah perubahan sosial. Dalam konteks dakwah, arah perubahan yang dituju adalah pembentukan *khairu ummah*.³⁶⁰ Salah satu isu yang diangkat oleh Santrendelik tentang kemerdekaan Palestina, sehingga muncul tema kajian Jalur Gaza = Jalur Surga dan diskusi tentang kepahlawanan dan historis dari Ratu Kalinyamat dengan menhadirkan akademisi ahli sejarah dan anggota DPR RI, yang mengusulkan Ratu Kalinyamat sebagai pahlawan.

Wacana dakwah yang diangkat oleh santrendelik adalah contoh dari penggunaan wacana lokal dalam konteks global dan transnasional. Mobilisasi subjektivitas baru, reproduksi keprihatinan sudah lama terbentuk melalui media sosial. Hal ini menunjukkan fungsi sosial dari dai. Kehadiran para dai ini menawarkan kaum muda

³⁵⁹ Siti Mazidah Mohamad, “Micro-Celebrity Practices in Muslim-Majority States in Southeast Asia,” *Popular Communication* 19, no. 3 (2021): 235–49.

³⁶⁰ Sulthon, *Desain Ilmu Dakwah*, 136.

sebuah jalan keluar untuk menyampaikan pemikiran mereka dan menormalkan perilaku dan praktik sosial baru. Wacana dakwah yang ini mencerminkan dan mewakili suara atas keprihatinan masyarakat luas. Dalam hal ini, dalam dakwah terjadi interaksi dua arah antara *mad'u* dan dai. *Mad'u* menggunakan dai sebagai entitas fungsional untuk membuat suara mereka didengar dan memahami diri mereka, serta identitas mereka melalui identifikasi diri. Sementara itu, dai mendapatkan kekuatan dari komunitas dakwah mereka. Peralihan kekuasaan kepada dai terlihat dari kemampuan para dai untuk menyuarakan suatu tujuan tanpa memerlukan dukungan institusional.³⁶¹

Dai berperan sebagai kritik terhadap media berita arus utama sekaligus alternatif terhadapnya. Salah satu cara untuk menarik *mad'u* dari kalangan muda adalah dengan menolak norma media berita konvensional dengan membangun kredibilitas dan mendukung budaya partisipatif. Secara khusus, dai membangun kepercayaan

³⁶¹ Mohamad, “Micro-Celebrity Practices in Muslim-Majority States in Southeast Asia.”

mad'u dengan menekankan keterhubungan, keaslian, dan akuntabilitas terhadap *mad'u* tersebut.³⁶²

Apabila dai milenial santrendelik mengangkat wacana dakwah populer untuk meng-*counter* isu kekhawatiran yang duberitakan pada media arus utama, berbeda dengan Dawwam Sahabat Hijrah yang cenderung mengangkat wacana pernikahan sakinah untuk meng-*counter* isu *childfree*³⁶³ pada generasi Z dan isu perselingkuhan dan kekerasan dalam rumah tangga di media sosial yang diviralkan atau disebut dengan fenomena *virality*.

4. Dai Menentang Hiperrealitas Dakwah Digital

Hiperrealitas adalah ketidakmampuan orang untuk membedakan realitas dari simulasi atau konstruksi realitas virtual. Hal ini dikarenakan media kontemporer termasuk outlet berita, film, dan radio telah mengurangi kemampuan berpikir independen dan kritis melalui

³⁶² Rebecca Lewis, “‘This Is What the News Won’t Show You’: YouTube Creators and the Reactionary Politics of Micro-Celebrity,” *Television and New Media* 21, no. 2 (2020): 4.

³⁶³ Childfree adalah istilah yang diberikan kepada pasangan suami istri yang dengan sengaja memutuskan untuk tidak melakukannya untuk memiliki anak.

indoktrinasi yang terus menerus. Dakwah digital mempunyai tugas untuk memajukan dan mengajarkan keterampilan berpikir kritis di dunia hiperrealitas. Penekanan hiperrealitas adalah membangun profil “virtual” positif seseorang. Pesan Islam menekankan pada perbaikan batin dan spiritual untuk perubahan global. Motif-motif yang berlawanan ini menghadirkan tantangan besar bagi proyek dakwah digital.³⁶⁴ Salah satu contoh dari dakwah hiperrealitas adalah kanal youtube “Herri Pras” dengan 1.2 Juta *subscriber*.



³⁶⁴ Sadhriany Pertiwi Saleh et al., “Digital Da’wah Transformation: Cultural And Methodological Change Of Islamic Communication In The Current Digital Age,” *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis* 05, no. 08 (2022): 2033–43.

Gambar 4. 2 Hiperrealitas Dakwah pada Konten Youtube

Dakwah yang dibawakan Herri menggunakan judul bahasa hiperbola, sehingga menimbulkan kepanikan dan kontroversi dalam kolom komentarnya sebanyak 1756 komentar namun, kenyataan atau informasi perlu demikian dikonfirmasi dan tidak seburuk yang diwacanakan.³⁶⁵ Sebagai dai, mereka diharapkan menjadi uswah hasanah bagi *mad'u* nya, serta menerapkan dakwah sesuai dengan etika dakwah yang ada.³⁶⁶ Hiperealitas dakwah digital menjadi alasan Sokheh untuk melahirkan dan memperkuat otoritas keagamaan cendekiawan atau melalui jalur kualifikasi akademisi, sehingga dalam berdakwah dibekali substansi dakwah yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan.

Untuk mempertahankan substansi dakwah yang tepat, maka dibutuhkan peran ulama sebagai pemegang otoritas

³⁶⁵ Istriyani, “Media: Causes and Strategies To Overcome Islamophobia (Psychological and Sociological Study).”

³⁶⁶ Rachmawati, “Rethinking Uswah Hasanah: Etika Dakwah Dalam Bingkai Hiperrealitas.”

keagamaan tradisional. Posisi ulama sebagai pialang budaya, mediator, pemelihara umat.³⁶⁷

5. Otoritas Keagamaan Baru sebagai Bentuk Tanggung Jawab Moral

Dakwah dan menyebarkan pesan kebaikan merupakan tanggung jawab seluruh umat Islam. Orang yang menyebarkan pesan kebaikan inilah disebut dengan dai. Peran dan tugas dai tidak terbatas pada penyampaian informasi atau pesan dakwah melalui *tabligh* terkait persoalan keagamaan semata, melainkan memiliki tanggung jawab besar lainnya yaitu tanggung jawab moral dan tanggung jawab sosial untuk melakukan kegiatan yang menyangkut pembelaan terhadap umat atau masyarakat binaannya dari berbagai ancaman, gangguan, hambatan dan bahkan tantangan yang merugikan akidah, ibadah, akhlak dan stabilitas nasionalisme.³⁶⁸

³⁶⁷ Damanhuri, “Kiai, Kitab Dan Hukum Islam (Relasi Kuasa Teks Dan Otoritas Keagamaan Di Sumenep, Madura).”

³⁶⁸ Anton Widodo, Nur Fauziah Fatawi, and Andi Rahmad, “Eksistensi Dakwah Bil Hikmah Sebagai Akselerasi Pengembangan

Sebagai akademisi, ulama atau orang yang memiliki pengetahuan, tidak saja memiliki tanggung jawab ilmiah dalam pengertian kesahihan dan validitas serta kredibilitas ilmiahnya tetapi juga tanggung jawab moral dan sosial. Peran dan tanggungjawabnya telah disampaikan oleh Nabi melalui Hadis berikut:

الْعُلَمَاءُ وَرَثَةُ الْأَنْبِيَاءِ

al-‘ulamā’ waraṣatul an-biya’

Artinya, ulama adalah pewaris Nabi. Ulama adalah penyebar dan penginterpretasi ajaran, doktrin, dan hukum Islam, serta pemelihara kelanjutan sejarah spiritual masyarakat Islam. Sebagai tokoh cendekiawan muslim, baik ulama, akademisi memiliki peran dalam pendidikan Islam. Mereka berperan sebagai sarana transmisi keilmuan, sarana pembentukan dan pengkaderan ulama, dan atau pendakwah selanjutnya.³⁶⁹

Sosial Keagamaan Di Kecamatan Sukadana Lampung Timur,” *Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian*, 2020, 28.

³⁶⁹ Ahmad Nur Ismail, “Ulama Dan Pendidikan Islam Klasik (Kajian Ulama, Status Sosial, Kekuasaan, Pendidikan, Dan Gerakan

6. Upaya Mengatasi Permasalahan Dakwah pada Pemuda Urban

a. Krisis Otoritas pada Dai

Hal yang dikhawatirkan oleh Tom Nichols, bahwa menurut teori Tocqueville, ketidakpercayaan kepada otoritas cendekiawan telah berakar dalam sifat demokrasi Amerika. Masyarakat menganggap posisi setara satu sama lain dan kembali kepada pemikiran mereka sendiri sebagai sumber kebenaran yang paling jelas dan dekat. Matinya kepakaran pada masa sekarang merupakan fenomena permusuhan terhadap pengetahuan. Pandangan pakar atau pengetahuan yang telah mapan tergantikan oleh desakan yang menyatakan bahwa setiap pendapat sama baiknya dengan yang lain.³⁷⁰ Bagi masyarakat pedesaan dan perkotaan terhadap perbedaan tentang bagaimana memandang urgensi kualifikasi pendidikan dai.

Turner menunjukkan bahwa telah terjadi goncangan kemantapan identitas keagamaan yang terjadi tatkala

Intelektual)," *Jurnal Media Pendidikan Agama Islam* Vol 1 No 2, no. Pendidikan Islam (2014): 87–98.

³⁷⁰ Tom Nicols, *The Death of Expertise* (Oxford: Oxford University Press, 2017).

masyarakat mengalami transformasi sosial dan budaya. Kepastian moral dan asumsi yang nyaman telah mendasari kehidupan generasi lebih awal, yang seringkali berasal dari desa, terkikis oleh budaya modern perkotaan. Akibatnya, membawa kepada kehilangan arah dalam hal keagamaan. Hal ini terlihat diantara para anggota yang lebih baru di kelas menengah yang diterpa perubahan budaya secara lebih berat daripada bagian dari kelas yang telah lebih mapan.

Tanggapan umum atas terjadinya keguncangan identitas adalah mencari sumber bimbingan moral yang baru dan bantuan melalui agama. Pencarian ini semakin banyak dilakukan dengan mengikuti garis pasar, karena pengguna agama mencari identitas baru dan makna yang bersifat pribadi di dunia jual-beli spiritual. Sementara generasi muslim yang lebih awal umumnya memperoleh pengetahuan keagamaan dari lembaga yang otoritatif. Saat ini, muslim sekarang secara bebas bisa memilih berbagai sumber yang telah tersedia di pasar. Roof menambahkan bahwa pencari agama tersebut lebih eklektik, mulai dari fundamentalisme hingga kepecayaan

metafisik. Pola terdahulu dari identifikasi keagamaan, dimana kebanyakan anggota dari lingkungan sosial atau budaya tertentu akan mengikuti jalur spiritual umum, sekarang khususnya terjadi pada masyarakat perkotaan, jalur spiritual umum ini digantikan oleh praktik yang terpencar-pencar, yakni orang yang beriman menjelajahi variasi keagamaan yang paling cocok dengan kebutuhan mereka. Bagi masyarakat perkotaan, pendakwah yang memiliki *branding*, *positioning* dan *differentiation* dapat diberikan legitimasi pada klaimnya atas otoritas keagamaan walaupun tanpa mandat konvensional dari pendidikan agama.³⁷¹

Masyarakat perkotaan lebih menyukai tampilan dan isi dakwah yang menarik daripada melihat kualifikasi pendidikan pendakwah. Hal ini disebut sebagai “Islam Pasar” yang menekankan pada artikulasinya berupa konsumerisme yang dipengaruhi Islam dan pertaliannya dengan perkembangan ekonomi neo-liberal yang bersatu secara global. Islam pasar merupakan bentuk terjadinya

³⁷¹ Fealy and White, *Ustadz Seleb : Bisnis Moral & Fatwa Online*.

pergeseran corak kesalehan Islam yang mulanya berada di jalur spiritual umum. Pergeseran corak ini mengganti pergulatan keagamaan yang serius dengan gaya hidup kelas menengah.³⁷² Contoh yang ada di komunitas Santrendelik adalah bebas berpakaian, bebas beragama dan tidak diatur dalam tata bahasa apapun ketika kegiatan dakwah berlangsung. Masyarakat perkotaan dalam mencermati pesan dakwah, cenderung melihat isi pesan tanpa mempertimbangkan otoritas pembicara.

b. Komunitas Dakwah yang Tidak Sesuai dengan Gairah Keagamaan

Orientasi keagamaan yang dimiliki oleh *mad'u* dari komunitas dakwah di Semarang, merupakan orientasi keagamaan yang dikenal sebagai *quest* (pencarian). Mereka sering melontarkan pertanyaan kritis dalam forum tanya jawab yang fleksibel karena rasa keingintahuan yang tinggi.

³⁷² Fealy and White.

Keberagaman orientasi keagamaan pada diri seseorang, selayaknya lembaga pendidikan khususnya perguruan tinggi memberikan peluang untuk memupuk pengembangan iman generasi muda. Pendidikan tinggi secara khusus memiliki tanggung jawab mengajarkan pemikiran kritis dan sistematis dan menginisiasi generasi muda. Pendidikan tinggi berfungsi sebagai tempat utama refleksi dan penanaman pengetahuan dan pemahaman atas budaya yang lebih luas karena potensinya untuk berfungsi sebagai pihak pendampingan. Institusi pendidikan tinggi dapat memainkan peran kuat dalam proses pengembangan iman di kalangan generasi muda.³⁷³ Objek dakwah Santrendelik yang memiliki orientasi keagamaan sebagai *quest* (pencarian), maka membutuhkan pendampingan dari kaum cendekiawan dari pendidikan tinggi untuk mendampingi pengembangan keagamaan generasi muda.

Pengalaman keagamaan seorang muslim bergantung pada tiga sumber utama. Pertama adalah Al-Qur'an dan

³⁷³ Liesa Stamm, "The Dynamics of Spirituality and the Religious Experience," *Religion and Education* 33, no. 2 (2006): 91–113.

Hadis. Bagi umat Islam, Al-Qur'an dan Hadis menunjukkan secara eksplisit atau implisit cara untuk mencapai pengetahuan uang cukup dan keyakinan yang kuat tentang keberadaan Tuhan dan sifat-Nya. Sumber kedua adalah pemanfaatan kapasitas intelektual manusia untuk melihat tanda-tanda ketuhanan di alam, dunia, dari tingkat mikro bilogis hingga astro-fisik. Hal ini dikatakan semacam teologi natural, dan sering didukung dalam Al-Qur'an. Sumber ketiga adalah penggunaan kapasitas pengalaman atau spiritual batin manusia untuk melihat tanda Tuhan di dalam diri dan menyadari secara langsung kehadiran Tuhan.

وَفِي الْأَرْضِ أَيْتُ لِلْمُؤْمِنِينَ وَفِي آنْسِكُمْ فَلْيَأْتِهِمْ أَفَلَا تُبَصِّرُونَ

Wa fil-ardli ayātul lil-mūqinīn. Wa fī anfusikum, a fa lā tubshirūn.

“Di bumi terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang-orang yang yakin. (Begini juga ada tanda-tanda kebesaran-Nya) pada dirimu sendiri. Maka, apakah kamu tidak memperhatikan?”

Ayat 20-21 dari Surah Adz-Dzariyat ini mendorong para cendekiawan, ilmuwan, dan sufi

muslim untuk melihat lebih dalam lagi baik keajaiban alam, keajaiban yang terkandung dalam diri manusia, dan untuk menemukan cara baru untuk mencapai tujuan hidup.

Objek dakwah di Santrendelik yang merupakan muslim awam, konsep pengalaman keagamaan dapat berati pengalaman akan sifat atau perbuatan Tuhan seperti pengalaman akan pertolongan Tuhan, kemurahan Tuhan, atau takdir Tuhan, dan sebagainya. Pengalaman keagamaan mereka harus semakin didorong oleh para cendekiawan dan teolog muslim karena memiliki pengalaman keagamaan pribadi tidak bertentangan dengan wahyu dan iman kepada Tuhan. Hal ini serupa dengan pertanyaan Nabi Ibrahim di *Al-Qur'an*:

وَإِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ رَبِّ أَرِنِي كَيْفَ تُحْكِيَ الْمَوْقِعَ قَالَ أَوْلَمْ تُؤْمِنْ قَالَ بَلِّي

وَلِكُنْ لِيَطْمَئِنَ قَلْبِي

Wa iż qāla ibrāhīmu rabbi arinī kaifa tuhyil-mautā, qāla a wa lam tu `min, qāla balā wa lākil liyatma `inna qalbī, qāla fakhuż

arba'atam minaṭ-ṭairi fa ṣur-hunna ilaika ṣummaj'al 'alā kulli jabalim min-hunna juz`an ṣummad'u hunna ya ṭinaka sa'yā, wa'lam annallāha 'azīzun hakīm.

“(Ingatlah) ketika Ibrahim berkata, “Ya Tuhan, perlihatkanlah kepadaku bagaimana Engkau menghidupkan orang-orang mati.” Dia (Allah) berfirman, “Belum percayakah engkau?” Dia (Ibrahim) menjawab, “Aku percaya, tetapi agar hatiku tenang.”

Pengalaman keagamaan harus digalakkan untuk memuaskan hati seorang mukmin. Faktanya, Islam menganjurkan penggunaan akal dan pengalaman, baik *fikr* maupun zikir. Pemikiran, *fikr*, diperlukan untuk menganalisis dunia manusia, untuk menganalisis segala sesuatu yang diciptakan dan dapat dipahami dengan kemampuan intelektual; dan *fikr* dan tafakur, berpikir, merenung, adalah kewajiban penting orang beriman kecuali dia mau merenung dan mencari tahu hakikat Tuhan, dan itu dilarang. *Fikr*, sebagai suatu aktivitas intelektual, hampir sama pentingnya dengan zikir, memikirkan tentang Tuhan, mengingat Tuhan secara terus menerus yang diharapkan dapat memoles hati manusia hingga menjadi seperti cermin bening. Surah Ar-Ra'd ayat 28 telah menekankan pentingnya zikir.

الَّذِينَ آمَنُوا وَتَطَمِّنُ قُلُوبُهُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَنَاهَى الْقُلُوبُ^{٣٧٤}

Alladzīna āmanū wa tathma'innu qulūbuhum bidzikrillāh,
alā bidzikrillāhi tathma'innul-qulūb.

“(Yaitu) orang-orang yang beriman dan hati mereka menjadi tenteram dengan mengingat Allah. Ingatlah, bahwa hanya dengan mengingat Allah hati akan selalu tenteram.”

Kedua cara berpikir ini, yaitu intelektual, *fikr* dan tafakur, serta zikir yang memabukkan cinta dan cinta kasih, selalu digunakan secara bersamaan ³⁷⁴

³⁷⁴ Cafer S Yaran, “Muslim Religious Experiences,” *Religious Experience Research Centre (RERC) Second Series Occasional Papers*, 2004, 1–23.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Secara teoritik, otoritas keagamaan ada lima yaitu tradisional, legal rasional, karismatik, cendekiawan dan digital. Berdasarkan temuan dari keempat komunitas diatas, tidak ditemukan otoritas keagamaan karismatik, legal rasional dan digital. Ternyata, dua komunitas dakwah non kampus memegang otoritas keagamaan cendekiawan dari perguruan tinggi dan kaderisasi. Otoritas keagamaan karismatik tidak ditemukan, karena sifat masyarakat perkotaan yang cenderung menyukai proses cepat dan instan dalam transmisi ilmu pengetahuan, serta sifat kritis dalam menghadapi isu-isu keagamaan, masyarakat perkotaan yang berada pada level geopolitik, sehingga mereka menghendaki pengalaman keagamaan dibanding ilmu ritual keagamaan (syariat), serta menyakini lembaga dakwah kampus sebagai

pemegang otoritas keagamaan dalam bidang dakwah dibanding komunitas dakwah lainnya.

Dai milenial yang memiliki karakteristik *digital native*, justru tidak ditemukan diantara mereka yang memegang otoritas keagamaan digital. 6 dari 8 dai sepakat bahwa media digital bukanlah sumber utama dalam mencari sumber rujukan dakwah. Media digital diposisikan sebagai media penyampaian informasi. 2 diantaranya yang berbeda adalah dai dari Insani Undip sekaligus sebagai pemegang otoritas keagamaan dari kaderisasi. Mereka mendapatkan sumber rujukan dakwah dari proses perenungan diri, pengalaman pendidikan kaderisasi dan organisasi dan merujuk video ceramah dai selebritis atau *influencers* di media digital. dai dengan otoritas keagamaan cendekiawan yang dilahirkan dari gerakan tarbiyah kampus, sehingga disebut sebagai cendekiawan muslim modernis klasik. Mereka mendapatkan kepercayaan diri untuk berdakwah setelah melewati proses kaderisasi dai kampus. Munculnya dai dari gerakan tarbiyah kampus menantang para pemimpin agama tradisional dan reformis: Kiai, ulama, mubalig. Hal

ini selaras dengan penelitian Qasim Zaman tentang munculnya “*New Religious Intellectuals*” atau NRI. Mereka adalah dai yang berasal dari universitas yang tidak memiliki landasan formal dibidang ilmu Islam, menafsirkan teks dasar dengan sengaja menentang ulama dan memaparkan segala persoalan keislaman bagi para pembaca dan pendengarnya sendiri. Kehadiran kaum intelektual muslim baru ini melibatkan wacana inovatif Islam yang justru mengancam otoritas keagamaan tradisional, khususnya dalam persoalan relevansi sosial agama dengan masalah modern kritis lainnya. Kaum intelektual muslim baru ini muncul disebabkan adanya penyebaran pendidikan massal yang menghasilkan media pamflet keagamaan, buku agama, motivasi agama, meluasnya akses masyarakat terhadap media cetak dan situs web keagamaan, sehingga timbul dai baru. Dai baru ini adalah produk pendidikan tinggi sekuler.³⁷⁵

Para dai berupaya membentuk komunitas madu dengan otoritas keagamaan baru yang dimilikinya.

³⁷⁵ Turner, “Religious Authority and the New Media.”

Komunitas Dawwam berusaha tanggap akan dakwah digital ketika pandemi Covid-19 melalui konten dakwah menarik sesuai dengan kapasitas pendidikannya. Berbeda dengan dai-dai yang memegang otoritas cendekiawan dari perguruan tinggi, dengan kapasitas intelektual yang dimiliki, dai tersebut membentuk majelis taklim. Masyarakat memandang hormat tokoh agama yang memiliki kualifikasi pendidikan Islam, khususnya alumni Timur Tengah. Menentang pendapat Martin Van Bruinessen yang berpendapat alumni Timur Tengah merupakan gerakan transnasional yang menentang otoritas keagamaan dari organisasi masyarakat keagamaan seperti NU dan Muhammadiyah. Ternyata, dai dengan latar belakang pendidikan Islam dari Timur Tengah justru dapat memperkuat atau memperluas otoritas keagamaan tradisional karena pesan dakwah yang disampaikan sesuai dengan kultur masyarakat perkotaan. Otoritas keagamaan cendekiawan juga digunakan untuk memberikan strategi dakwah. Strategi ini dibutuhkan untuk menghadapi masyarakat perkotaan dengan level geopolitik, yaitu memiliki ketajaman berpikir dan kritis serta menghendaki perubahan yang lebih mendasar dan

nyata dalam kehidupan. Dalam hal ini, ajaran Islam tidak dipahami sebagai bimbingan ritual saja, tetapi lebih dari itu dipahami sebagai dukungan sosial untuk kemajuan hidupnya. Mereka membutuhkan kesagaran dan kesadaran keagamaan, bukan mencari ritual dalam beragama maka dalam berdakwah, dai cendekiawan dalam komunitas ini bersikap kehati-hatian dengan tidak sekadar memberikan fatwa atau memberi vonis tentang halal dan haramnya suatu hal. Dai berupaya mengemukakan alternatif dalam menghadapi sesuatu yang sedang diperdebatkan, mengemukakan alternatif yang baik.

Sebagai dai cendekiawan, mereka memiliki tanggung jawab moral akademik untuk menjaga dakwah yang rahmatan lil ‘alamin, tidak tergerus oleh dakwah dengan berbagai kepentingan, ideologi yang berlawanan dan berupaya menghadirkan solusi alternatif kepada pemuda urban khususnya di Kota Semarang. Mereka menganggap pendakwah di wilayah urban, khususnya di Kota Semarang mengalami krisis otoritas keagamaan, karena keinginan objek dakwah yang menyukai *branding*,

positioning dan *differensitation* dai dibanding kompetensi dai. Munculnya dai yang tidak berkompeten, dikhawatirkan pemuda urban yang memiliki semangat keagamaan dan mencari kesegaran serta pengalaman keagamaan tidak mendapatkan tempat komunitas dakwah yang sesuai dengan kepentingan atau ideologi mereka.

Ditengah kepercayaan masyarakat dan komunitas terhadap dai cendekiawan, UKKI Unnes memiliki dai dengan jenis otoritas keagamaan tradisional. Dai tersebut berupaya memanfaatkan media digital untuk memperluas otoritas keagamaan tradisional yang dimiliki sehingga muncul fatwa *online* yang secara sistematis menjadi konten di platform Instagram. Fatwa *online* yang dihadirkan guna menjaga pembelajaran ilmu dengan menjaga keutuhan sanad keilmuan dan dai dari UKKI ini tidak mengabaikan kredibilitas dari fatwa *online* yang dia berikan pada platform Instagramnya. Dai dari UKKI ini menganggap penting konsep talaqqi, sehingga selain mengisi kajian di berbagai kampus, dia membuat kajian *offline* di rumah dan *online* di Youtube-nya. Platform dakwah digital yang digunakan merupakan contoh nyata

negosiasi antara agama dan internet. Platform digital yang dimiliki dai dari UKKI ini menunjukkan kewibawaanya dengan mengaitkan keberadaaanya dengan konteks *offline* melalui kajian di rumah secara langsung. Agama dalam konteks *offline* tidak perlu mengkhawatirkan keberadaaan kajian *online*, selama kajian *online* tersebut mengkontekstualisasikan otoritas *offline* dalam konteks digital sehingga, agama dalam konteks *offline* dapat mempertahankan posisinya sebagai sumber utama ilmu agama. Dai dari UKKI Unnes bepegang teguh pada latar belakang intelektualitas pendakwah dan ikut berkiprah di platform media digital untuk melawan tantangan hiperealitas dakwah. Penting bagi pemegang otoritas keagamaan tradisional untuk bersikap adaptif dan inovatif untuk menghadapi perkembangan teknologi, dimana Internet relevan dalam kehidupan masyarakat sekuler.

Pada aspek teoritis. Diantara sumbangaan Max Weber tentang otoritas, dibagi menjadi tiga yaitu tradisional, karismatik, dan legal. Namun, berdasarkan hasil penelitian yang empiris di era digital diperlukan tipe baru otoritas, yaitu otoritas substansif-rasional dan digital.

Otoritas substansif-rasional sebelumnya sudah digagas oleh Guzman sebagai bentuk rekonstruksi dari teori otoritas Weber. Tipe Substansif rasional dicontohkan melalui fenomena dokter dapat menggunakan kredensial yang mendukung kapasitasnya atas dasar formal. Pasien menganggap nasihat dokter sebagai otoritatif, karena klaim kapasitas substansif rasional. Terdapat beberapa variasi paling penting yang menggambarkan kontribusi tipe otoritas substansif rasional diantaranya *Charisma of reason*, *Philosopher king*, “*Secular*” *saint*, *Substantive-rational preacher*, *Rational-religious healer*, *Educated charisma*, *Professional*, *scientist*, *craftsman*, *Technocrat*, dan *Authority endorsed by trusted recommendation*. Dai dengan pemegang otoritas cendekiawan dari perguruan tinggi tergolong dalam “*Professional* dan *Substantive-rational preacher*” dan pemegang otoritas cendekiawan dari kaderisasi tergolong dalam kasus “*craftsman*” atau “otoritas berpengalaman.” Otoritas ini didasarkan pada klaim kapasitas instrumental rasional yang hanya didukung oleh pengalaman praktis yang tidak formal. Pengalaman ini biasanya didukung oleh pengakuan

nonformal dari klien dan guru-nya. Dalam kasus ini, dukungan tersebut berasal dari rasional-substantif.³⁷⁶

Sejumlah besar peneliti agama juga percaya bahwa tipologi Weber perlu direvisi. Misalnya, Mark Chaves berpendapat bahwa Weber mengonseptualisasikan otoritas keagamaan dengan cara yang analog dengan otoritas politik, tetapi kedua sistem kelembagaan itu sangat berbeda sehingga tidak mungkin untuk memikirkannya dengan cara yang sama.³⁷⁷ Tipe baru lainnya yang perlu ditambahkan dalam tipologi otoritas adalah otoritas keagamaan digital. Banyak spekulasi yang muncul bahwa media digital dan busaya digital telah mengubah pemahaman dan pola otoritas yang diterima dalam konteks digital dan yang lebih luas. Fluiditas dan kefanaan lingkungan daring menunjukkan adanya tantangan terhadap peran dan struktur otoritas yang mapan. Beberapa ketegangan yang paling menonjol

³⁷⁶ Sebastian G. Guzman, “Substantive-Rational Authority: The Missing Fourth Pure Type in Weber’s Typology of Legitimate Domination,” *Journal of Classical Sociology* 15, no. 1 (2015): 73–95.

³⁷⁷ Chaves, “Secularization as Declining Religious Authority.”

antara otoritas tradisional dan bentuk otoritas yang didorong dalam budaya media baru dapat disimpulkan dengan cara ini: Struktur otoritas tradisional diawasi atau diatur oleh pemimpin atau kelompok tertentu. Peran tersebut sering diberikan kepada aktor yang telah disetujui oleh masyarakat yang lebih luas, dengan otoritas resmi ini berhasil menyelesaikan program pelatihan yang diakui atau sistem kredensial. Sanksi ini berasal dari hierarki yang ditetapkan secara struktural atau organisasi yang menganugerahkan anggota terpilih dengan posisi pengaruh melalui ritual inisiasi yang diakui, membuktikan individu tersebut telah mencapai tingkat keterampilan, keahlian kelembagaan, atau kekuasaan tertentu. Namun, otoritas dalam budaya digital terbentuk dengan cara yang sangat berbeda. Alih-alih berasal dari sumber dan protokol eksternal, otoritas dipupuk dan berasal dari dalam sistem media itu sendiri.³⁷⁸

Internet telah mengubah cara kita memandang otoritas; karena posisi kekuasaan baru diciptakan

³⁷⁸ Heidi A. Campbell, *Digital Creatives and the Rethinking of Religious Authority*. (London: Routledge, 2020).

sehubungan dengan teknologi, struktur hierarkis diratakan, dan bahkan mereka yang memiliki sedikit ruang untuk bersuara dapat mengekspresikan pandangan mereka. Media menjadi tempat alternatif untuk menghayati pengalaman keagamaan di mana sumber-sumber tradisional otoritas keagamaan telah digantikan sedikit demi sedikit dengan suara-suara yang tidak resmi dan marjinal, kadang-kadang bahkan di luar ranah keagamaan, seperti, misalnya, para pemimpin politik yang memobilisasi agama untuk mendukung tindakan publik dan politik mereka.

Otoritas keagamaan tradisional mendapati dirinya berhadapan dengan Internet dan media digital. Anggota dan pemimpin agama yang berbeda secara kultural membentuk teknologi dan penggunaannya sesuai dengan norma, nilai, dan kebutuhan otoritas mereka sendiri. Dengan kata lain, dalam kasus dan konteks tertentu, jaringan digital tidak mengancam status otoritas

keagamaan tradisional, tetapi dimungkinkan untuk mentransfer otoritas *offline* ke antarmuka *online*.³⁷⁹

B. Implikasi Hasil Penelitian

Beragamnya komunitas dakwah baik yang bergerak dibidang digital maupun *offline*, di kampus maupun non kampus, memudahkan dan meningkatkan semangat keagamaan bagi masyarakat urban yang ingin mencari pengalaman keagamaan. Beragamnya komunitas dakwah mempengaruhi beragamnya otoritas keagamaan yang dimiliki dai di tiap komunitas dakwah maka diperlukan beberapa langkah strategis untuk menyikapi beragamnya otoritas keagamaan. Pertama, para ulama dan organisasi keagamaan harus mewaspadai transformasi sumber ilmu pengetahuan yang dengan cepat menyebarluaskan sumber ilmu pengetahuan, khususnya dai yang dianggap memiliki otoritas keagamaan dari media digital dan tidak memiliki kualifikasi pendidikan Islam. Pendakwah baru dari media

³⁷⁹ Andok Monica, “The Impact of *Online* Media on Religious Authority,” *Religions* 15, no. 1103 (2024): 249–64.

digital atau ruang *offline* dengan tidak memiliki pendidikan Islam dikhawatirkan mengeluarkan narasi dakwah yang menghasut dan tidak berdasar. Kehadiran ulama yang demikian tidak seluruhnya salah. Hanya saja terkadang, kehadiran mereka di dunia dakwah hanya didasari oleh semangat penyampaian informasi (*Nasr al-Ilm*) tanpa didasari oleh kemampuan keilmuan yang mendalam.³⁸⁰

Kedua, kajian agama akan dihadapkan pada saluran-saluran impersonal yang seringkali meninggalkan arus utama. Pasalnya, media digital dengan akses mudah yang bisa diakses kapan saja dan di mana saja telah memberikan informasi yang mengkhawatirkan. Pesan keagamaan biasanya disampaikan sebagian sesuai dengan tujuan dan kebutuhan pemilik konten. Tak jarang, doktrin agama yang benar dikisahkan membangkitkan sikap eksklusivisme, intoleransi, dan radikalisme. Ketiga, tidak dapat dipungkiri bahwa permasalahan yang

³⁸⁰ Akhfas et al., “The New Ustad in Religious Authority : Challenge and Dynamic of Fatwa in the New Media Era.”

terjadi di era media digital adalah fatwa dan narasi dakwah yang semakin kabur tanpa batasan yang jelas dan semakin meluas, yaitu munculnya feneomena hiperealitas dakwah.

Otoritas keagamaan cendekiawan dengan kualifikasi pendidikan Islam mampu menjawab tantangan dakwah di media digital. Para dai mengkhawatirkan terjadinya pergeseran otoritas keagamaan tradisional ke media digital. Dimana, media digital mulai digunakan sebagai media arus utama untuk memperoleh ilmu agama. Para dai dan *mad'u* membiarkan terjadinya pergeseran otoritas keagamaan tradisional ke digital, maka akan terjadi ancaman yaitu hiperrealitas dakwah digital. Munculnya “Herri Pras”, pandangan Islamis radikal, paham neofundamentalis atau dikenal sebagai Islam militan, maka selayaknya pada dai tradisional dan cendekiawan melakukan konsolidasi dalam upaya melawan narasi radikal, neofundamentalis dan hiperrealitas dakwah di media. Secara umum, media digital telah mendorong lahirnya populisme keagamaan melalui maraknya model dakwah yang variatif dan

populer. Pola tersebut telah menyebabkan munculnya gerakan sosial keagamaan yang menantang elit organisasi keagamaan di Indonesia.³⁸¹

Gerakan dakwah yang dilakukan oleh masyarakat muslim perkotaan disebut sebagai gejala post fundamentalisme, sebagai respon kebudayaan terhadap gerakan fundamentalisme eksklusif. Tampilan busana *mad'u* komunitas Santrendelik menunjukkan adanya “perlawanan” terhadap kelompok fundamentalis yang menghendaki busana jilbab besar atau cadar. Berbeda dengan komunitas dakwah kampus yang justru berkembang budaya jilbab besar yang merupakan model nalar Islam moderat. Kergaman otoritas keagamaan di tengah masyarakat perkotaan merupakan pencarian spiritualitas ala kaum urban.

C. Saran

³⁸¹ Muhibbin Achmad Zuhri, *Teologi Islam Moderat Di Indonesia Kontemporer: Kontestasi Populisme Islam Dan Kontestasi Otoritas Kegamaan Di Media Sosial* (Lamongan: Nawa Litera, 2022).

Pertama, saran untuk komunitas dakwah non kampus adalah lebih selektif dalam memilih dai. Dai harus memiliki pemahaman agama dan legalitas pendidikan dari otoritas keagamaan tradisional khas pesantren maupun cendekiawan dari perguruan tinggi Islam. Berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi membuat semua orang bisa menyampaikan pesan dakwah, namun kredibilitas pesan dakwah harus diilah dari latar belakang penyampai dakwah dan sumbernya. Bagi komunitas dakwah kampus, perlu adanya bimbingan intensif terkait kaderisasi “*Training for Trainer*” yang akan menyampaikan pesan dakwah kepada mahasiswa lainnya. Kaderisasi yang hanya berlangsung hanya beberapa hari dengan kurikulum yang cenderung mengajarkan cara berdakwah, tanpa disertai pendampingan dari dai yang berkompeten, justru bisa memecah atau menentang otoritas keagamaan tradisional dan cendekiawan.

Kedua, saran untuk masyarakat perkotaan sebagai objek dakwah adalah perlu membekali diri dengan literasi dakwah dan ilmu pengetahuan yang baik, bersikap kritis dan tidak anti-kritik terhadap aktivitas dakwah.

D. Kata Penutup

Penelitian ini tentunya masih jauh dari kesempurnaan. Terdapat banyak kekurangan diantaranya, masih banyak komunitas dakwah milenial di Kota Semarang yang perlu diperhatikan otoritas keagamaannya. Utamanya komunitas dakwah yang mempengaruhi identitas, ideologi dan kepentingan objek dakwah sehingga muncul sikap intoleransi. Komunitas dakwah ini tersebar di berbagai wilayah kota Semarang dan perguruan tinggi swasta yang peneliti belum menjangkau. Harapannya, penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya tentang otoritas keagamaan dalam komunitas dakwah generasi milenial dan Z di Kota Semarang.

DAFTAR PUSTAKA

- AB, Syamsuddin. *Sosiologi Dakwah*. Makassar: Alauddin Press, 2013.
- Abdullah, Muhammad Qadaruddin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Pasuruan: Qiara Media, 2019.
- Abidin, Muhammad Zaenal. “Ulama in Indonesian Urban Society: A View of Their Role and Position in the Change of Age.” *Theologia* 28, no. 2 (2017): 235–54.
- Afifi, E. “Dinamika Otoritas Dan Diskursus Keagamaan Kaum Milenial: Studi Terhadap Remaja Masjid Di Banten.” UIN Sunan Gunung Djati, 2021.
- Aguilera, Ruth V., and Abhijeet K. Vadera. “The Dark Side of Authority: Antecedents, Mechanisms, and Outcomes of Organizational Corruption.” *Journal of Business Ethics* 77, no. 4 (2008): 431–49.
- Ahmad, Nur. “Tantangan Dakwah Di Era Teknologi Dan Informasi.” *Addin* 8, no. 2 (2014): 319–44.
- Ahmadi, Rizqa. “Kontestasi Atas Otoritas Teks Suci Islam Di Era Disrupsi: Bagaimana Kelas Menengah Muslim Indonesia Memperlakukan Hadis Melalui Media Baru.” *Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat* 15, no. 1 (2019): 22–35.
- Akhfas, M, Syifa Afandi, Arif Rofiuddin, Arif Zamhari, and Yusuf Rahman. “The New Ustaz in Religious Authority : Challenge and Dynamic of Fatwa in the

- New Media Era.” In *ICISS*. Jakarta: EAI, 2021.
- Akmaliah, Wahyudi. “Reclaiming Moderate Islam In Nahdalatul Ulama Challenging the Dominant Religious Authority in Digital Platform.” *Journal of Indonesian Islam* 16, no. 1 (2022): 223–48.
- _____. “The Demise of Moderate Islam: New Media, Contestation, and Reclaiming Religious Authorities.” *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* 10, no. 1 (2020): 1–24.
- _____. “The Rise Cool Ustazz: Preaching, Subculture, and the Pemuda Hijrah Movemnet.” In *The New Santri: Challenging To Tradisional Religious Authority in Indonesia*. Singapore: ISEAS, 2020.
- Al- Wa’iy, Taufiq Yusuf. *Fiqih Dakwah Ilallah*. Jakarta: Al-I’tishom, 2011.
- Ali, Hasanuddin. “Lima Tipologi Generasi Milenial,” 2017. <https://hasanuddinali.com/2017/08/30/lima-tipologi-generasi-milenial/>.
- Ali, Hasanuddin, William Lilik, H Frey, Purwandi, Harry Nugroho, Taufiqul Halim, Kharisma Firdaus, and Nurul Huda. “Indonesia Gen Z And Millenial Report 2020: The Battle Of Our Generation.” *Alvara Strategi Indonesia*, 2020.
- Amin, Nasihun. “Menyemai Nasionalisme Dari Spirit Agama: Upaya Meredam Radikalisme Beragama.” *Theologia* 23, no. 1 (2017).
- Aminudin. “Konsep Dasar Dakwah.” *Al-Munzir* 9, no. 1 (2016): 97.

- Amit, Vered. *Realizing Community*. London: Routledge, 2002.
- Amrullah, Mudzhira Nur. “Dakwah Dalam Al-Qur’an: Sebuah Pijakan Pengembangan Metode Dakwah Kontemporer.” *Studia Quranika* 5, no. 2 (2021): 159.
- Anand, Archana Kumari, and Jaya Bharti. “Social Maturity: Key of Well-Being.” *GIS Science Journal* 8, no. 3 (2021): 862–67.
- Ancok, Djamarudin, and Fuat Nashori Suroso. *Psikologi Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1994.
- Anonim. “100 Situs Islam Indonesia, NU Online Peringkat Pertama - IBTimes.ID.” Accessed August 29, 2023. <https://ibtimes.id/100-situs-islam-indonesia-nu-online-peringkat-pertama/>.
- . “APJII: Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta Pada 2022-2023.” Accessed April 3, 2023. <https://dataindonesia.id/digital/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-21563-juta-pada-20222023>.
- . “Hingga Awal 2022, Kominfo Temukan 9.546 Hoaks Di Internet.” Accessed April 3, 2023. <https://bisnis.tempo.co/read/1558213/hingga-awal-2022-kominfo-temukan-9-546-hoaks-di-internet>.
- . “Islamic Book Fair,” 2023. <https://islamicbook-fair.com/#>.
- . “Nielsen Meluncurkan Rating Konten Streaming Yang Memungkinkan Pengukuran Lintas

- Media Di Indonesia | Nielsen.” Accessed April 3, 2023. <https://www.nielsen.com/id/news-center/2022/nielsen-launches-streaming-content-ratings-enabling-cross-media-measurement-in-indonesia/>.
- _____. “Top 100 YouTube Channels in Indonesia (2023) - Sorted by Subscribers.” Accessed April 3, 2023.
<https://www.speakrj.com/audit/top/youtube/id>.
- _____. “Top Instagram Influencers in Indonesia in 2023 | StarNgage.” Accessed April 3, 2023.
<https://starngage.com/app/id/influencer/ranking>.
- Apriyani, Siska Nur, Ryo Yudowirawan, Fathurozi Fathurozi, Moch Luklui Maknun, and Umi Muzayanah. “Misplace Otoritas Berbagi Konten Keagamaan Pada Grup WhatsApp.” *Jurnal SMART (Studi Masyarakat, Religi, Dan Tradisi)* 8, no. 2 (2022): 205–18.
- Arianto. “Analysis Of Da’i Communication Skills Towards The Muslim Converted Karomba Community.” *Al Balagh* 5, no. 1 (2020): 35–66.
- Arifianto, Alexander R. “Rising Islamism and the Struggle for Islamic Authority in Post-Reformasi Indonesia.” *TRaNS: Trans-Regional and -National Studies of Southeast Asia* 8, no. 1 (2020): 37–50.
- Arifin, Ferdi. “Mubalig Youtube Dan Komodifikasi Konten Dakwah.” *Al-Balagh : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 4, no. 1 (2019): 91–120.

- Arung Triantoro, Dony. “Ustaz Youtube: Ustaz Abdul Somad Dan Dinamika Perubahan Otoritas Keagamaan.” *Penamas* 33 (2020).
- Aziz, Moh Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2004.
- _____. *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Azra, Azyumardi, Ahmad Najib Burhani, and Jajat Burhanudin. “Gerakan Islam Kampus: Sejarah Dan Dinamika Mahasiswa Muslim.” In *Sejarah Kebudayaan Islam Indonesia Jilids 3*, Vol. 3. Jakarta: Direktorat Sejarah dan Nilai Budaya, 2015.
- Balakrishnan, Janarthanan, and Mark D. Griffiths. “Social Media Addiction: What Is the Role of Content in YouTube?” *Journal of Behavioral Addictions* 6, no. 3 (2017): 364–77.
- Basit, Abdul. “Dakwah Cerdas Di Era Modern” 03, no. 01 (2013): 2088–6314.
- _____. *Konseling Islami*. Jakarta: Kencana, 2017.
- _____. “The Ideological Fragmentation of Indonesian Muslim Students and Da’wa Movements in the Postreformed Era.” *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* 6, no. 2 (2016): 185–208.
- Basyir, Kunawi. “Gerakan Fundamentalisme Islam Di Indonesia.” *Al-Tahrir* 14, no. 1 (2014): 23–45.
- Batson, CD, Schoenrade P, and Ventis W.L. *Religion and the Individual: A Social Psychological Perspective*. New York: Oxford University Press,

1993.

Bayanuni, Muhammad Abu Al Fath. *Pengantar Studi Ilmu Dakwah*. Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2021.

Bizawie, Zainul Milal. “Sanad And Ulama Network Of The Quranic Studies In Nusantara.” *International Journal of Religious Literature and Heritage* 4, no. 1 (2015).

Bosch, Miriam Diez, and Alba Sabate Gauxachs. “Authority, Religion and Media.” In *The Handbook of Religion and Communication*, edited by Yoel Cohen and Paul A Soukup. Oxford: John Wiley & Sons, Ltd, 2023.

Briandana, Rizki, Caturida Meiwanto Doktoralina, Shahir Akram Hassan, and Wan Norhaniza Wan Hasan. “Da’wah Communication and Social Media: The Interpretation of Millennials in Southeast Asia.” *International Journal of Economics and Business Administration* VIII, no. 1 (2020): 216–26.

Buhrmester, D., Furman W., Wittenberg M. T., Reis H.T. “Five Domains of Interpesonal Competence in Peer Relationships.” *Journal of Personality and Social Psychology* 55, no. 6 (1998): 991–1008.

Bukhari. “Dakwah Humanis Dengan Pendekatan Sosiologis-Antropologis.” *Al Hikmah* 4 (2012): 111–30.

Bukhori. “Desain Dakwah Untuk Pembinaan Keagamaan Komunitas Elit Intelektual.” *Ulumuna* 12, no. 2 (2008): 351–70.

- Bungin, Burhan. *Analisa Data Penelitian Kualitatif, Pemaknaan Filosofis Dan Metodologis Ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.
- Bunt, GR. *Islam in the Digital Age: E-Jihad, Online Fatwas and Cyber Islamic Environmentsress*. London: Pluto Press, 2003.
- Burgess, RG. *Field Research: A Sourcebook and Field Manual*. New York: Routledge, 2003.
- Busyro. “Hubungan Agama Dan Internet: Perusak Sekaligus Pelengkap Otoritas Agama.” *Khazanah Multidisiplin* 3, no. 22 (2022).
- Campbell, Heidi A. *Digital Creatives and the Rethinking of Religious Authority*. London: Routledge, 2020.
- Campbell, Heidi A, and Mia Lövheim. “Rethinking the Online–Offline Connection in the Study of Religion Online.” *Information, Communication & Society* 14, no. 8 (2011): 1083–1096.
- Campbell, Heidi, and Paul Emerson Teusner. “Religious Authority in the Age of the Internet.” *Virtual Lives*, 2011, 59–68.
- Carter, Nancy. “The Use of Triangulation in Qualitative Research.” *Qualitative Research ONF* 41, no. 5 (2014): 545–47.
- Castrawijaya, Cecep. “Da’i Technology Literacy in Perspective of the Qur’an.” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 17, no. 1 (2023): 19–38.

- Chairi, Effendi. "Ketiadaan Otoritas Terpusat Dalam Fenomena Kontemporer Di Indonesia." *SANGKéP: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan* 2, no. 2 (2019).
- Chaves, Mark. "Secularization as Declining Religious Authority." *Social Forces* 72, no. 3 (March 1, 1994): 749–74.
- Chen, Ping Hung. "Enhancing Competency Indicators of Media Literacy in the Digital Era." *Contemporary Social Sciences* 32, no. 2 (2023).
- Choirin, Muhammad. "The Perception of Indonesian Millenial on Da'i: Knowledge , Presentation , and Performance." *Afakaruna* 19, no. 1 (2023).
- Cholil, Mansyur. *Sosiologi Masyarakat Desa Dan Kota*. Surabaya: Usaha Nasional, 1987.
- CNN. "BIN: 85 Persen Milenial Rentan Terpapar Radikalisme." CNN, 2021.
<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20210615195226-12-654763/bin-85-persen-milenial-rentan-terpapar-radikalisme>.
- Court, Deborah. "Religious Experience as an Aim of Religious Education." *British Journal of Religious Education* 35, no. 3 (2013): 251–63.
- Creswell, JW, and CN Poth. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Approaches*. Washington DC: SAGE Publications Inc., 2016.
- Dahlan, Fahrurrozi. "Fundamentalisme Agama: Antara Fenomena Dakwah Dan Kekerasan Atas Nama

- Agama.” *Jurnal Ilmu Dakwah* 6, no. 2 (2014): 331.
- Damanhuri. “Kitab Kuning: Warisan Keilmuan Ulama Dan Kontekstualisasi Hukum Islam Nusantara.” *'Anil Islam: Jurnal Kebudayaan Dan Ilmu Keislaman* 10, no. 2 (2017): 237.
- Damanhuri, D. “Kiai, Kitab Dan Hukum Islam (Relasi Kuasa Teks Dan Otoritas Keagamaan Di Sumenep, Madura),” 2019.
- Detik, Tim. “Kontroversi Mengemuka Buntut Ceramah KDRT Dari Oki Setiana Dewi.” Detik.com, 2022. <https://news.detik.com/berita/d-5927463/kontroversi-mengemuka-buntut-ceramah-kdrt-dari-oki-setiana-dewi>.
- Dudy Imanuddin Effendi, Dede Lukman, and Ridwan Rustandi. *Dakwah Digital Berbasis Moderasi Beragama*. Bandung: Yayasan Lidzikri, 2022.
- Dulwahab, Encep. “Dakwah Di Era Konvergensi Media.” *Ilmu Dakwah* 5, no. 16 (2010).
- Edi Amin. “Konsep Komunitas Dalam Pemikiran Dan Dakwah Said Nursi.” *Jurnal Komunikasi Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya* 5, no. 1 (2015): 28–49.
- Enjang, AS. “Dakwah Smart: Proses Dakwah Sesuai Dengan Aspek Psikologis *Mad'u*.” *Ilmu Dakwah* 4, no. 12 (2008). <http://journal.uinsgd.ac.id/index.php/idajhs/article/view/395>.
- . “Komunikasi Dalam Bimbingan Islam.” *Irsyad*

- 1, no. 1 (2008).
- Fadl, Khaled M. Abou Al. *Atas Nama Tuhan: Dari Fikih Otoriter Ke Fikih Otoritatif*. Jakarta: Serambi, 2004.
- Fadli, Muhammad Rijal, and Siti Irene Astuti Dwiningrum. "Pesantren's Digital Literacy: An Effort to Realize the Advancement of Pesantren Education." *Ulul Albab* 22, no. 2 (2021): 338–59.
- Fahrudin, Fahrudin, and Mohammad Rindu Fajar Islamy. "Da'i (Muslim Preachers) Idols, Fatwas, and Political Constellations: Empirical Study of Millennial Generation Perspective." *Jurnal Dakwah Risalah* 33, no. 2 (2022): 132.
- Faizin, Muhammad. "LD PBNU Jelaskan Kualifikasi Dan Etika Dai Seharusnya." NU Online, 2019. <https://nu.or.id/nasional/ld-pbnu-jelaskan-kualifikasi-dan-etika-dai-seharusnya-khCtx>.
- Fakhruroji, Moch. "Digitalizing Islamic Lectures: Islamic Apps and Religious Engagement in Contemporary Indonesia." *Contemporary Islam* 13, no. 2 (2019): 201–15.
- Faqih, Ahmad. *Sosiologi Dakwah Perkotaan: Perspektif Teoritik Dan Studi Kasus*. Semarang: Fatawa Publishing, 2020.
- Fauzi, Niki Alma Febriana. "Fatwa Di Indonesia: Perubahan Sosial, Perkembangan Dan Keberagamaan." *Jurnal Hukum Novelty* 8, no. 1 (2017): 108.

- Fealy, Greg, and Sally White. *Ustazz Seleb : Bisnis Moral & Fatwa Online*. Jakarta: Komunitas Bambu, 2012.
- Fikri, Zainal. “Pendekatan Filsafat Tentang Dakwah.” *Al Hadharah* 1, no. 1 (2002).
- Friedman. *On the Concept of Authority in Political Philosophy, Authority*. Edited by Joseph Raz. Oxford: BasilBlackwell, 1990.
- Fuad, Ai Fatimah Nur. “Female Religious Authority among Tarbiyah Communities in Contemporary Indonesia.” *Archipel. Études Interdisciplinaires Sur Le*, 2021, 187–207.
- Guzman, Sebastian G. “Substantive-Rational Authority: The Missing Fourth Pure Type in Weber’s Typology of Legitimate Domination.” *Journal of Classical Sociology* 15, no. 1 (2015): 73–95.
- Hadi, Abdul. *Penelitian Kualitatif, Studi Fenomenologi, Case Study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi*. Purwokerto: Pena Persada, n.d.
- Hamdi, Ahmad Zainul, and Muktafi. *Wacana Dan Praktik Pluralisme Keagamaan Di Indonesia*. Jakarta: Daulat Press, 2017.
- Han, Muhammad Ibtisan. “Anak Muda, Dakwah Jalanan Dan Fragmentasi Otoritas Keagamaan: Studi Atas Gerakan Dakwah Pemuda Hijrah Dan Pemuda Hidayah.” *UIN Sunan Kalijaga*. UIN Sunan Kalijaga, 2018.
- Harnadi, Dodik, Hotman Siahaan, and Masdar Hilmy.

“Pesantren and the Preservation of Traditional Religious Authority in the Digital Age.” *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik* 34, no. 3 (2021).

- Hartono, Toni, Masduki Masduki, and Pipir Romadi. “The Da’i (Muslim Preachers) and Social Change Challenges: A Study of Da’i Professionalism In Dumai, Riau.” *Afkaruna* 16, no. 1 (2020): 58–82.
- Haryadi, Didid. “Otoritas Keagamaan Baru: Habituasi Dan Arena Dakwah Era Digital.” *Islamic Insights* 02, no. 2 (2020): 69–82.
- Haryanto, Joko. “Perkembangan Dakwah Sufistik Persepektif Tasawuf Kontemporer.” *Jurnal ADDIN* 8, no. 2 (2014): 269–72.
- Hasan, Noorhaidi. *Literatur Keislaman Generasi Milenial : Transmisi, Aproiasi, Dan Kontestasi*. Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Press, 2018.
- _____. “The Salafi Madrasas of Indonesia.” In *The Madrasa in Asia*, edited by Farish A. Noor, YoginderAnd Sikand, and Martin van Bruinessen, 247–74. Cambridge: Cambridge University Press, 2008.
- Hasanah, Hasyim. “Model Kompetensi Kader Da’i Kampus Di Perguruan Tinggi Negeri Kota Semarang.” Universitas Islam Negeri Walisongo, 2019.
- Hasanah, Hasyim, Ibnu Hadjar, and Baidi Bukhori.

- “Development of Da’i Competency Model in Campus Using Psychological and Management Approach.” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 12, no. 2 (2018): 229–46.
- Hasanah, Umdatul. “Kualifikasi Da’i: Komparasi Konseptual Rethorika Dakwah Dan Rethorika Aristoteles.” *Jurnal Komunikasi Islam* 10, no. 2 (2020): 256–75.
- _____. “Majelis Taklim and the Shifting of Religious Public Role in Urban Areas.” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 13, no. 34 (2019): 80–90.
- Hasanatul, Jannah. *Ulama Perempuan Madura: Otoritas Dan Relasi Gender*. Edited by Yusrianto Elga. Yogyakarta: IRCiSoD, 2020.
- Hidayat, Amri Syarif. “Membangun Dimensi Baru Dakwah Islam: Dari Dakwah Tekstual Menuju Dakwah Kontekstual.” *Jurnal Risalah* 24, no. 2 (2013): 1–15.
- Hidayat, Syamsul. “Metode Pengambilan Sumber Dan Rujukan Materi Dakwah.” *Suhuf* 19, no. 2 (2007): 114–26.
- Hidayaturrahman, Mohammad, and D.I Ansusa Putra. “The Role of Technology and Social Media in Spreading the Qur’an and Hadiths by Mubalig.” *Dinika: Academic Journal of Islamic Studies* 4, no. 1 (2019): 45.
- Hjarvard, Stig. “Mediatization and the Changing

Authority of Religion.” *Media, Culture and Society* 38, no. 1 (2016): 8–17.

Howell, Julia Day. *Modulations of Active Piety: Professors and Televangelists as Promoters of Indonesian 'Sufisme'*. Edited by Greg Fealy and Sally White. *Researchdirect.Westernsydney.Edu* Singapore: ISEAS, 2008.

Hudha, Mokhamad Choirul. “Al-Qur'an Dalam Pusaran Politik Di Indonesia: Perebutan Makna Atas Lafaz Auliya Dan Ulama.” *Al-Mabsut: Jurnal Studi Islam Dan Sosial* 14, no. 1 (2020).

Ibrahim, Azhar. “‘Being Authoritative But No Authority?’ Muslim Religious Intellectuals in Shaping Indonesian Islam Discourse.” In *The New Santri: Challenging To Traditional Religious Authority in Indonesia*, edited by Saat Norshahril and Ahmad Najib Burhani. Singapore: ISEAS, 2020.

Irhamdi, Muhamad. “Keberagaman *Mad'u* Sebagai Objek Kajian Manajemen Dakwah: Analisa Dalam Menentukan Metode, Strategi, Dan Efek Dakwah.” *Jurnal MD* 5, no. 1 (2019): 55–71.

Ismail, Ahmad Nur. “Ulama Dan Pendidikan Islam Klasik (Kajian Ulama, Status Sosial, Kekuasaan, Pendidikan, Dan Gerakan Intelektual).” *Jurnal Media Pendidikan Agama Islam* Vol 1 No 2, no. Pendidikan Islam (2014): 87–98.

Istriyani, Ratna. “Media: Causes and Strategies To Overcome Islamophobia (Psychological and

- Sociological Study).” *OIJIS (Quodus International Journal of Islamic Studies)* 4, no. 2 (2016): 201.
- Iswanto, Agus. “Ideologi Dalam Literatur Keagamaan Pada Aktivis Dakwah Kampus Dan Kajian Islam Di ITB Bandung.” *Jurnal SMART (Studi Masyarakat, Religi, Dan Tradisi)* 3, no. 1 (2017): 13–26.
- Jafar, Iftitah, and Mudzhira Nur Amrullah. “Bentuk-Bentuk Pesan Dakwah Dalam Kajian Al-Qur’ān.” *Jurnal Komunikasi Islam* 8, no. 1 (2018): 41–66.
- Jalalzai, Sajida. “Muslim Chaplaincy and Female Religious Authority in North America.” In *The Routledge Handbook of Islam and Gender*. New York: Routledge, 2021.
- Jasad, Usman. *Dakwah Persuasif & Dialogis*. Ponorogo: Wade Publishing, 2019.
- Jati, Wasisto Raharjo. “Cyberspace, Internet, Dan Ruang Publik Baru: Aktivisme Online Politik Kelas Menengah Indonesia.” *Jurnal Pemikiran Sosiologi* 3, no. 1 (2016): 25.
- Jauhari, Minan. “Gerakan Dakwah Siber Di Tengah Benturan Ideologi Komunitas Keagamaan.” *Al-Ulum* 21, no. 1 (2021).
- Jinan, Mutohharun. “Intervensi New Media Dan Impersonalisasi Otoritas Keagamaan Di Indonesia.” *Jurnal Komunikasi Islam* Vol. 3, no. 2 (2013): 321–48.
- _____. “New Media Dan Pergeseran Otoritas Keagamaan Islam Di Indonesia.” *Jurnal Lekture*

- Keagamaan* 10, no. 1 (2012): 181–208.
- . “New Media Dan Pergeseran Otoritas Keagamaan Islam Di Indonesia.” *Lektur Keagamaan* 10, no. 1 (2012).
- Johnson, Timothy P. “Snowball Sampling: Introduction.” *Wiley StatsRef: Statistics Reference Online*, September 29, 2014.
- Jurdi, Syarifuddin. “Gerakan Sosial Islam: Kemunculan, Eskalasi, Pembentukan Blok Politik Dan Tipologi Artikulasi Gerakan.” *Politik Profetik* 1, no. 1 (2013).
- Kailani, Najib, and Sunarwoto. *Televangelisme Islam Dalam Lanskap Otoritas Keagamaan Baru.* *Ulama Dan Negara Bangsa: Membaca Masa Depan Islam Politik Di Indonesia.* Yogyakarta: PusPIDEp, 2019.
- Kamal, Muhiddinur. “Pemberdayaan Da’i Lokal Dari Dakwah Konvensional Menuju Dakwah Profesional Di Kabupaten Pasaman, Sumatera Barat.” *Media Komunikasi Dan Dakwah* 16, no. 2 (2015).
- Kamaluddin. “Kompetensi Da’i Profesional.” *Hikmah* 2, no. 01 (2015): 104–24.
- Kaptein, Nico J.G. “The Voice of the ‘Ulamā’: Fatwas and Religious Authority in Indonesia.” *Archives de Sciences Sociales Des Religions* 125, no. 1 (2004).
- Karim, Abdul, Alifa Nur Fitri, Mustofa Hilmi, Silvia Riskha Fabriar, and Farida Rahmawati. “Pemetaan Untuk Strategi Dakwah Di Kota Semarang Menggunakan Pendekatan Data Mining (Mapping

- for Da’wah Strategy in Semarang City Using Data Mining.” *Risalah* 32, no. 1 (2021): 40–55.
- Kersten, C. *Cosmopolitans and Heretics: New Muslim Intellectuals and the Study of Islam*. New York: Columbia University Press, 2011.
- Kersten, Carool. “Indonesia’s New Muslim Intellectuals.” *Religion Compass* 3, no. 6 (2009): 971–85.
- Khalid, Ibrahim Abu. “Da’wah Getting It Right.” *Nida’ul-Islam*, no. 26 (1999).
- Kholis, Nur, Azyumardi Azra, Noorhaidi Hasan, Yusdani, Zuly Qodir, Alimatul Qibtyah, Krismono, Supriyanto, Ahmad Sadzali, and Hadza Min Fadhli Robby. *Islam Indonesia 2020*. Yogyakarta: UII Press, 2020.
- Koelsch, Lori E. “Reconceptualizing the Member Check Interview.” *International Journal of Qualitative Methods* 12, no. 1 (February 1, 2013): 168–79.
- Krämer, Gudrun, and Sabine Schmidtke. “Introduction: Religious Authority and Religious Authorities in Muslim Societies. A Critical Overview.” *Speaking for Islam*, 2014, 1–14.
- Kurz, Christopher J, Geng Li, and Daniel J Vine. *Are Millennials Different? Handbook of US Consumer Economics*. Washington DC: Finance and Economics Discussion Series Divisions of Research & Statistics and Monetary Affairs Federal Reserve Board, 2019.

- Lewis, Rebecca. ““This Is What the News Won’t Show You’: YouTube Creators and the Reactionary Politics of Micro-Celebrity.” *Television and New Media* 21, no. 2 (2020): 201–17.
- Lorea, Carola E, Neena Mahadev, Natalie Lang, Ningning Chen, Carola E Lorea, Neena Mahadev, Natalie Lang, and Ningning Chen. “Religion and the COVID-19 Pandemic : Mediating Presence and Distance Religion and the COVID-19 Pandemic : Mediating Presence,” 2022.
- Lubis, Muhammad Abdi. “Religious Hybridity : The Response Of Muslim Youth To Teras Dakwah Community.” *Al Balagh* 8, no. 1 (2023): 283–306.
- Luth, Thohir. *M. Natsir: Dakwah Dan Pemikirannya*. Jakarta: Gema Insani Press, 1999.
- Lyansari, Kirana Nur. “Celebrification and Branding New Female Religious Authority in Indonesia.” *Dialog* 45, no. 1 (2022): 99–110.
- Mahfudloh, Ririn Inayatul. “Peran Sanad Keilmuan Dalam Pengembangan Pondok Pesantren.” *Qomaruna* 1, no. 1 (2023): 23–30.
- Mahri, Rizal. “Dakwah Kampus Berbasis Riset.” *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi Dan Dakwah*, XIV, no. 1 (2013): 51–77.
- McCrindle, Mark. *Generation Alpha*. Australia: Hachette Australia, 2023.
- Mesra, Romi. *Pengantar Sosiologi Umum*. Yogyakarta: Deepublish, 2023.

- Meuleman, Johan. "Dakwah, Competition for Authority, and Development." *Bijdragen Tot de Taal-, Land- En Volkenkunde* 167 (2011): 236–69.
- Miralena, Rahmatia. "Permintaan Maaf Khalid Basalamah, Bantah Mengharamkan Wayang." Detik.com, 2022. <https://news.detik.com/berita/d-5942698/permintaan-maaf-khalid-basalamah-bantah-mengharamkan-wayang>.
- Moefad, Agoes Moh., Syaifuddin Syaifuddin, and Iklima Sholichati. "Digitizing Religion: Millenial Generation Da'wah Patterns on Social Media." *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 15, no. 2 (2021): 387–406.
- Mohamad, Siti Mazidah. "Micro-Celebrity Practices in Muslim-Majority States in Southeast Asia." *Popular Communication* 19, no. 3 (2021): 235–49.
- Monica, Andok. "The Impact of Online Media on Religious Authority." *Religions* 15, no. 1103 (2024): 249–64.
- Mudhofi, M, Ilyas Supena, Safrodin, Abdul Karim, and Solahuddin. "Public Opinion Analysis for Moderate Religious: Social Media Data Mining Approach." *Jurnal Ilmu Dakwah* 43, no. 1 (2023): 1–27.
- Muhaemin, Enjang. "Dakwah Digital Akademisi Dakwah." *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11 (2017): 341–56.
- Muhajarah, Kurnia, and Moh. Sulthon. "Pengembangan Laboratorium Virtual Sebagai Media Pembelajaran:

- Peluang Dan Tantangan.” *Justek : Jurnal Sains Dan Teknologi* 3, no. 2 (2020): 77.
- Muhamad Iqbal, Asep. “Agama Dan Adopsi Media Baru: Penggunaan Internet Oleh Gerakan Salafisme Di Indonesia.” *Jurnal Komunikasi Indonesia* 2, no. 2 (2013): 77–87.
- Muhammad, Nur Afni. “Populisme Dan Dinamika Otoritas Keagamaan Dalam Islam Di Media Sosial.” *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam* 4, no. 2 (2021).
- Muhtador, Moh. “Otoritas Kegamaan Perempuan (Studi Atas Fatwa-Fatwa Perempuan Di Pesantren Kauman Jekulo Kudus).” *Kafa`ah: Journal of Gender Studies* 10, no. 1 (2020).
- Munawwir, Ahmad Warson. *Al-Munawwir Kamus Arab-Indonesia*. Surabaya: Pustaka Progresif, 2002.
- Muqsi. “Hubungan Dakwah Dan Komunikasi.” *Media Kajian Komunikasi Islam* 1, no. 1 (2018): 1–9.
- Muthohirin, Nafik. “Da’wa in Social Media: The Views of Ustaz Hanan Attaki and Felix Siauw to The Hijrah Phenomenon.” *Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies* 17, no. 2 (2021).
- Mutmainah, Siti, and Sayidah Afyatul Masruroh. “Online Da’wah on Social Media: Personal Branding of a Female Celebrity Preacher on Instagram.” *Lentera VI*, no. I (2022).
- Muttaqin, Ahmad. “Women’s Identity in the Digital

- Islam Age: Social Media, New Religious Authority, and Gender Bias.” *Qudus International Journal of Islamic Studies* 8, no. 2 (2020).
- Muzakka, Ahmad Khotim. “Otoritas Keagamaan Dan Fatwa Personal Di Indonesia.” *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman* 13, no. 1 (2018): 63–88.
- MY, Yusuf. “Da’i Dan Perubahan Sosial Masyarakat.” *Jurnal Al-Ijtima’iyah* 1, no. 1 (2015): 51–63.
- Nasdian, Fredian Tonny. *Pengembangan Masyarakat*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2014.
- Nasution. *Moderasi Beragama Di Era Disrupsi Digital*. Bengkulu: CV. Zegie Utama, 2020.
- Niam, Khoirun. “Nahdlatul Ulama and the Production of Muslim Intellectuals in the Beginning of 21st Century Indonesia.” *Journal of Indonesian Islam* 11, no. 2 (2017): 351–88.
- _____. “The Discourse of Muslim Intellectuals and ‘Ulama’ in Indonesia.” *Journal of Indonesian Islam* 4, no. 2 (2010): 288–316.
- Nicols, Tom. *The Death of Expertise*. Oxford: Oxford University Press, 2017.
- Noor, Farish A. “The Responsibilities of the Muslim Intellectual in the 21st Century (An Interview with Abdolkarim Soroush).” *New Voices of Islam*. Leiden, 2002.
- Nugraha, Firman. *Gerakan Sosial Ekonomi Keagamaan*

- Muslim Perdesaan*. Jakarta: Litbang Diklat Press, 2021.
- Nugrahani, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif*. Solo: Cakra Books, 2014.
- Nurdin, N. “Impact of Internet Development on Muslim Interaction with Islam.” *ICISS* 1 (2022): 7–15.
- Nuryana, Arief, Pawito Pawito, and Prahastiwi Utari. “Pengantar Metode Penelitian Kepada Suatu Pengertian Yang Mendalam Mengenai Konsep Fenomenologi.” *Ensains Journal* 2, no. 1 (2019): 19.
- Pamungkas, Arie Setyaningrum. “Mediatasi Dakwah, Moralitas Publik Dan Komodifikasi Islam Di Era Neoliberalisme.” *Maarif* 13, no. 1 (2018).
- Pargament, Kenneth I. *The Psychology of Religion and Coping: Theory, Research, Practice*. New York: Guilford Press, 1997.
- Philip, Rhonda, and Robert H. Pittman. *An Introduction to Community Development*. New York: Taylor & Francis E-Library, 2008.
- Pimay, Awaluddin, and Uswatun Niswah. “The Urgency of E-Da’wa in The Digital Age.” *Lentera* V, no. 2 (2021).
- Pimay, Awaluddin, and Agus Riyadi. “Abdurrahman Wahid Structural Da’wah Activities.” *Ilmu Dakwah* 15, no. 2 (2021).
- Pimay, Awaludin, and Fania Mutiara Savitri. “Dinamika

- Dakwah Islam Di Era Modern.” *Jurnal Ilmu Dakwah* 41, no. 1 (2021): 43–55.
- Prabowo, Kautsar Widya. “MUI: Ideologi Khilafatul Muslimin Mirip HTI.” Medcom, 2022.
<https://www.medcom.id/nasional/peristiwa/nN9X9r8K-mui-ideologi-khilafatul-muslimin-mirip-hti>.
- Pribadi, Yanwar. “Pop and ‘True’ Islam in Urban Pengajian: The Making of Religious Authority.” In *The New Santri: Challenging To Tradisional Religious Authority in Indonesia*, edited by Norshahril Saat and Ahmad Najib Burhani. Singapore: ISEAS, 2020.
- Prihatiningtyas, Siti, and Siti Sholihat. “Da’wah Patterns in Developing Religious Harmony in Semarang City.” *Ilmu Dakwah* 15, no. 2 (2021).
- Purnamasari, Niken. “Klarifikasi Ustaz Hanan Soal Berat Wanita Salihah Tak Lebih 55 Kg,” 2018.
<https://news.detik.com/berita/d-4126455/klarifikasi-ustaz-hanan-soal-berat-wanita-salihah-tak-lebih-55-kg>.
- Putra, Alfian Abdi. “Setara Institute Sebut 10 Kampus Terpapar Paham Radikalisme.” Tirto.id, 2019.
<https://tirto.id/setara-institute-sebut-10-kampus-terpapar-paham-radikalisme-d9nh>.
- Qutoshi, Sadruddin Bahadur. “Phenomenology: A Philosophy and Method of Inquiry.” *Journal of Education and Educational* 5, no. 1 (2018).
- Rachmadhani, Arnis. “Otoritas Keagamaan Di Era

- Media Baru.” *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat* 5, no. 2 (2021).
- Rachmawati, Farida. “Rethinking Uswah Hasanah: Etika Dakwah Dalam Bingkai Hiperrealitas.” *Jurnal Ilmu Dakwah* 35, no. 2 (2017): 307.
- Rahayu, Anizar. *Psikologi Konseling: Teori Dan Praktik*. Bogor: Mitra Wacana Media, 2022.
- Rahman, Fazlul. “Digital Media Literacy for the Better Santri: Reconsidering the Power of Internet for the Students of Traditional Pesantren.” *SSRN Electronic Journal* 1, no. 1 (2021): 110–18.
- _____. “The Death of the Da’i: The Autonomization of Religious Messages within Cyberspace.” *Ulumuna* 22, no. 2 (2018): 255–76.
- Rahman, Muhammad Minanur. “Fatwa MUI , Kontrol Sosial Dan Hatespeech Di Ruang Digital,” n.d., 113–24.
- Rakhmani, Inaya. “The Commercialization of Da’wah: Understanding Indonesian Sinetron and Their Portrayal of Islam.” *International Communication Gazette* 76, no. 4–5 (2014): 340–59.
- Ridwan, Muhammad, and Andi Edwin Rewira. “Dakwah Kampus : Transformasi Dakwah Tekstual Ke Dakwah Kontekstual Rasional.” *Karimiyah* 1, no. 1 (2021): 53–62.
- Riyadi, Agus. “Desain Pengembangan Laboratorium Dakwah: Studi Kasus UIN Walisongo Semarang.” *Jurnal Komunikasi Islam* 9, no. 1 (2019): 129–53.

- Rizky, Fasha Umh, and Alan Surya. “Become a Professional Da’i in the Era of Digital Revolution.” *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Mu’amalah* 9 (2021): 8–18.
- Robinson, Francis. “Crisis of Authority: Crisis of Islam?” *Journal of the Royal Asiatic Society* 19, no. 3 (2009): 339–54.
- Rofiqoh, Imawati. “Al-Azhar, Otoritas Keagamaan Baru Dan Keislaman Indonesia: Peran Alumni Al-Azhar Mesir Diruang Publik.” UIN Sunan Kalijaga, 2019.
- Romzi, Moh. “Ulama Dalam Perspektif Nahdlatul Ulama.” *Religio: Studi Agama-Agama* 2, no. 1 (March 2012).
- Ronaldi, Abon, Abdul Rahim Saidek, and Wiji Lestari. “New Media as an Ideological Transmission Opportunity for Religious Authorities in Indonesia.” *Indo Islamika* 13, no. 2 (2023).
- Rosidi, I. “A Contest of Being More Religious: The Muslim Millennial Preachers in the Contemporary Indonesia.” In *International Conference on Islam and Muslim Societies (ICONIS)*, edited by Roko Patria Jati, 48–59. Salatiga: Pascasarjana IAIN Salatiga, 2018.
- Roy, Olivier. *The Failure of Political Islam*. Cambridge: Harvard University Press, 1994.
- Rumadi. “Islam Dan Otoritas Keagamaan.” *Walisongo* 20, no. 1 (2012): 25–54.
- Rustandi, Ridwan. “Dakwah Komunitas Di Pedesaan

- Dalam Perspektif Psikologi Komunikasi.” *Irsyad : Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, Konseling, Dan Psikoterapi Islam* 8, no. 3 (2020): 305–26.
- Said, Nurhidayat Muh. “Dakwah Dan Problematika Umat Islam.” *Jurnal Dakwah Tabligh* 14, no. 1 (2013): 1–23. Dakwah, Problematika Umat, Aqidah, Moral, Individualisme, Materialisme.
- Saifuddin, Ahmad. *Psikologi Agama: Implementasi Psikologi Untuk Memahami Perilaku Beragama*. Jakarta: Kencana, 2019.
- Sakdiah, Halimatus. “Urgensi Interpersonal Skill Dalam Dakwah Persuasif.” *Jurnal Ilmu Dakwah* 35, no. 1 (2017): 1–14.
- Saleh, Sadhriany Pertiwi, Hafied Cangara, Safiyyah Sabreen, and Syamsuddin AB. “Digital Da’wah Transformation: Cultural And Methodological Change Of Islamic Communication In The Current Digital Age.” *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis* 05, no. 08 (2022): 2033–43.
- Santrendelik. “Tentang Kami ‘Santrendelik,’” 2024. <https://santrendelik.org/tentang-kami/>.
- Saputra, Eko. “Teras Dakwah, Agama Dan Pasar: Lanskap Dan Pergeseran Gerakan Dakwah Di Indonesia.” *Idarotuna* 3, no. 1 (2020).
- Saputra, Eko, and Fadhli. “Shifting and Contestation of Religious Authorities in Aceh: From Abu, Tengku, Waled to Ustazz.” *Lektur Keagamaan* 18, no. a

- (2020).
- Saputra, Eko, and Dony Arung Triantoro. “Urban Muslim Youth, Pengajian Communities and Social Media: Fragmentation of Religious Authority in Infonesia.” *Al-Qalam* 27, no. 2 (2021).
- Sari, Artika. “Berkenalan Dengan Santrendelik, Pesantren Kontemporer Yang Digandrungi Anak Muda,” 2019. <https://inibaru.id/hits/berkenalan-dengan-santrendelik-pesantren-kontemporer-untuk-anak-muda>.
- Setiawan, Asep Iwan. “Efektivitas Dakwah Fi’ah: Studi Model Dakwah Pada Lembaga Dakwah Kampus.” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 5, no. 8 (2011): 541-574.
- Setiawati, R, D M Rolando, and N Sari. “The Values and Practices of Da’wah in The Era of Hybrid Knowledge Society 5.0.” *Jurnal Fiqh Al-Watan* 1, no. 1 (2022): 41–47.
- Setiawati, Rini, Dede Mercy Rolando, Robby Aditya Putra, and Osman Koroglu. “Da’wah Among Urban Muslims in Indonesia.” *Akademika : Jurnal Pemikiran Islam* 27, no. 2 (2022): 219.
- Shils, Edward. “Intellectuals , Tradition , and the Traditions of Intellectuals: Some Preliminary Considerations.” *The MIT* 101, no. 2 (1972): 21–34.
- Silvianetri, Silvianetri, Irman Irman, Khairunnas Rajab, Zulamri Zulamri, Zubaidah Zubaidah, and Zulfikar Zulfikar. “The Effectiveness of Islamic Counseling

- as a Dakwah Approach to Increase the Religious Awareness of Ex-Prostitute.” *Jurnal Dakwah Risalah* 33, no. 1 (2022): 71–91.
- Siregar, Herianda Dwi Putra. “Gelombang Ideologi Islam Transnasional Dalam Sekolah Islam Terpadu.” *Jurnal Ilmu Sosial Indonesia (JISI)* 2, no. 1 (2021): 27–39.
- Soekanto, Soerjono. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- Solahudin, Dindin, and M Fakhruroji. “Internet and Islamic Learning Practices in Indonesia: Social Media, Religious Populism, and Religious Authority.” *Religions* 11, no. 1 (2020).
- Stamm, Liesa. “The Dynamics of Spirituality and the Religious Experience.” *Religion and Education* 33, no. 2 (2006): 91–113.
- Stat, Good. “Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z,” 2023.
<https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sulaiman, I F, I Y Abubakar, A A Malek, and ... “Creative Teaching: An Islamic Perspective.” *International Journal of Academic Research* 12, no. 1 (2021).
- Sule, Muhammad Maga. “Muslim Scholars and the

- World of Social Media: Opportunities and Challenges.” *Islamic Communication Journal* 5, no. 2 (2020): 223.
- Sulthon, Muhammad. *Desain Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Supena, Ilyas. *Filsafat Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: Ombak, 2013.
- Supena, Ilyas, Agus Darmuki, and Ahmad Hariyadi. “The Influence of 4C (Constructive, Critical, Creativity, Collaborative) Learning Model on Students’ Learning Outcomes.” *International Journal of Instruction* 14, no. 3 (2021): 873–92.
- Syahrotin Naqqiyah, Maulidatus, and Ali Nurdin. “Da’i Credibility in The Post-Truth Era: A Study of Da’i in Surabaya.” *Ilmu Dakwah* 13, no. 2 (2019): 250–67.
- Tajiri, Hajir. *Etika Dan Estetika Dakwah*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2015.
- _____. “Pemikiran Dakwah Endang Saefudin Anshori.” *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 10, no. 1 (2016): 59–78.
- Triantoro, Dony Arung. “Dakwah Dan Kesalehan: Studi Tentang Gerakan Teras Dakwah Di Kalangan Remaja Yogyakarta.” *Jurnal Masyarakat Dan Budaya* 20, no. 2 (2018).
- Turner, Bryan S. “Religious Authority and the New Media.” *Theory, Culture & Society* 24, no. 2 (2007): 117–34.

- Turner, Bryan S., and Mohamed Kamaludeen Nasir. “Religious Authority and New Media.” In *The Sociology of Islam*. New York: Routledge, 2016.
- Unsal, Ali. “A New Approach to Islamic Intellectual.” In *Pathways to Contemporary Islam: New Trends in Critical Engagement*, edited by Mohamed Nawab and Mohamed Osman, 77–90. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2020.
- Utami, Istiqomah Bekthi, and Agus Ahmad Safei. “Peran Komunitas Islam Dalam Menyemangati Keagamaan Para Pemuda.” *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam* 5, no. 2 (2023): 167–88.
- Wahid, Din. “Challenging Religious Authority: The Emergence of Salafi Ustazhs in Indonesia.” *Journal of Indonesian Islam* 6, no. 2 (2012): 1978–6301.
- _____. “Kembalinya Konservatisme Islam Indonesia.” *Studia Islamika* 21, no. 2 (2014): 375–90.
- Wahid, Fahul. *E-Dakwah, Dakwah Melalui Internet*. Yogyakarta: Gava Media, 2004.
- Weber, Max. *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology, Volume 2*. Edited by Guenther Roth and Claus Wittich. Vol. 2. Berkeley: The Regents of The University of California, 1978.
- Whyte, Shaheen Amid. “Islamic Religious Authority in Cyberspace: A Qualitative Study of Muslim Religious Actors in Australia.” *Religions* 13, no. 1 (2022).

- Widodo, Anton, Nur Fauziah Fatawi, and Andi Rahmad. “Eksistensi Dakwah Bil Hikmah Sebagai Akselerasi Pengembangan Sosial Keagamaan Di Kecamatan Sukadana Lampung Timur.” *Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian*, 2020, 28.
- Yaran, Cafer S. “Muslim Religious Experiences.” *Religious Experience Research Centre (RERC) Second Series Occasional Papers*, 2004, 1–23.
- Yazid, Yasril, Ardiansyah Ardiansyah, Feruz Kholmuminov, and Rafdeadi Rafdeadi. “Reclaiming Traditional Religious Authority in the Contemporary Era.” *Jurnal Dakwah Risalah* 34, no. 1 (2023): 01.
- Yunus, A., and Muhammad Luthfi. “Sufism Practices at Ma’iyahan Emha Ainun Nadjib,” 2019.
- Z Zulkifli. “The Ulama in Indonesia: Between Religious Authority and Symbolic Power.” *Jurnal Ilmu Keislaman-Miqot* 1 (2013).
- Zaid, Bouziane, Jana Fedtke, Donghee Don Shin, Abdelmalek El Kadaoussi, and Mohammed Ibahrine. “Digital Islam and Muslim Millennials: How Social Media Influencers Reimagine Religious Authority and Islamic Practices.” *Religions* 13, no. 4 (2022).
- Zaini, Ahmad. “Dakwah Melalui Internet.” *At-Tabsyir* 1, no. 1 (2013): 103–4.
- Zaman, Muhammad Qasim. “The Ulama and Contestations on Religious Authority.” *Islam and*

- Modernity: Key Issues and Debates*, 2009, 206–36.
- Zamhari, Arif, Muhamad Ibtissam Han, and Zulkifli. “Traditional Religious Authorities in New Media: A Study of the Cariustazz.Id Platform as an Alternative Cyber Fatwa and Da’wah Media among the Middle-Class Urban Muslims.” *Ahkam: Jurnal Ilmu Syariah* 21, no. 1 (2021).
- Zuhri, Muhibbin Achmad. *Teologi Islam Moderat Di Indonesia Kontemporer: Kontestasi Populisme Islam Dan Kontestasi Otoritas Kegamaan Di Media Sosial*. Lamongan: Nawa Litera, 2022.
- Zustiyantoro, Dhoni. “UKKI Berharap Unnes Jadi Kampus Madani,” 2014.
<https://v8.unnes.ac.id/berita/ukki-berharap-unnes-jadi-kampus-madani.html>.

LAMPIRAN I : PANDUAN WAWANCARA

Nama :

Tempat Tanggal Lahir:

Riwayat Pendidikan:

Pengalaman Organisasi:

Pengalaman Pekerjaan:

DAI

1. Apa motivasi berdakwah?
2. Bagaimana asal mula terbentuknya komunitas dakwah ini dan mengapa memilih untuk menjadi dai dalam komunitas ini?
3. Bagaimana tantangan untuk berdakwah dalam komunitas ini?
4. Siapa figur dakwah (Guru, Ulama, Kiai, Tokoh Agama)? Mengapa memilih figur tersebut?
5. Bagaimana posisi penggunaan media digital atau medsos untuk dakwah? sebagai sarana media penyiaran atau sumber pesan dakwah?
6. Bagaimana menggunakan media digital untuk menarik minat pemuda? Mengapa memilih media digital untuk berdakwah?
7. Apa dampak positif dan negatif media digital untuk berdakwah?
8. Tema apa saja yang diangkat dalam dakwah? dan mengapa memilih tema tersebut?

9. Bagaimana strategi untuk menyampaikan pesan dakwah dalam komunitas khususnya? Mengapa memilih strategi tersebut?
10. Bagaimana anda dapat mempengaruhi atau menyakinkan dengan pesan dakwah yang anda sampaikan?
11. Pernahkah anda memberikan unsur “memaksa” atau koersif dalam menyampaikan pesan dakwah? mengapa?
12. Bagaimana anda sekarang bisa menjadi seorang dai? cara belajar dan dibentuk dari mana? serta latar pendidikan yang mengantarkan anda sebagai dai?
13. Bagaimana latar belakang organisasi, dan adakah pengaruh terhadap posisi anda sebagai dai? Mengapa memilih organisasi tersebut?
14. Apakah dalam komunitas pernah menemui perbedaan pendapat penafsiran atau fatwa? Bagaimana menyikapinya?
15. Untuk mencari referensi dakwah, dimana anda memperolehnya? Kenapa memilih sumber referensi tersebut?
16. Bagaimana anda dapat memfilter mana saja yang dapat dijadikan sumber referensi dakwah?
17. Bagaimana sisi postif dan negatif, asal sumber pesan yang diperoleh secara konvensional, impersonal atau digital?
18. Dai seperti apa yang bisa dijadikan pedoman bagi *mad'u* di komunitasnya? Mengapa?
19. Bagaimana kriteria dai yang memiliki otoritas keagamaan?

20. Apakah anda termasuk dai yang memiliki otoritas?
21. Apakah orang yang tidak memiliki latar belakang pendidikan Islam, dan belajar Islam secara otodidak layak disebut sebagai dai? mengapa?
22. Di Kota Semarang, banyak komunitas dengan berbagai latar belakang dan identitas. Bagaimana cara masyarakat khususnya generasi muda untuk mampu memilih komunitas dakwah yang kapabilitas?

MAD'U

1. Mengapa memilih tergabung dalam komunitas dakwah ini?
2. Sejak kapan dan bagaimana asal mula tergabung dalam komunitas ini?
3. Perubahan apa yang anda alami setelah tergabung dalam komunitas ini?
4. Bagaimana posisi penggunaan media digital atau medsos untuk dakwah? sebagai sarana media penyiaran atau sumber pesan dakwah?
5. Untuk mencari referensi dakwah, dimana anda memperolehnya? Kenapa memilih sumber referensi tersebut?
6. Bagaiman anda dapat memfilter sumber referensi dakwah di berbagai media?
7. Menurut anda, apa dampak positif dan negatif media digital untuk berdakwah?
8. Siapa dai yang ada sukai dalam komunitas ini? Mengapa?
9. Kriteria dai seperti apa yang menurut anda di butuhkan masyarakat?

10. Bagaimana pendapat anda tentang dai yang sudah mengisi kajian pada hari ini?
11. Lebih menarik mana antara dakwah dalam komunitas ini, atau mengakses dakwah di media digital? Mengapa?
12. Pernahkan ada perbedaan pendapat antara anda dengan apa yang disampaikan oleh dai dalam komunitas ini?
13. Tema apa yang menarik bagi anda dalam komunitas dakwah ini? Mengapa?
14. Apakah orang yang tidak memiliki latar belakang pendidikan Islam, dan belajar Islam secara otodidak layak disebut sebagai dai? mengapa?

RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

- | | | |
|------------------------|---|--|
| 1. Nama Lengkap | : | Bakhita Aida |
| 2. Tempat & Tgl. Lahir | : | Kudus, 25 Januari
1997 |
| 3. Alamat Rumah | : | PP. Al- Khridah
Jl. K.H Turaichan
Adjhuri
Langgardalem
Kudus |
| HP | : | 085664404618 |
| E-mail | : | bakhitaaida97@gmail.com |

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal:

- a. MTs NU Banat dari tahun 2009-2011
- b. MAN 2 Kudus dari tahun 2011-2014
- c. S-1 Ilmu Komunikasi Undip dari tahun 2014-2018
- d. S-2 Komunikasi Penyiaran Islam UIN Walisongo dari tahun 2018-2020
- e. S-3 Studi Islam Konsentrasi Ilmu Dakwah dari tahun 2021-sekarang

2. Pendidikan Non-Formal:

- a. Pondok Pesantren Kyai Galang Sewu Semarang dari tahun 2014-2018

C. Karya Ilmiah

- a. Skripsi Pemaknaan Santri Tentang Wacana Poligami pada Film Surga Yang Tak Dirindukan

- b. Tesis Strategi Komunikasi Interpersonal Pengajar dalam Mengatasi Kecemasan Santri Baru di Pondok Pesantren Tahfidz Al-Qur'an Nuril Anwar Sunggingan Kudus
- c. Jurnal Ilmu Dakwah Volume 40 No 1 (2020) Strategi Dakwah pada Pengikut Tarekat Khalidiyah Wa Naqsabandiyah di Masjid Kwanaran Kudus.
- d. Jurnal Ilmu Dakwah Vol. 44 No. 2 (2024)
The latest religious practices of da'i influencer and content creator in digital da'wah

Semarang, Januari 2025

Bakhita Aida

NIM: 2100029042