

**KONSTRUKSI NARASI PESAN DAKWAH ISLAM DI
INSTAGRAM PADA @AKUN_SALAFY**

TESIS

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat guna Memperoleh Gelar
Magister

dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

Muhammad Irfan Habibi

(23010680017)

**PROGRAM MAGISTER
KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN WALISONGO SEMARANG**

2025



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
PROGRAM STUDI S2 KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. DR. Hamka (Kampus III) Ngaliyan Telp./Fax. (024) 7606405 Semarang 50185

PENGESAHAN TESIS

Tesis yang ditulis oleh:

Nama lengkap : Muhammad Irfan Habibi
NIM : 23010680017
Judul Penelitian : Konstruksi Narasi Pesan Dakwah Islam di Instagram pada @akun_salafy

Telah dilakukan revisi sesuai saran dalam Sidang Tesis pada tanggal 29 Desember 2025 dan layak dijadikan syarat memperoleh gelar magister dalam bidang **Komunikasi Penyiaran Islam**.

Disahkan oleh: Nama lengkap & Jabatan	Tanggal	Tanda Tangan
Dr. Saerozi, S.Ag., M.Pd. Ketua Sidang/Pengujii	27-12-2026	
Dr. Hatta Abdul Malik, S. Sos. I, M. S. I. Sekretaris Sidang/Pengujii	27-12-2026	
Dr. Kurnia Muhajarah, M. S. I. Pengujii I	7/1 2026	
Dr. Hj. Siti Solikhati, M. A. Pengujii II	6/1/2026	
Dr. Dedy Susanto, S. Sos. I, M. S. I. Pengujii III	5/1 2026	

NOTA DINAS

Semarang, 22 Desember 2025

Kepada

Yth. Direktur Pascasarjana

UIN Walisongo

Di Semarang

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Dengan ini diberitahukan bahwa kami telah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap tesis yang ditulis oleh:

Nama : **Muhammad Irfan Habibi**
NIM : 23010680017
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : **Konstruksi Narasi Pesan Dakwah Islam di Instagram pada @Akun_Salafi**

Kami memandang bahwa proposal tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Walisongo Semarang untuk diujikan dalam Sidang Tesis.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Hj. Siti Solikhati, M. A.

NIP. 196310171991032001



Dr. Sulistio, S.Ag., M. Si.

NIP. 197002021998031005

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Irfan Habibi
NIM : 23010680017
Judul Penelitian : **Konstruksi Narasi Pesan Dakwah Islam di *Instagram* pada @akun_salafy**
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa tesis yang berjudul:

KONSTRUKSI NARASI PESAN DAKWAH ISLAM DI INSTAGRAM PADA @AKUN_SALAFY

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

Semarang, 22 Desember 2025

.....
Pembuat pernyataan



Muhammad Irfan Habibi
NIM. 23010680017

Abstrak

Judul : **Konstruksi Narasi Pesan Dakwah Islam di Instagram pada @akun_salafy**
Penulis : Muhammad Irfan Habibi
NIM : 23010680017

Media sosial telah mengubah cara berdakwah Islam, memungkinkan penyebaran ideologi keagamaan melalui akun anonim dengan jangkauan luas. Fenomena ini memunculkan polarisasi, terutama melalui akun-akun yang membawa narasi purifikasi agama yang eksklusif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konstruksi narasi pesan dakwah yang dibangun oleh akun Instagram @akun_salafy serta mengidentifikasi bagaimana warganet mengonsumsi dan merespons pesan tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan dua pendekatan analisis. Pertama, Analisis Wacana Kritis model Norman Fairclough digunakan untuk membedah dimensi teks, praktik diskursif, dan praktik sosial pada konstruksi pesan. Kedua, pendekatan Netnografi digunakan untuk memahami pola konsumsi, interaksi, dan persepsi warganet di kolom komentar.

Hasil penelitian menunjukkan dua temuan utama. Pertama, secara konstruksi pesan, akun @akun_salafy membangun narasi dakwah yang bersifat dikotomis dan konfrontatif. Akun ini menggunakan dalil teologis secara parsial untuk mendelegitimasi praktik keagamaan kelompok lain, seperti Maulid, zikir, dan musik religi sebagai bidah atau sesat, serta membingkai Manhaj Salaf sebagai satu-satunya kebenaran otoritatif. Kedua, dari sisi konsumsi warganet, ditemukan adanya penerimaan pesan secara mutlak. Kolom komentar berfungsi sebagai ruang yang memperkuat identitas kelompok. Warganet tidak hanya menerima pesan tersebut, tetapi juga menjadikannya instrumen konversi identitas atau hijrah dan merasa memiliki superioritas intelektual dibandingkan kelompok muslim lainnya. Keberadaan akun dakwah anonim menjadi tantangan serius yang menuntut kejelian audiens dalam memilah dan memverifikasi informasi agar tidak tergiring oleh sumber yang tidak memiliki pertanggungjawaban jelas.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Instagram, Salafi, Analisis Wacana Kritis, Netnografi.

Abstract

Title : Narrative Construction of Islamic Da'wah Messages on Instagram in @akun_salafy

Author : Muhammad Irfan Habibi

Student id : 23010680017

Social media has transformed the landscape of Islamic da'wah, facilitating the dissemination of religious ideologies through anonymous accounts with extensive reach. This phenomenon has precipitated polarization, particularly through accounts propagating exclusive narratives of religious purification. This study aims to analyze the narrative construction of da'wah messages established by the Instagram account @akun_salafy and to identify how netizens consume and respond to such messages.

This research employs a qualitative method utilizing two analytical approaches. First, Norman Fairclough's Critical Discourse Analysis (CDA) model is utilized to examine the dimensions of text, discursive practice, and social practice within the message construction. Second, a Netnography approach is

applied to understand the patterns of consumption, interaction, and reception among netizens in the comment sections.

The results of this study reveal two main findings. First, in terms of message construction, the @akun_salafy account constructs a dichotomous and confrontational da'wah narrative. This account utilizes partial theological arguments to delegitimize other groups' religious practices, such as Mawlid, dhikr, and religious music labeling them as bid'ah (heresy) or deviant, while framing the Salafi Manhaj as the sole authoritative truth. Second, regarding netizen consumption, this study found absolute acceptance of the message. The comments section serves as a space that reinforces group identity. Netizens do not merely receive the message; they utilize it as an instrument for identity conversion or hijrah and develop a sense of intellectual superiority over other Muslim groups. The existence of anonymous da'wah accounts poses a serious challenge, demanding audience scrutiny in sorting and verifying information to avoid being misled by sources lacking clear accountability.

Keywords: *Digital Da'wah, Instagram, Salafi, Critical Discourse Analysis, Netnography.*

المخلص

العنوان : بناء سرديات رسائل الدعوة الإسلامية على إنستغرام في

حساب @akun_salafy

قلم : محمد عرفان حبيبي

رقم هوية : ٢٣٠١٠٦٨٠٠١٧

الطالب

لقد غيّرت وسائل التواصل الاجتماعي مشهد الدعوة الإسلامية، إذ سهّلت نشر الأيديولوجيات الدينية عبر حسابات مجهولة المصدر ذات انتشار واسع. وقد أدّت هذه الظاهرة إلى استقطاب حاد، لا سيما من خلال الحسابات التي تروج لروايات حصرية عن التطهير الديني. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل البنية السردية لرسائل الدعوة التي على إنستغرام، وتحديد كيفية استهلاك مستخدمي @akun_salafy أنشأها حساب. الإنترنت لهذه الرسائل وتفاعلهم معها.

يستخدم هذا البحث منهجًا نوعيًا يعتمد على منهجين تحليليين. أولاً، يُستخدم نموذج تحليل نورمان فيركلو لدراسة أبعاد النص والممارسة الخطابية (CDA) الخطاب النقدي والممارسة الاجتماعية ضمن بنية الرسالة. ثانيًا، يُطبّق منهج الإثنوغرافيا الرقمية لفهم أنماط الاستهلاك والتفاعل والاستقبال بين مستخدمي الإنترنت في قسم التعليقات.

تكشف نتائج هذه الدراسة عن نتيجتين رئيسيتين. أولاً، فيما يتعلق ببنية الرسالة، يُقدّم سردًا دعائيًا ثنائيًا ومواجهًا. يستخدم هذا الخطاب حججًا @akun_salafy حساب لاهوتية جزئية لنزع الشرعية عن الممارسات الدينية لجماعات أخرى، كالمولد النبوي والذكر والموسيقى الدينية، واصفًا إياها بالبدعة أو الانحراف، بينما يُصوّر المنهج السلفي

على أنه الحقيقة المطلقة. ثانيًا، فيما يتعلق باستهلاك رواد الإنترنت للرسالة، وجدت هذه الدراسة قبولًا تامًا لها. ويُعدّ قسم التعليقات مساحةً تُعزّز هوية الجماعة. لا يكتفي رواد الإنترنت بتلقّي الرسالة فحسب، بل يستخدمونها كأداة لتغيير الهوية أو الهجرة، ويُمنون شعورًا بالتفوق الفكري على الجماعات الإسلامية الأخرى. ويُشكّل وجود حسابات الدعوة المجهولة تحديًا خطيرًا، إذ يتطلّب من الجمهور تدقيقًا في فرز المعلومات والتحقّق منها. لتجنّب التضليل من مصادر تفتقر إلى المساءلة الواضحة

الكلمات المفتاحية: الدعوة الرقمية، إنستغرام، السلفية، تحليل الخطاب النقدي، الإثنوغرافيا الرقمية

Pedoman Transliterasi

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	ṡ
5	ج	j
6	ح	ḥ
7	خ	kh
8	د	d
9	ذ	ẓ
10	ر	r
11	ز	z
12	س	s
13	ش	sy
14	ص	ṣ
15	ض	ḍ

No.	Arab	Latin
16	ط	.t
17	ظ	ẓ
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

... = a	كَتَبَ	kataba
... = i	سُئِلَ	su'ila
... = u	يَذْهَبُ	yaẓhabu

3. Vokal Panjang

... = ā	قَالَ	qāla
... = ī	قِيلَ	qīla
... = ū	يَقُولُ	yaqūlu

4. Diftong

أَيُّ = ai كَيْفَ kaifa

أَوْ = au هَوْلًا ḥaula

Catatan:

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

Pra Kata

Segala puji bagi Allah, Rab seluruh alam yang telah memberikan rahmat dan hidayah kepada hamba-Nya. Atas izinnya pula penulis menyelesaikan tesis ini. Selawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad Sallallahu Alaihi Wasallam. Semoga kita mendapatkan syafaat di hari akhir nanti.

Tesis penulis yang berjudul “Konstruksi Narasi Pesan Dakwah Islam di Instagram pada @akun_salafy” telah selesai. Tesis ini berangkat dari kegelisahan penulis melihat keriuhan antar umat beragama sekalipun sesama umat Islam. Perbedaan dalam memahami tak dapat dielakkan. Terdapat berbagai perspektif yang didasarkan oleh berbagai dasar yang dapat diterima. Perbedaan ini ada baiknya memang menjadi kita mengenal apa yang kita yakini, bukan untuk menjatuhkan orang maupun kelompok lainnya.

Terdapat kutipan yang dilontarkan oleh Imam Syafi’i yang penulis dengar dari Seorang Ahli Tafsir Termuka di Indonesia, Quraish Shihab:

“Pendapatku ini benar menurutku tapi bisa saja salah, dan pendapat orang lain itu salah menurutku tapi bisa saja benar.”

Penulis merasa ini adalah tingkatan berpegangteguh terhadap keyakinan tetapi juga menerima adanya perbedaan.

Dengan kerendahan hati, penulis ucapkan terimakasih kepada pihak yang telah membantu selama kuliah hingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini di UIN Walisongo. Ucapan terimakasih penulis haturkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, Ahmad Mudatsir Gede Prabawa dan Vitalis Tri Utami Herniastuti yang telah membimbing dan mendukung yang tak sekedar materi tetapi juga doa dan psikis. Tak luput pula adik tercinta, Muhammad Irsyad Hadyan.
2. Rektor UIN Walisongo Semarang, Prof. Dr. Nizar, M. Ag..
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, Prof. Dr. Mohammad Fauzi, M. Ag.
4. Ketua Jurusan Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Walisongo, Dr. Saerozi, S. Ag., M. Pd.
5. Dosen pembimbing penulis, Dr. Hj. Siti Solikhati, M. A. dan Dr. Sulistio, S. Ag., M. Si..
6. Seluruh dosen dan staf Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
7. Rekan-rekan Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) MISSI yang selalu ada untuk saling berbagi ilmu, berdiskusi, dan berkeluh kesah.

8. Seluruh Keluarga Besar Perpustakaan UIN Walisongo Semarang, terutama Kepala UPT Perpustakaan, Umar Falahul Alam dan Koordinator Sirkulasi Ana Afida.
9. Rekan-rekan Asisten Perpustakaan UIN Walisongo Semarang, Alifia, Ghina, Arina, Dina, Tiara, Altaf, dan lainnya.

Akhir kata, penulis menyadari tugas akhir ini tidaklah sempurna sehingga diharapkan adanya saran dan kritik positif yang dapat menyempurnakan tesis ini. Penulis berharap tesis ini bermanfaat dalam keilmuan komunikasi dan dakwah.

Semarang, 9 Desember 2025



Muhammad Irfan Habibi

Persembahan

Kedua orang tua saya, Ahmad Mudatsir Gede Prabawa dan Vitalis Tri Utami Herniastuti yang telah membimbing saya sejak kecil hingga mengantarkan saya hingga saat ini. Tak luput pula adik saya, Muhammad Irsyad Hadyan yang memberikan sebuah pengingat setiap kita memiliki kelebihan-nya masing-masing.

Juga guru-guru saya yang telah mengajarkan berbagai hal bukan sekadar mata pelajaran di dalam kelas.

Moto

Pendapatku ini benar menurutku tapi bisa saja salah, dan pendapat orang lain itu salah menurutku tapi bisa saja benar

(Imam Syafi'i)

Daftar Isi

Pengesahan Tesis	ii
Nota Dinas	iii
Pernyataan Keaslian Tesis	iv
Abstrak	v
<i>Abstract</i>	vii
المخلص	ix
Pedoman Transliterasi	xi
Pra Kata	xiii
Persembahan	xvi
Moto	xvii
Daftar Isi	xviii
Daftar Tabel	xxii
Daftar Gambar	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8

D. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Teoritis	9
2. Manfaat Praktis	9
E. Kajian Pustaka.....	10
F. Metode Penelitian.....	17
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	17
2. Fokus Penelitian.....	19
3. Sumber Data.....	20
4. Teknik Pengumpulan Data.....	20
5. Teknik Analisis Data.....	22
G. Sistematika Penulisan.....	27
BAB II KAJIAN TEORI	29
A. Media Sosial Instagram.....	29
B. Pesan Dakwah	31
C. Dakwah di Media Sosial Instagram	33
D. Konstruksi Pesan Dakwah di Media Sosial Instagram	38
E. Analisis Wacana Kritis.....	41
F. Netnografi	44

BAB III GAMBARAN UMUM DAKWAH SALAFI DI INSTAGRAM DAN AKUN @AKUN_SALAFY	49
A. Dakwah Salafi di Media Sosial	49
B. Dakwah Akun <i>Instagram</i> @Akun_Salafy	52
C. Deskripsi Objek Penelitian.....	55
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	66
A. Konstruksi Pesan Dakwah Akun <i>Instagram</i> @akun_salafy	66
1. Konten Tema Akidah	66
2. Konten Tema Amaliyah	75
B. Konsumsi Warganet Terhadap Pesan Dakwah Islam Oleh Akun <i>Instagram</i> Pada @Akun_Salafy	101
1. Konten Tema Akidah	101
2. Konten Tema Amaliyah	109
BAB V PENUTUP.....	125
A. Kesimpulan	125
B. Saran.....	126
Daftar Pustaka	128
Lampiran	140

A. Takarir dan Komentar Konten Hukum Merayakan Maulid	140
B. Takarir dan Komentar Konten Kritik Terhadap Musik Religi	147
C. Takarir dan Komentar Konten <i>Tasyabuh</i> dalam Perayaan Ulang Tahun	158
D. Takarir dan Komentar Konten Bahaya Aliran Syiah yang Dikaitkan dengan Tokoh Agama.....	161
E. Takarir dan Komentar Konten <i>Ngalap Berkah</i> dengan Air Doa	177
F. Takarir dan Komentar Konten Hijrah ke Manhaj Salaf	180
G. Takarir dan Komentar Konten Kebiasaan Ziarah Kuburan	221
H. Takarir dan Komentar Konten Perbandingan Salafi dan <i>Ahlul Ahwa</i>	225
I. Takarir dan Komentar Konten Perayaan Maulid	228
J. Takarir dan Komentar Konten Kritik Praktik Zikir atau Maulid	237
Riwayat Hidup	243

Daftar Tabel

Tabel 1 Konten bertema akidah	58
Tabel 2 Konten bertema amaliyah	65

Daftar Gambar

Gambar 1 Model tiga dimensi analisis wacana kritis Norman Fairclough	43
Gambar 2 Enam Prosedur Pergerakan Netnofrafi.....	46
Gambar 3. Profil Akun Instagram @akun_Salafy	53
Gambar 4 Konten tanggal 22 Oktober 2025 Bahaya Aliran Syiah yang dikaitkan dengan tokoh tertentu	67
Gambar 5 Konten tanggal 22 Oktober 2025 Hijrah ke Manhaj Salaf	70
Gambar 6 Konten tanggal 28 Oktober 2025 Perbandingan Salafi dan Ahlul Ahwa	73
Gambar 7 Konten tanggal 7 September Hukum merayakan Maulid	76
Gambar 8 Konten tanggal 9 Oktober 2025 Kritik Terhadap Musik Religi.....	81
Gambar 9 Konten tanggal 11 Oktober 2025 Tasyabuh dalam perayaan ulang tahun	84
Gambar 10 Konten tanggal 22 Oktober 2025 Ngalap Berkah dengan air doa	88
Gambar 11 Konten tanggal 24 Oktober 2025 Kebiasaan Ziarah Kubur	92
Gambar 12 Konten tanggal 31 Oktober 2025 Perayaan Maulid..	95

Gambar 13 Konten tanggal 31 Oktober 2025 Kritik Praktik Zikir dan Maulid 98

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberadaan ruang digital seperti media sosial (medsos) membuka peluang siapa saja dapat menjadi komunikator maupun komunikan. Keberadaan medsos juga memungkinkan menjangkau audiens yang lebih luas dan heterogen. Sebagai media komunikasi, medsos memberikan pilihan berbagai cara penyampaian pesan, seperti video, gambar, foto, ilustrasi, dan sebagainya (Prajarini 2020). Karakteristik medsos yang terbuka, memungkinkan siapa saja menjadi seorang penyampai maupun penerima pesan. Keterbukaan juga memungkinkan sebuah pesan juga diterima oleh warganet yang belum tentu target audiensnya (Nasrullah 2015).

Kondisi medsos memungkinkan seseorang maupun kelompok menyebarkan informasi menyesatkan dengan berbagai tujuan, baik untuk kepentingan pribadi atau kelompok maupun sekadar humor. Selain itu, konten yang telah diunggah memungkinkan diunggah ulang oleh akun lainnya. Pengunggah ulangan konten dapat menyebabkan remediasi

atau pergeseran makna dari konten pertamanya (Krisdamarjati 2020). Pergeseran makna dapat terjadi sebab adanya tambahan maupun pengurangan isi dalam konten aslinya. Hal tersebut memungkinkan sebuah informasi menjadi seakan-akan benar. Ini bisa dilihat dari bagaimana penyajiannya, seperti apa adanya, menduplikat, dan mengutip sumber mana pun. Tentu ini dapat menipu para audiens. Pembuatan ini memang memiliki berbagai tujuan akan tetapi pada titik temunya ialah keuntungan semata (Aisyiyah 2021).

Akun-akun di medsos tidak selalu menunjukkan identitas aslinya. Wallace menggambarkan hal ini sebagai anonimitas di medsos. Anonimitas dinilai sebagai bentuk tidak terjangkaunya seseorang dengan orang lain yang berhubungan maupun tinggal di lingkungan sosial yang sama, terutama dalam hal dampak dari aksi seseorang. Selain itu, anonimitas ialah istilah yang bebas nilai sehingga konsep anonimitas bukanlah suatu hal yang baik maupun buruk. Anonimitas tidak pernah sama sekali “tidak dapat diketahui.” Agar anonimitas diperoleh, selalu ada beberapa informasi atau pengenalan orang tersebut, meskipun hanya berdasarkan karakter atau tanda unik yang tidak dapat terkoordinasi dengan karakter atau lokasi lain (Ariyadi, Arif, & Herli, 2024).

Dalam konteks dakwah digital, anonimitas ini melahirkan fenomena pergeseran otoritas keagamaan, yaitu kondisi otoritas tanpa wajah atau *faceless authority* mulai mengambil alih peran ulama tradisional (Akmaliah 2020). Hal ini menjadi problematik ketika akun dakwah anonim, yang beroperasi tanpa struktur pertanggungjawaban ilmiah yang jelas, mampu mendikte hukum agama dan memengaruhi pengikutnya secara masif. Akibatnya, terjadi distorsi otoritas di mana popularitas akun media sosial dianggap setara dengan kompetensi keulamaan, yang berpotensi menyebarkan pemahaman parsial tanpa kritik (Hidayatullah 2024).

Keberadaan informasi yang tanpa batas, memungkinkan bias informasi dari kebenaran dengan informasi yang menyesatkan. Sayangnya, warganet di medsos memiliki perilaku memahami berdasarkan apa yang ada dan dianggap benar oleh kebanyakan orang (Luthfia 2024). Dalam ranah dakwah digital, medsos menjadi medium terkini dalam penyampaian pesan dakwah. Penyampaian materi dakwah tidak lagi terbatas di majelis keagamaan dengan kehadiran medsos. Namun, persoalan penyampaian pesan atau informasi apa pun, termasuk keagamaan, di medsos menjadi tantangan bagi seorang dai sebagai komunikator dan madu sebagai komunikan. Kondisi siapa pun dapat menyampaikan pesan,

memungkinkan seorang yang belum tentu memiliki kompetensi dalam bidang tertentu.

Penyampai pesan tentu memiliki tujuan, misalnya ialah menyebarkan paham atau ideologi. Dakwah di medsos dengan memungkinkan penyebaran yang luas, membangun sebuah wacana yang ingin dicapai oleh seorang dai atau penyampai pesan. Sebuah narasi bermula dari bagian dari realitas sosial. Sebuah realitas terdapat yang dilupakan akan tetapi merupakan realitas yang lebih penting. Hal ini disebut sebagai realitas yang terpola dan teratur (Poloma 1994). Tujuan dakwah dapat dilihat dari bagaimana sebuah pesan dikonstruksikan. Dalam kajian teks, pengkonstruksian dapat dilihat dari tanda yang ada, seperti kosa kata, bentuk gambar, benda, dan lainnya. Dalam kehidupan sehari-hari, kehidupan akan didominasi oleh motif pragmatis, pengetahuan yang terbatas pada kompetensi pragmatis dalam kegiatan-kegiatan rutin. Pengetahuan ini juga membedakan kenyataan berdasar tingkat keakraban. Seorang akan memberikan informasi yang kompleks dan terperinci tentang hal-hal kehidupan sehari-hari yang sering dihadapi. Seorang juga memberikan informasi yang sifatnya jauh lebih umum dan tidak seksama mengenai sektor-sektor yang lebih jauh (Berger dan Luckmann 2014).

Keberadaan akun semacam ini memungkinkan dakwah di medsos tidak murni lagi sebagai misi dakwah Islam. Memungkinkan adanya tujuan lainnya, seperti penyebaran ideologi, politik, ekonomi, maupun lainnya. Keberadaan akun semacam ini pula memungkinkan menjebak seorang muslim terkait pemahaman ajaran Islam terlebih bagaimana medsos bekerja dalam menyebarkan informasi. Pengguna dihadapkan kepada penyajian konten yang diambil dari algoritma *filter bubble*. Ini tercipta dari bagaimana minat dan kepercayaan yang dilihat dari preferensi aktivitas pengguna medsos (Rachman, Saumantri, dan Hidayatulloh 2025). Kondisi tersebut dapat membawa seseorang ke dalam ruang gema atau *echo chamber* di medsos. Fenomena ini ialah kondisi bagaimana seseorang terperangkap dalam percakapan yang eksklusif, fanatik, dan sulit menerima perbedaan pandangan. Ini terjadi dengan adanya pesan propaganda sebuah paham atau ideologi secara cepat dan luas di dunia maya (Sudibyo 2021).

Kondisi keberadaan medsos seperti *Instagram* sebagai alat berdakwah dengan adanya akun anonim yang menunjukkan sebagai identitas tertentu seperti Salafi, memberi studi kasus bagaimana dakwah di medsos dilakukan secara anonim dan sebuah teks dakwah dikonsumsi oleh warganet. Dakwah akun-

akun medsos yang memiliki pemahaman Salafi terlihat keras dan tekstual. Hal ini didasarkan terhadap keyakinan kelompok Salafi yang meyakini kehidupan telah diatur oleh Islam. Oleh karena itu, Salafi menilai tidak ada hukum yang lebih baik selain yang telah diatur oleh Islam. Salafi juga tidak mengakui sebagai bagian dari kelompok tertentu maupun memiliki struktur hierarki. Salafi berpegang terhadap generasi awal Islam (Ananda, Khamdan, dan Fata 2024).

Selain itu, kelompok Salafi saat ini seperti dakwah Islam pada umumnya, tidak lagi berhenti di majelis kajian atau mimbar keagamaan saja. Dakwah Islam hari ini telah memanfaatkan teknologi, bukan hanya melalui siaran televisi dan radio, melainkan juga platform digital seperti media sosial dan situs daring. Hal ini membuat representasi ideologi melalui media dapat menjangkau lebih luas dan memungkinkan adanya pengikut baru. Ini juga dapat sebagai cara mendapatkan posisi di masyarakat dan mempertahankannya. Akun-akun yang memiliki pandangan Salafi pun telah dapat mencitrakan sebagai ajaran Islam yang sesungguhnya dan murni. Medsos tentu menjadi alat mempromosikan ideologi maupun doktrin. Ini juga dapat dikatakan sebagai tanda bahwa Salafi dengan cepat beradaptasi dengan teknologi (Ni'am 2024).

Pandangan Salafi juga dapat dilihat di medsos. Melihat pemanfaatan dakwah Islam melalui media sosial yang memiliki kekhasan keras terhadap hal yang tidak sesuai dengan pemahaman kelompok Salafi, seperti penelitian yang dilakukan oleh Billah dkk. (2025). Penelitian ini memperlihatkan bila dakwah Salafi di medsos mengkonstruksi pluralisme sebagai ancaman teologis dan ideologis, diasosiasikan dengan liberalisme Barat dan dikategorikan sebagai bentuk kekufuran. Narasi ini merepresentasikan reduksionisme teologis yang mengabaikan kompleksitas masyarakat Indonesia yang pluralistik.

Hal tersebut pula memunculkan pertanyaan bagaimana konstruksi narasi dakwah yang dilakukan oleh akun-akun berpandangan Salafi di Instagram yang akan dilihat menggunakan pendekatan analisis wacana kritis yang dibantu dengan perangkat netnografi. Pembahasan tersebut akan dibahas dalam penelitian yang berjudul “Konstruksi Narasi Dakwah Islam di Instagram Oleh Akun @Akun_Salafy” Pemilihan media sosial *Instagram* didasarkan yang memberikan ruang menyajikan konten dalam bentuk visual maupun video. Selain itu, berdasarkan penelitian sebelumnya, menempati posisi kedua setelah YouTube dalam pemanfaatan

sebagai media pembelajaran Agama (Febriani & Desrani, 2021).

B. Rumusan Masalah

Dengan latar belakang yang telah dituliskan, penelitian ini memiliki rumusan masalah:

1. Bagaimana konstruksi pesan dakwah Islam oleh akun *Instagram* pada @akun_Salafy yang memiliki pandangan Salafi?
2. Bagaimana konsumsi warganet terhadap pesan dakwah Islam oleh akun *Instagram* pada @akun_Salafy yang memiliki pandangan Salafi?

C. Tujuan Penelitian

Dengan rumusan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, penelitian ini memiliki tujuan:

1. Menganalisis konstruksi pesan dakwah Islam oleh akun *Instagram* pada @akun_Salafy yang memiliki pandangan Salafi.

2. Mengidentifikasi konsumsi warganet terhadap pesan dakwah Islam oleh akun *Instagram* pada @akun_Salafy yang memiliki pandangan Salafi.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dengan rumusan masalah dan tujuan yang telah disebutkan sebelumnya diharapkan memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dalam konstruksi narasi pesan dakwah di media sosial terutama yang dibangun oleh akun yang memiliki pandangan Salafi. Selain itu, diharapkan dapat memberikan perhatian dalam cara berdakwah yang dilakukan di media sosial.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi catatan untuk masyarakat luas dalam melihat fenomena dakwah dalam ruang digital. Selain itu, dapat menjadi rujukan praktisi dalam dunia dakwah terutama di medsos,

seperti konten kreator maupun tokoh agama yang hendak memanfaatkannya. Pengambil kebijakan terkait praktik dakwah dan komunikasi digital diharapkan juga dapat menjadikan penelitian ini dalam memutuskan langkah terhadap hal yang berkaitan. Tidak hanya itu, penelitian ini juga nantinya dapat dimanfaatkan sebagai rujukan kajian selanjutnya yang berkaitan.

E. Kajian Pustaka

Dalam penyusunan rencana penelitian ini melihat pula riset yang telah dilakukan sebelumnya. Riset tersebut untuk memperkuat celah kajian ini dapat dilakukan.

Pertama, “Fenomena Akun Anonim di Media Sosial Sebagai Sumber Informasi dan Ekonomi: Analisis Wacana Akun Instagram Lambe Turah” oleh Kurnia (2017). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran akun anonim di media sosial (medsos), yaitu akun gosip di Instagram, Lambe Turah dalam penyampaian informasi dan hiburan. Selain itu, juga terkait alih fungsi menjadi sumber informasi yang menyaingi tayangan infotainment televisi. Penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification* untuk melihat audiens sebagai individu yang aktif dalam menentukan media untuk kebutuhan.

Penelitian ini memposisikan pengguna sebagai pihak yang mencari dan menikmati konten akun anonim secara sadar. Kajian ini menggunakan metode kualitatif konstruktivis dengan analisis wacana yang dilakukan dengan observasi terhadap akun Lambe Turah. Dari kajian yang dilakukan Kurnia ini menunjukkan bila medsos menggantikan peran infotainment televisi, bahkan saat ini media massa lah yang mengutip informasi di medsos. Selain itu, akun anonim di medsos juga dijadikan sumber informasi oleh warganet walaupun tak memiliki identitas dan tanggung jawab yang jelas.

Oleh karena itu, Kurnia melihat akun anonim sebagai sumber informasi baru, penelitian yang peneliti lakukan mengisi celah dengan menganalisis bagaimana akun anonim dalam konteks dakwah. Secara spesifik yang dikaji ialah konstruksi ideologi yang dilakukan akun anonim dan bagaimana audiens merespons konstruksi tersebut.

Kedua, “Pesan-pesan Poligami di Akun Media Sosial KH. Hafidin: Analisis Wacana Kritis Sara Mills” karya Aini (2022). Penelitian ini bertujuan menjelaskan pesan-pesan poligami yang dilakukan oleh KH. Hafidin melalui medsos dan menganalisis bagaimana wacana yang disampaikan merepresentasikan nilai patriarki dan gender. Selain itu, juga

bertujuan untuk menggambarkan respons warganet terhadap pesan poligami yang dilakukan oleh KH. Hafidin. Penelitian ini menggunakan analisis wacana kritis Sara Mills untuk mengkaji persoalan dan dilengkapi dengan teori *stimulus-organism-respons* (S-O-R) untuk menelaah respons audiens. Penelitian ini menunjukkan hasil pesan-pesan poligami yang terdapat di akun KH. Hafidin mempresentasikan budaya patriarki, ketidakadilan gender, dan subordinasi terhadap perempuan. Kajian ini juga menunjukkan respons warganet yang beragam, terdapat yang menerima maupun menolak. Ini dilihat dari aspek afektif, kognitif, dan konatif.

Penelitian Aini memang memiliki kesamaan dengan kajian yang dilakukan, yaitu mengkaji pesan dakwah di medsos dengan pendekatan analisis teks dan respons audiens. Namun, kajian yang peneliti lakukan berfokus terhadap pesan dakwah yang dilakukan oleh akun anonim. Berbeda dengan kajian terhadap akun KH. Hafidin yang menggunakan Sara Mills yang berfokus terhadap kajian gender dan posisi pembaca, penelitian terhadap akun @akun_salafy menggunakan analisis wacana kritis Fairclough yang berfokus terkait praktik ideologi, politik, dan sosial. Selain itu, teknik netnografi juga akan dilakukan untuk melihat pola konsumsi warganet sebagai praktik budaya dan tak terbatas S-O-R.

Ketiga, “Salafisme di Indonesia: Identitas dan Kontestasi Ideologi di Indonesia” penelitian Ananda, Khamdan, dan Fata (2024). Penelitian ini menjelaskan dinamika gerakan Salafi di Indonesia, mulai dari perkembangan gerakan dengan doktrin permunian ajaran Isam menjadi gerakan sosial-politik. Kajian ini bertujuan memahami identitas dan keberagamaan Salafi dibangun dan interaksi serta persaingan dengan organisasi Islam terbesar di Indonesia, Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah. Kajian ini menjawab persoalan dengan metode kualitatif analisis wacana kritis dengan melihat teks-teks yang ditulis oleh para tokoh Salafi. Wacana kritis digunakan untuk melihat bagaimana konstruksi identitas keagamaan dan ideologi Salafi dibentuk melalui bahasa, simbol, praktik sosial, serta menggambarkan medsos sebagai medium penyebaran wacana. Penelitian ini memiliki hasil kajian yang menjelaskan bila Gerakan Salafi mampu memanfaatkan medsos secara efektif dalam dakwah, identitas keagamaan Salafi dibangun melalui simbol, gaya hidup, dan peribadatan, terdapat kontestasi ideologi antara Salafi dengan kelompok Islam lain di ruang maya, dan menjadikan medsos menjadi tempat terpenting untuk membentuk makna dan pengakuan.

Melihat penelitian Ananda, Khamdan, dan Fata, penelitian ini masih berfokus pada gerakan Salafi sebagai organisasi sosial dan ideologi makro, belum menelaah bagaimana akun anonim berlatar Salafi mengonstruksi pesan dakwah secara spesifik di media sosial serta bagaimana audiens menafsirkan dan meresponsnya. Penelitian yang akan dilakukan mengisi celah tersebut dengan mengkaji narasi akun anonim Salafi di Instagram menggunakan Analisis Wacana Kritis Fairclough yang diintegrasikan dengan pendekatan netnografi, untuk menelusuri praktik diskursif dan respons budaya digital audiens secara lebih mikro dan kontekstual.

Keempat, “*Salafis and Social Media: The Emergence of Islamic Populism in Indonesia*” karya Muary, Susanti, dan Atikah (2025). Kajian ini bertujuan menjelaskan gerakan Salafi yang mulanya dikenal puritan dan menolak modernisasi menjadi gerakan yang dalam dakwahnya memanfaatkan medium digital dengan adaptif. Kajian ini menggunakan pendekatan populisme Islam dengan basis ekonomi politik komunikasi yang memandang Salafi bukan sekadar penyebaran nilai keagamaan. Namun, juga sebagai strategi ideologis yang bernegosiasi dengan struktur sosial, budaya, dan politik modern melalui media digital. Penelitian

ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif yang menggunakan wawancara mendalam dan observasi konten medsos sebagai sumber data. Kajian ini memiliki hasil Gerakan Salafi mengalami transformasi ideologis dari puritan eksklusif menjadi populis digital, memanfaatkan medsos secara strategis untuk menarik generasi muda kelas menengah dan mencitrakan inklusif, bernegosiasi dengan sistem politik demokrasi, serta membentuk populisme Islam digital yang menjadikan dakwah sebagai alat legitimasi ideologis sekaligus politik.

Oleh karena itu, jika Muary, Susanti, dan Atikah fokus pada strategi politik-ekonomi dari organisasi media Salafi, penelitian ini mengisi celah dengan menganalisis konstruksi narasi pesan dakwah pada akun anonim. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis respons audiens, dimensi yang tidak disentuh dalam penelitian tersebut.

Kelima, “Pengarutamaan Narasi Ahl al-Sunnah wa al-Jamā'ahal-Nahdiyyah di Era New Media” yang ditulis oleh Mudhofi (2023). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya pengarusutamaan narasi *Aswaja al-Nahdliyah* oleh Nahdatul Ulama (NU) dengan menganalisis pemanfaatan media baru, identifikasi narasi *Aswaja al-Nahdliyah* yang disuarakan oleh NU di media baru, serta menjelaskan

perlu narasi *Aswaja al-Nahdliyah* dipromosikan dan diarusutamakan dalam kontestasi propaganda otoritas keagamaan di ruang maya. Mudhofi menggunakan pendekatan mediatasi agama dan pemikiran Islam dengan paradigma interpretif dengan analisis melalui perspektif mediatasi agama untuk melihat nilai, ideologi, dan tradisi NU ditafsirkan dalam wacana digital. Untuk menganalisis kasus, penelitian ini menggunakan kualitatif interpretatif dengan sumber data dari media daring NU, yaitu NU Online, YouTube NU, dan medsos NU lainnya. Data tersebutlah yang dianalisis dengan analisis wacana kerangka mediatasi agama. Kajian ini menunjukkan hasil jika NU telah berhasil memanfaatkan media baru dengan membangun sistem *multiplatform* yang terintegrasi, gerakan NU pun bergeser dari reaktif menjadi kesadaran bermedia yang proaktif yang menghasilkan konstruksi media digital keagamaan moderat, dan juga narasi moderat NU mendorong terciptanya diskusi atau debat di kalangan warganet.

Oleh karena itu, jika Mudhofi menganalisis strategi pengarusutamaan narasi moderat oleh organisasi formal dalam hal ini NU, penelitian ini mengisi celah dengan menganalisis narasi tandingannya, Salafi. Secara krusial, penelitian ini fokus pada aktor anonim dan menganalisis tidak

hanya konstruksi pesannya dengan analisis wacana kritis tetapi juga respons audiens di medsos dengan netnografi.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan wacana kritis. Pendekatan ini dipilih untuk menganalisis wacana yang dibangun di seputar isu-isu sosial, ideologi yang terpendam dalam bahasa, menemukan cara untuk mengurai ideologi yang mengikat bahasa atau kata-kata, meningkatkan kepekaan terhadap ketidakadilan, diskriminasi, prasangka, dan bentuk-bentuk penyalahgunaan kekuasaan, serta mengatasi hambatan terhadap perubahan sosial (Silaswati 2018).

Dalam penelitian ini menggunakan pemikiran Norman Fairclough yang menekankan untuk menunjukkan bagaimana bahasa dan kekuasaan tidak seimbang digunakan. Dalam menggunakan perangkat ini, diperlukan melihat dimensi yang disebutkan oleh Fairclough, yaitu teks, praktik diskursif, dan praktik sosial. (Fairclough 2013). Metode ini dipilih karena Fairclough mengembangkan model yang menggabungkan analisis

wacana yang didasarkan terhadap linguistik dan pemikiran sosial dan politik, dan diintegrasikan dengan perubahan sosial. Selain itu, pendekatan ini juga merujuk pada penggunaan bahasa sebagai praktik sosial, tidak terbatas pada aktivitas individu atau untuk merefleksikan sesuatu, berbeda dengan Teun A. van Dijk yang lebih menekankan pada struktur kognisi sosial (Eriyanto 2001). Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat membantu dalam mengkaji bagaimana konstruksi narasi pesan dakwah yang dilakukan oleh akun *Instagram* yang memiliki pandangan Salafi.

Untuk memperkuat terkait narasi pesan dakwah dalam hal konsumsi pesan informasi Islam, diperlukan pendekatan lain, yaitu netnografi. Pendekatan ini memberi ruang bagi peneliti untuk menelusuri bagaimana wacana keislaman dikonsumsi, dimaknai, dan dipraktikkan oleh warganet di ruang maya. Penelitian ini dilakukan melalui partisipasi dan observasi di ruang digital untuk memahami budaya, interaksi sosial, dan fenomena yang muncul dalam masyarakat maya (Priyowidodo 2020).

Kedua pendekatan ini akan saling melengkapi untuk mengkaji persoalan. Analisis wacana kritis digunakan untuk menelaah konstruksi pesan dakwah, sedangkan

netnografi digunakan untuk memahami bagaimana pesan tersebut dikonsumsi dan dimaknai oleh audiens di ruang digital.

2. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus terhadap akun di Instagram yang memiliki pandangan Salafi, yaitu @akun_salafy. Pemilihan akun ini didasarkan nama yang menggunakan kata kunci Salafi, isi konten yang menyuarakan pandangan Salafi, serta keaktifan akun dengan melihat seberapa sering mengunggah konten dalam enam bulan terakhir.

Dalam akun tersebut peneliti juga berfokus terhadap konten yang membahas praktik keagamaan umat Islam dalam hal amaliyah, seperti perayaan maulud, ziarah kubur, dan musik maupun akidah. Konten yang dikaji berfokus terhadap unggahan tiga bulan terakhir. Konten akan disortir menjadi 10 konten yang disesuaikan dengan kriteria objek penelitian.

Dari objek penelitian tersebut akan difokuskan untuk melihat konstruksi narasi pesan dakwah di tiap konten pada *feed*. Konten akan dilihat pesan dakwah yang terdapat pada gambar atau video baik itu dalam berupa visual, teks, maupun audio. Selain itu, juga melihat takarir yang menjadi pendukung atau pelengkap dalam sebuah

konten. Kolom komentar juga menjadi objek kajian untuk melihat konsumsi warganet dari setiap kontennya.

3. Sumber Data

Dalam penelitian ini memiliki sumber primer dan sekunder yang menjadi bahan dalam penelitian ini.

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer bersumber dari konten akun Instagram @akun_salafy. Data yang diambil adalah berupa konten, yaitu gambar atau video, takarir, dan komentar di kolom komentar. Konten yang menjadi objek kajian ialah yang diunggah dalam tiga bulan dalam periode selama September dan Oktober 2025.

b. Sumber Data Sekunder

Sebagai data pendukung penelitian, berbagai sumber pendukung seperti buku, artikel jurnal, artikel di media daring menjadi pelengkap atau rujukan dalam penulisan penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data, peneliti melakukan observasi terhadap akun *Instagram* @akun_salafy. Dalam melakukan observasi, peneliti memosisikan diri sebagai pengamat non-partisipan tanpa melakukan intervensi

maupun berkomentar. Ini bertujuan untuk menjaga keaslian data.

Terdapat kriteria yang ditetapkan konten dari akun tersebut untuk menjadi data primer, yaitu menyuarakan pandangan Salafi. Dalam akun tersebut peneliti juga berfokus terhadap konten yang membahas praktik keagamaan umat Islam yang sering menjadi topik pembahasan, seperti perayaan maulud, ziarah kubur, dan musik serta hal berkaitan dengan akidah dan memiliki interaksi disukai dan memiliki komentar dalam periode selama September dan Oktober 2025. Dalam periode tersebut akan disortir kembali menjadi 10 konten dengan cara sampel bertujuan atau *purposive sampel* yang didasarkan adanya tujuan tertentu yang berdasar ciri-ciri dan subjek yang diambil sebagai sampel yang benar-benar merupakan subjek mengandung ciri-ciri dari konten yang ada (Muljono 2012).

Selanjutnya, setelah teridentifikasi, konten yang dipilih akan didokumentasikan. Dokumentasi mengambil tangkapan layar gambar, mengunduh video, teks takarir, serta percakapan di kolom komentar. Tahapan ini juga melakukan klasifikasi berdasarkan topik pesan dakwah

yang terdapat pada tiap konten yang dibagi menjadi akidah dan muamalah.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian yang dilakukan ini melalui dua tahapan dengan dua pendekatan untuk memahami konstruksi narasi pesan dakwah, yaitu tahapan pertama dengan pendekatan Analisis Wacana Kritis Fairclough untuk mengurai konstruksi pesan. Sedangkan pada tahapan kedua dengan pendekatan Netnografi Kozinets untuk memaknai konsumsi warganet terhadap konten dakwah di *Instagram* akun @akun_salafy. Kedua pendekatan ini akan saling melengkapi untuk mengkaji persoalan yang telah disebutkan pada rumusan masalah. Setelah mendapatkan 10 konten yang menjadi objek kajian, dilakukan pengkategorian berdasarkan jenis topik, yaitu amaliah dan akidah. Selanjutnya dilakukan analisis berdasarkan teknik analisis wacana kritis untuk melihat konstruksi pesan pada konten dan netnografi untuk melihat pola konsumsi warganet terhadap pesan dakwah yang ada pada konten tersebut.

Peneliti menyadari adanya latar belakang pribadi yang berbeda paham dengan subjek yang diteliti. Oleh karena itu, peneliti berusaha bersikap objektif dengan

memisahkan pandangan pribadi selama proses analisis. Penilaian dalam tesis ini didasarkan sepenuhnya pada data teks dan teori, bukan pada sentimen golongan.

a. Tahap Analisis Konstruksi Pesan

Tahapan ini berfokus pada analisis data menggunakan pisau Analisis Wacana Kritis (AWK) model Norman Fairclough yang melihat wacana melalui tiga dimensi dialektis. Pertama, dalam tahapan analisis teks, peneliti melakukan transkripsi detail terhadap konten baik teks, audio, maupun visual. Mengacu pada Fairclough, deskripsi linguistik pada tahap ini tidak terlepas dari proses interpretasi. Analisis difokuskan pada identifikasi pilihan kata untuk melihat label teologis yang dominan, pemaknaan kata untuk melihat bagaimana sebuah konteks didefinisikan ulang, serta penggunaan metafora untuk memahami asosiasi realitas yang dibangun berdasarkan keyakinan kelompok. Selain itu, aspek modalitas juga dianalisis untuk melihat tingkat kepastian bahasa yang digunakan, yang menunjukkan bagaimana penyampai pesan membangun otoritasnya sebagai modal dalam

mencapai tujuan dakwah. Elemen visual turut dibedah sebagai teks multimodal yang memperkuat konstruksi makna tersebut.

Kedua, tahapan praktik diskursif. Setelah membedah aspek linguistik, analisis bergerak ke dimensi produksi teks. Fokus utamanya adalah melihat bagaimana akun @akun_salafy mengemas pesan dakwah dengan merujuk berbagai sumber. Analisis dilakukan secara intertekstual, yaitu mengidentifikasi bagaimana teks dakwah tersebut "meminjam" suara dari ulama, kitab, atau fatwa tertentu untuk memberikan legitimasi teologis pada narasi yang dibangun. Peneliti juga melihat bagaimana teks asli mengalami transformasi saat diproduksi ulang ke dalam format media sosial.

Ketiga, tahapan praktik sosial. Tahap ini merupakan interpretasi tingkat akhir untuk menghubungkan temuan teks dan praktik diskursif dengan konteks sosial yang lebih luas. Tujuannya adalah mengungkap strategi wacana yang digunakan serta menjelaskan bagaimana teks-teks tersebut berperan dalam perjuangan hegemonik dan

pertarungan ideologi keagamaan di media sosial (Fairclough 2025).

Temuan dari analisis wacana kritis ini kemudian menjadi dasar untuk memahami bagaimana warganet memaknai dan merespons pesan-pesan tersebut melalui pendekatan Netnografi.

b. Tahap Analisis Konsumsi Warganet

Tahap analisis konsumsi warganet terhadap konten *Instagram* @akun_salafy akan melalui empat tahapan untuk mengetahui bagaimana narasi pesan dakwah di medsos tersebut diketahui.

Pertama, *research focus operation*. Dalam tahapan ini melalui satu prosedur pergerakan netnografi, yaitu inisiasi. Peneliti akan memfokuskan terhadap kolom komentar dari 10 konten yang menjadi sampel dalam kajian ini. Kedua, setelah objek teridentifikasi, selanjutnya ialah tahapan pelaksanaan pengumpulan data. Terdapat tiga gerakan dalam tahapan ini. Peneliti mulanya akan melakukan gerakan investigasi yang akan memetakan komentar-komentar yang ada dan pola interaksi yang terjadi. Selanjutnya, tahapan perendaman yang bertujuan untuk memahami budaya dan pola bahasa

para warganet. Ini dilakukan dengan melihat pilihan kata yang digunakan lalu dipelajari dan diuraikan, secara identitas, nilai, cerita, dan herarki baru yang dapat diidentifikasi dan dialami. Dalam tahapan ini juga melakukan gerakan interaksi yang berfokus melakukan pengumpulan data komentar dengan mendokumentasikan secara ditulis ulang maupun melakukan penangkapan layar guna mengidentifikasi untuk mendapatkan pemahaman budaya maupun sosial.

Ketiga, ialah pelaksanaan analisis data dan interpretasi dengan gerakan integrasi. Dalam tahapan ini peneliti melakukan klasifikasi komentar menjadi pro, kontra, negosiasi, atau netral terhadap isi pesan konten akun @akun_salafy yang telah dipilih. Dalam tahapan terakhir, ialah presentasi hasil penelitian dengan gerakan netnografi inkarnasi. Tahap ini menyajikan hasil dari tahapan yang telah dilakukan sebelumnya.

Untuk menjaga etika penelitian dan privasi subjek, identitas warganet disamarkan menggunakan teknik pengkodean (coding). Informan yang memberikan respons positif atau mendukung

argumen pada konten diberi kode “P” (Pro), informan yang menolak diberi kode “K” (Kontra), dan informan yang melakukan negosiasi diberi kode “N.” Penomoran diberikan berdasarkan urutan kemunculan komentar pada setiap konten (Bungin 2023b).

Setelah melalui tahapan analisis konstruksi pesan dan konsumsi warganet, akan disajikan hasil dari penelitian dalam menjawab rumusan masalah.

G. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan hasil penelitian ini diwujudkan dalam bentuk tesis. Dalam Panduan Penulisan Karya Tulis Ilmiah (PPKTI) Pascasarjana UIN Walisongo Semarang (Syukur dkk. 2024), menyebutkan tesis dibagi dalam lima bab, yaitu:

1. Bab I. Bagian ini menguraikan terkait hal yang mendasari perlunya dilakukan penelitian dan menjelaskan kegiatan penelitian yang sudah dilakukan. Hal tersebut dituliskan pada sub bab Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kajian Pustaka, dan Metode Penelitian.
2. Bab II. Bagian ini berisi landasan teori yang merupakan penjabaran dari kerangka teori secara detail, komperhensif, dan mendalam. Dalam kajian ini dijelaskan

melalui sub bab Media Sosial Instagram, Pesan Dakwah, Dakwah di Media Sosial Instagram, Konstruksi Pesan Dakwah di Media Sosial Instagram, Analisis Wacana Kritis, dan Netnografi.

3. Bab III. Bab ini berisi gambaran umum terhadap objek yang diteliti. Bagian ini menjelaskan bagaimana dakwah salafi di media sosial, profil akun Instagram @akun_salafy, serta deskripsi objek penelitian.
4. Bab IV. Bab ini menjelaskan hasil penelitian berupa data serta analisisnya.
5. Bab V. Bab ini menjadi penutup yang berisi kesimpulan yang merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian pada rumusan masalah. Selain itu, juga terdapat implikasi penelitian dan saran. Implikasi menjelaskan konsekuensi hasil penelitian yang sudah dilakukan yang terdiri dari implikasi teoritis dan implikasi praktis. Sementara, saran merupakan argumen peneliti yang dapat dalam bentuk teoritis maupun praktik.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Media Sosial Instagram

Konten secara umum di media sosial (medsos) memiliki karakteristik edukatif, menarik, kreatif, relevan dengan kondisi terkini, dan terdapat interaksi (Caniagos dan Juhridin 2024). Karakteristik tersebut dikemas dalam berbagai bentuk yang disesuaikan dengan fitur medsos. Dalam Penggunaan medsos *Instagram* memiliki fitur yang dapat digunakan dalam penyebaran pesan, diantaranya fitur Reels yang diperuntukkan konten dengan format video. Fitur ini lebih mudah menjangkau lebih luas dalam durasi singkat, sekitar tiga menit. Selain itu, konten juga diunggah dalam fitur Post. Fitur ini cenderung diperuntukkan untuk konten berbentuk visual, seperti infografis atau foto. Kedua fitur ini memiliki kolom takarir yang dapat digunakan oleh kreator untuk melengkapi atau mempertegas konten dalam bentuk Feed maupun Reels. Selain itu, kolom komentar juga terdapat dikeduanya sebagai ruang audiens konten merespons dan saling berinteraksi baik dengan kreator maupun sesama audiens (Tim Editor Kumparan.com 2024). Selain itu, terdapat

fitur Kolaborator yang memungkinkan dua hingga enam akun untuk berkolaborasi dalam satu postingan atau Reels sehingga konten tersebut dapat muncul di feed akun-akun kolaborator sekaligus. Fitur ini memungkinkan untuk menjangkau lebih banyak orang tanpa harus bekerja dua kali lebih keras, fitur kolaborasi ini bisa menjadi solusi yang efektif dalam menjangkau audiens (Azhari 2024).

Dalam ruang maya media sosial, dapat tercipta ruang gema atau *echo chamber*. Fenomena ini ialah kondisi bagaimana seseorang terperangkap dalam percakapan yang eksklusif, fanatik, dan sulit menerima perbedaan pandangan. Ini terjadi dengan adanya pesan propaganda sebuah paham atau ideologi secara cepat dan luas di dunia maya (Sudibyo 2021). Kondisi ini dapat membuat sebuah pandangan yang bertentangan dengan yang tengah dinarasikan tenggelam. Dengan demikian tentu dapat mempengaruhi setiap individu pengguna. Cara penyampaian informasi di media sosial disesuaikan dengan preferensi aktivitas penggunanya. Hal tersebutlah yang dapat mempengaruhi konten-konten yang muncul dalam beranda pengguna dan didefinisikan sebagai algoritma *filter bubble*. Realita di ruang maya inilah yang menempatkan individu berada pada bias konfirmasi. Seseorang akan menerima penjelasan atau data yang relevan

dengan kepentingan maupun pemahamannya dan menolak hal yang bertentangan (Syahrudin dkk. 2023).

B. Pesan Dakwah

Dakwah memiliki beberapa unsur, yaitu dai yang merupakan seseorang penyapai pesan dakwah, pesan dakwah merupakan materi yang disampaikan seorang dai yang merujuk kepada Al-Quran dan Hadis yang disampaikan kepada madu, media atau alat berdakwah, madu yaitu penerima materi dakwah, dan tujuan atau efek dakwah yang merupakan perwujudan dari seluruh unsur-unsur dakwah (Wahid 2019).

Pesan dakwah merupakan salah satu unsur terpenting dalam dakwah. Pesan menjadi hal yang dikomunikasikan dari komunikator atau dai kepada audiens atau madu. Pesan dakwah, seperti pesan komunikasi, merupakan seperangkat simbol verbal maupun non-verbal yang menunjukkan perasaan, nilai, dan gagasan dari maksud sebuah pesan. Dalam pesan, mengandung tujuan seorang penyampai pesan yang diharapkan bagi audiensnya. Oleh karena itu, sebuah pesan dirancang dan disampaikan sedemikian rupa agar menarik target audiens, menggunakan tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara dai dan madu, membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut, serta memberikan saran cara

mendapatkan kebutuhan yang layak bagi kondisi madu secara tempat madu berada (Ilaihi 2010).

Dalam berdakwah, seorang dai dapat menyampaikan berbagai materi keislaman, seperti akidah, ibadah, muamalah, dan akhlak. Materi dakwah ini tentunya bersumber dasar dari Al-Quran dan hadis. Pesan dakwah pun dibagi dalam tiga pokok, *pertama* akidah, yaitu hal yang berkaitan dengan sistem keimanan yang menjadi dasar fundamental dalam aktivitas seseorang yang berkaitan dengan mental maupun tingkah laku. *Kedua*, syariat, yaitu hal yang berkaitan dengan hukum yang menyangkut berbagai aktivitas umat dalam kehidupan sehari-hari. *Ketiga*, akhlak, yaitu berkaitan bagaimana hubungan seorang hamba dengan tuhan nya maupun sesama manusia serta makhluk lainnya (Wahid 2019).

Pesan dakwah yang disampaikan pun haruslah yang mutlak kebenarannya. Sebuah pesan pun disesuaikan dengan latar belakang masalah maupun inti pembahasan, seperti data, fakta, maupun fenomena yang ada di masyarakat (Suhandang 2013). Dengan demikian pesan dakwah juga perlu disampaikan dengan menyesuaikan target dakwahnya. Ini dapat dilakukan dai dengan mengetahui kebutuhan madu, mengetahui latar belakang madu, menyesuaikan dengan kebiasaan atau tradisi masyarakat setempat, mengikuti isu

terkini, menyerukan untuk berbuat baik, mencintai tanah air, serta menjaga agama, diri, keturunan, lingkungan, dan harta benda. Selain hal tersebut, pesan dakwah sebaiknya disesuaikan dengan bahasa audiens, yaitu bahasa yang mudah dipahami, dapat diterima, dan tidak mendiskreditkan audiens (Adeni 2022).

C. Dakwah di Media Sosial Instagram

Konten keislaman di media sosial menjadi salah satu cara dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Sifat keterbukaan media sosial yang memungkinkan siapa saja membuat konten memungkinkan setiap muslim melakukannya. Ajaran Islam tidak melarang siapapun untuk berdakwah. Ini berdasarkan hadis yang terdapat dalam Sahih Bukhari (Al Asqalani 2016):

بلغوا عني ولو آية

“Sampaikanlah dariku sekalipun satu ayat dan ceritakanlah (apa yang kalian dengar).” (HR. Bukhari).

Hadis ini memiliki makna Al-Quran yang diwahyukannya melalui Nabi Muhammad Saw. maupun hadis yang diketahui walau sedikit memiliki hukum wajib jika hanya kita lah yang mampu menyampaikannya. Jika menurut hadis tersebut, menuntut ilmu adalah sebuah kewajiban bagi seorang

muslim. Selain itu, menuntut ilmu menjadi cara terbaik untuk mencerdaskan umat dan membangun peradaban dunia serta menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari (Repi dkk. 2024).

Konten Islam atau konten dakwah Islam menjadi salah satu cara penyebaran ajaran maupun nilai-nilai keislaman dengan menjadikan media sosial sebagai alat penyampaian. Media sosial menjadi cara baru dalam penyampaian nilai keislaman. Selain itu, konten dakwah memiliki ragam bentuk di media sosial, seperti video potongan ceramah, video kreatif, kutipan, foto, ilustrasi, dan lain sebagainya. Tentu ini memberikan ragam bentuk. Secara penyajian, konten di *Instagram* maupun media sosial memiliki karakteristik yang serupa, seperti edukatif, menarik, kreatif, relevan dengan kondisi terkini, dan terdapat interaksi (Caniagos dan Juhridin 2024).

Penggunaan medsos *Instagram* memiliki fitur yang dapat digunakan dalam penyebaran pesan dakwah, diantaranya fitur Reels yang diperuntukkan konten dengan format video. Fitur ini lebih mudah menjangkau lebih luas dalam durasi singkat, sekitar tiga menit. Selain itu, konten juga diunggah dalam fitur Post. Fitur ini cenderung diperuntukkan untuk konten berbentuk visual, seperti infografis atau foto. Kedua fitur ini memiliki kolom takarir yang dapat digunakan oleh

kreator untuk melengkapi atau mempertegas konten dalam bentuk Feed maupun Reels. Selain itu, kolom komentar juga terdapat dikeduanya sebagai ruang audiens konten merespons dan saling berinteraksi baik dengan kreator maupun sesama audiens (Tim Editor Kumparan.com 2024). Selain itu, terdapat fitur Kolabolator yang memungkinkan dua hingga enam akun untuk berkolaborasi dalam satu postingan atau Reels sehingga konten tersebut dapat muncul di feed akun-akun kolabolator sekaligus. Fitur ini memungkinkan untuk menjangkau lebih banyak orang tanpa harus bekerja dua kali lebih keras, fitur kolaborasi ini bisa menjadi solusi yang efektif dalam menjangkau audiens (Azhari 2024).

Keberadaan media sosial makin memperkuat siapa saja menyebarkan pesan-pesan keislaman walaupun belum tentu memiliki kompetensi yang mumpuni. Seorang pun bisa melakukan dakwahnya dengan menunjukkan identitasnya maupun secara anonim. Persoalan pada konten yang diunggah atau dibuat oleh akun anonim ialah soal tujuan dan ideologi yang mendorong mencitrakan akunnya dalam konten. Akun ini tidak diketahui pasti siapa pemiliknya. Selain itu, akun anonim juga dapat menyerupai identitas asli (Fakhruroji 2017). Wallace berpendapat anonimitas sebagai bentuk teraksesnya seseorang oleh orang lain yang berhubungan atau tinggal di

lingkungan sosial yang sama, terutama dalam hal akibat dari tindakan seseorang. Anonimitas juga disebut sebagai istilah yang bebas nilai sehingga konsepnya tidak buruk dan tidak juga baik. Selain itu, keberadaan semacam ini juga “tidak dapat diketahui” secara pasti siapa di baliknya. Meskipun demikian, anonimitas memiliki pengenalan atau informasi yang menunjukkan karakter maupun tanda yang tidak dapat terkoordinasi dengan karakter atau lokasi lain (Ariyadi dkk. 2024).

Akun-akun semacam itu dapat memungkinkan menyisipkan informasi yang kontra produktif dan mengarah kepada informasi yang salah. Tentu ini bisa merugikan bagi seorang penerima maupun stigma terhadap agama itu sendiri (Fakhruroji 2017). Walaupun tidak semua konten maupun akun anonim menyebarkan informasi yang salah atau kontra, tetap dapat mempengaruhi para penerima informasinya. Menurut Tom Buchman, mengemukakan bila informasi di media sosial yang disebarkan terus menerus dapat mempengaruhi secara psikologis. Menurutnya, penyebaran informasi dapat diyakini bila menyentuh hati audiens. Selain itu, sikap membaca atau melihat secara sekilas sebuah informasi tanpa memastikan kebenarannya juga dapat mendukung penyebaran informasi yang diragukan

kebenarannya. Semakin sering interaksi maupun disodorkan konten-konten yang menarasikan Islam dengan memaknai secara tekstual dapat menyebabkan seseorang membenarkan informasi tersebut. Seseorang juga dapat tertarik pada konten seperti ini terutama telah memiliki interaksi yang tinggi, seperti suka, komentar, dan membagikan (Krisdamarjati 2020).

Dalam ruang maya media sosial, dapat tercipta ruang gema atau *echo chamber*. Fenomena ini ialah kondisi bagaimana seseorang terperangkap dalam percakapan yang eksklusif, fanatik, dan sulit menerima perbedaan pandangan. Ini terjadi dengan adanya pesan propaganda sebuah paham atau ideologi secara cepat dan luas di dunia maya (Sudibyو 2021). Kondisi ini dapat membuat sebuah pandangan yang bertentangan dengan yang tengah dinarasikan tenggelam. Dengan demikian tentu dapat mempengaruhi setiap individu pengguna. Cara penyampaian informasi di media sosial disesuaikan dengan preferensi aktivitas penggunaannya. Hal tersebutlah yang dapat mempengaruhi konten-konten yang muncul dalam beranda pengguna dan didefinisikan sebagai algoritma *filter bubble*. Realita di ruang maya inilah yang menempatkan individu berada pada bias konfirmasi. Seseorang akan menerima penjelasan atau data yang relevan

dengan kepentingan maupun pemahamannya dan menolak hal yang bertentangan (Syahrudin dkk. 2023).

D. Konstruksi Pesan Dakwah di Media Sosial Instagram

Realitas sosial yang ditampilkan dalam dakwah digital merupakan hasil konstruksi yang teratur dan berpola. Poloma (1994) menjelaskan bahwa realitas sosial terbentuk melalui proses sosial yang berulang dan membentuk pola tertentu. Sementara itu, Berger dan Luckmann (2014) menegaskan bahwa realitas sosial dibangun melalui interaksi yang melibatkan proses objektivasi, internalisasi, dan eksternalisasi makna. Dalam proses ini, tanda dan simbol memiliki peran penting sebagai alat penyampai pesan. Tanda bisa berupa bahasa, gambar, atau simbol visual lain yang mengandung makna tertentu, dan pemahaman terhadap tanda-tanda tersebut bergantung pada cadangan pengetahuan, pengalaman, serta konteks sosial penerimanya. Dalam dakwah di media sosial, simbol dan bahasa digunakan untuk menyampaikan pesan keislaman yang bisa dimaknai berbeda oleh tiap pengguna sesuai dengan latar sosial dan kognisinya.

Realitas sosial membentuk pesan dakwah yang relevan di masyarakat. cara penyampaian juga turut dipengaruhi oleh kondisi masyarakat (Poloma 1994). Proses tersebut juga

terbentuk dengan adanya objektivikasi, penghayatan, dan rangsangan makna yang ada di masyarakat (Berger dan Luckmann 2014).

Pesan dakwah juga sarat dengan kekuasaan simbolik. Mengacu pada pemikiran Pierre Bourdieu sebagaimana dijelaskan oleh Haryatmoko (2017), bahasa bukan hanya alat komunikasi, melainkan instrumen kekuasaan. Dalam konteks dakwah digital, para pendakwah baru di media sosial sering kali menggunakan istilah-istilah teologis, kutipan kitab, atau atribut visual tertentu sebagai modal simbolik. Tujuannya adalah untuk mendapatkan legitimasi otoritas di hadapan warganet, meskipun mereka tidak memiliki latar belakang institusi keagamaan tradisional. Hal ini menciptakan hegemoni makna di mana tafsir mereka dianggap sebagai kebenaran tunggal, sementara tafsir lain didelegitimasi (Haryadi 2020). Dengan demikian, media tidak dipahami dalam konteks yang bebas nilai, namun realitas yang dikonstruksikan media sebenarnya syarat dengan berbagai kepentingan seperti politik.

Selain aspek kuasa simbolik, konstruksi pesan dakwah di Instagram juga dipengaruhi oleh logika media sosial yang menuntut viralitas. Tuntutan algoritma ini sering kali menyebabkan terjadinya komersialisasi dakwah atau penyederhanaan pesan hingga kehilangan kedalaman

spiritualnya (Faridah dkk. 2025). Simbol-simbol keagamaan dalam bentuk verbal, seperti dalil dan istilah agama serta dan non-verbal, seperti busana/atribut visual dikonstruksi sedemikian rupa bukan semata untuk tujuan spiritual yang substansial, melainkan demi kepentingan pembuat pesan. Akibatnya, terjadi distorsi makna di mana ajaran agama bergeser dari nilai luhurnya menjadi sekadar komoditas atau identitas permukaan. Dalam konteks media sosial, penggunaan simbol-simbol keagamaan yang ditampilkan secara estetik oleh akun dakwah dapat dipahami sebagai upaya serupa untuk membangun citra kesalehan yang mengaburkan substansi keragaman umat (Solikhati, Putra, dan Nugroho 2015).

Dalam mencapai hal tersebut, sebuah akun dapat melakukan berbagai hal, yaitu dengan membuat konten yang relevan dengan target audiens seperti kebutuhan atau persoalan sehari-hari yang ada di masyarakat, visualisasi yang menarik juga menjadi daya tarik audiens untuk berinteraksi dengan konten, serta interaktif menjadi cara yang dapat meningkatkan keterlibatan audiens pada konten dengan cara salah satunya ialah berinteraksi di kolom komentar. Berkolaborasi dengan akun lainnya pun dapat membantu menaikkan interaksi terhadap sebuah konten, kolaborasi secara tidak langsung mengenalkan diri kepada audiens yang telah dimiliki akun

lainnya. Selain itu, konsisten dan kontinuitas juga diperlukan agar dapat dipercaya dan menjaga loyalitas terhadap audiens (Muhammad 2024).

Konstruksi pesan dakwah di media sosial juga berkaitan erat dengan psikologi komunikatornya. Kuatnya identitas kelompok dan pemahaman keagamaan yang fundamentalis memiliki korelasi positif dengan tingginya prasangka terhadap kelompok lain. Narasi yang dibangun untuk mendelegitimasi praktik keagamaan kelompok lain dapat dipahami sebagai manifestasi dari penguatan identitas kelompok yang berupaya menjaga kemurnian ajarannya dengan cara menciptakan jarak sosial terhadap kelompok yang dianggap berbeda (Sulistio dkk. 2020)

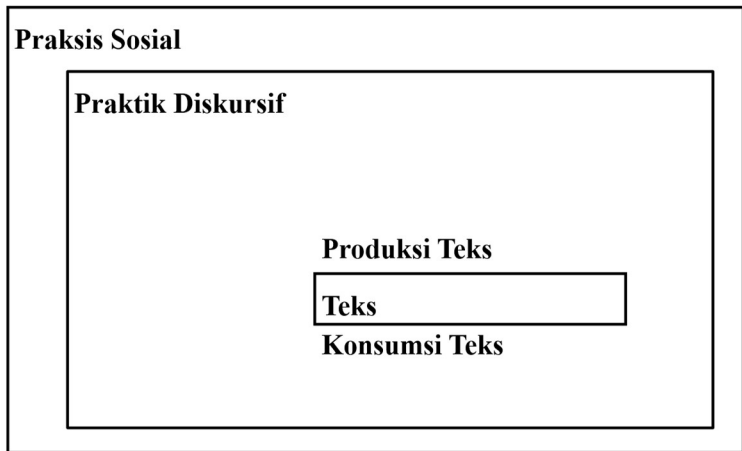
E. Analisis Wacana Kritis

Analisis Wacana Kritis (AWK) digunakan untuk mengkaji bagaimana bahasa berperan dalam membentuk realitas sosial, ideologi, dan relasi kekuasaan. Dalam konteks dakwah digital, bahasa yang digunakan dalam konten keislaman bukan hanya alat penyampai pesan, tetapi juga sarana membangun wacana dan memengaruhi cara khalayak memahami ajaran agama. Karena itu, pendekatan AWK

relevan untuk melihat bagaimana pesan dakwah dikonstruksi oleh akun-akun penyampai pesan keagamaan di media sosial.

Fairclough (2013) menekankan bahwa bahasa adalah praktik sosial yang selalu terkait dengan kekuasaan dan ideologi. Ia mengembangkan model AWK dengan tiga dimensi utama: teks, praktik diskursif, dan praktik sosial. Dimensi *teks* mencakup analisis terhadap Dimensi teks mencakup analisis mendalam terhadap fitur-fitur linguistik yang membawa muatan ideologis. Mengacu pada Fairclough, elemen kunci dalam dimensi ini meliputi pemilihan kata (*wording*), metafora, dan modalitas. *Wording* atau pemilihan kata bukan sekadar variasi gaya bahasa, melainkan cara penutur memberikan label pada realitas untuk membedakan kelompoknya dengan kelompok lain. Metafora berfungsi untuk menstrukturkan cara berpikir khalayak dengan mengasosiasikan satu hal dengan hal lain guna membangun pemahaman tertentu. Sedangkan modalitas berkaitan dengan tingkat kepastian dan otoritas penutur dalam menyampaikan kebenaran, yang sekaligus menunjukkan relasi kuasa antara penyampai pesan dan audiens. Dimensi praktik diskursif menelaah bagaimana teks diproduksi dan dikonsumsi. Dalam konteks dakwah Instagram, dimensi ini melihat proses intertekstualitas, yaitu bagaimana akun dakwah memproduksi

konten dengan mengutip otoritas lain untuk memperkuat argumennya. Selain itu, dimensi ini juga melihat bagaimana teks asli mengalami transformasi atau remediasi saat dikemas ulang menjadi konten singkat. Sedangkan dimensi praktik sosial melihat konteks makro. Tahapan ini digunakan untuk membongkar bagaimana narasi yang berkaitan dengan ideologi gerakan Salafi serta pertarungan otoritas (Fairclough 2025).



Gambar 1 Model tiga dimensi analisis wacana kritis Norman Fairclough

Pendekatan ini berbeda dengan model Teun A. van Dijk yang menekankan struktur kognisi sosial. Fairclough justru

menempatkan bahasa sebagai praktik sosial yang tidak bisa dipisahkan dari struktur dan perubahan masyarakat (Eriyanto 2001). Oleh karena itu, AWK digunakan dalam penelitian ini untuk mengungkap bagaimana akun anonim berlatar Salafi di Instagram mengonstruksi narasi dakwah dan bagaimana narasi tersebut mencerminkan relasi ideologis tertentu di ruang digital.

Namun demikian, AWK memiliki keterbatasan dalam menjelaskan bagaimana khalayak menafsirkan atau merespons wacana yang dikonstruksi dalam ruang digital. Pendekatan ini kuat dalam mengungkap relasi makna dan ideologi pada tataran teks, tetapi belum cukup untuk memahami pola konsumsi dan interpretasi khalayak terhadap wacana dakwah. Karena itu, penelitian ini melengkapinya dengan pendekatan Netnografi, yang memungkinkan peneliti mengamati secara langsung interaksi dan respons pengguna di ruang daring.

F. Netnografi

Analisis Wacana Kritis (AWK) Fairclough memberikan perangkat teoritis yang kuat untuk mengungkap relasi ideologi dan kekuasaan di balik teks dakwah. Namun, pendekatan

tersebut lebih menekankan pada produksi dan representasi teks, bukan pada konsumsi dan pengalaman penerima pesan. Dalam konteks media sosial, wacana tidak hanya diproduksi, tetapi juga dikonsumsi, dimaknai, dan dinegosiasikan ulang oleh pengguna. Oleh sebab itu, AWK saja tidak cukup untuk menjelaskan bagaimana audiens membentuk makna dan memberikan respons terhadap pesan dakwah yang beredar secara daring.

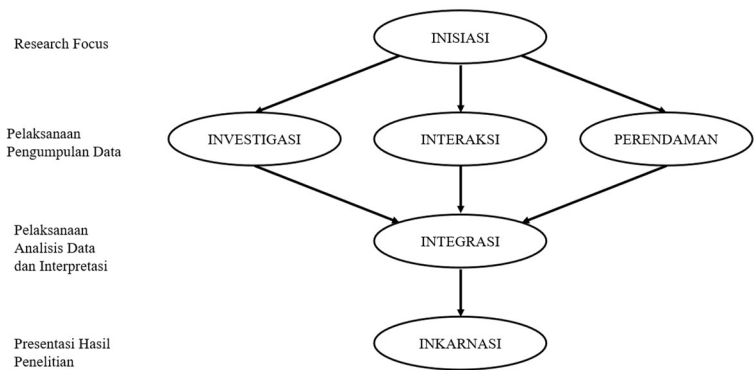
Sebagai pisau analisis data netnografi, penelitian ini menggunakan Teori Resepsi model Encoding-Decoding. Hall (1973) menekankan bahwa audiens adalah produsen makna yang aktif. Dalam proses komunikasi massa, pengirim pesan (*encoder*) memproduksi wacana dengan tendensi makna tertentu yang disebut sebagai pembacaan yang diinginkan. Namun, pesan tersebut tidak selalu diterima secara linier oleh penerima (*decoder*). Audiens melakukan proses pemaknaan (*decoding*) berdasarkan latar belakang sosial, budaya, dan ideologi yang dimilikinya.

Oleh karena itu, pendekatan netnografi dipilih sebagai pelengkap bagi Analisis Wacana Kritis. Pendekatan ini memberi ruang bagi peneliti untuk menelusuri bagaimana

wacana keislaman dikonsumsi, dimaknai, dan dipraktikkan oleh pengguna dalam konteks budaya digital.

Pendekatan netnografi merupakan adaptasi dari etnografi klasik yang diterapkan pada konteks kehidupan daring. Penelitian ini dilakukan melalui partisipasi dan observasi di ruang digital untuk memahami budaya, interaksi sosial, dan fenomena yang muncul dalam masyarakat maya (Priyowidodo 2020). Dengan demikian, netnografi tetap berpijak pada prinsip etnografi konvensional yang memahami makna sosial dari tindakan manusia tetapi beroperasi di lingkungan virtual.

Pendekatan ini pertama kali dikembangkan oleh Robert Kozinets pada 1995 ketika meneliti komunitas penggemar *Star Trek* di dunia maya. Seiring perkembangannya, netnografi



Gambar 2 Enam Prosedur Pergerakan Netnografi

digunakan secara luas dalam berbagai bidang seperti pemasaran, pendidikan, kesehatan, psikologi, sosiologi, perkotaan, hingga antropologi (Bungin 2023). Kozinets menjelaskan bahwa meskipun dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi, dasar netnografi tetap berfokus pada media sosial dan teknokultur, yakni ruang tempat interaksi manusia dan teknologi saling membentuk makna.

Netnografi menempatkan peneliti sebagai instrumen kultural, yang bertugas memahami bagaimana bahasa, kekuasaan, identitas, dan hasrat terbentuk dalam dunia digital (Accardo dkk. 2020). Dalam konteks ini, netnografi tidak sekadar mengamati perilaku daring, tetapi menafsirkan makna budaya yang muncul dari praktik komunikasi digital. Pendekatan ini memungkinkan peneliti melihat bagaimana pola konsumsi makna dan respons warganet terbentuk terhadap pesan dakwah yang disebarakan melalui akun anonim di media sosial.

Netnografi Kozinets melalui enam gerakan prosedural, yaitu inisiasi, investigasi, pencelupan, interaksi, integrasi, dan inkarnasi. Gerakan prosedural tersebut terdapat pada empat tahapan netnografi, yaitu *research focus*, pengumpulan data,

analisis dan interpretasi data, dan terakhir adalah *research presentation* (Bungin 2023b).

BAB III

GAMBARAN UMUM DAKWAH SALAFI DI *INSTAGRAM* DAN AKUN @AKUN_SALAFY

A. Dakwah Salafi di Media Sosial

Salafi sebagai sebuah ideologi memiliki dasar kepercayaan terhadap praktik tiga generasi awal Islam, doktrin pemurnian ajaran Islam dari unsur di luar ketauhidan, penafsiran Al-Quran dan Hadis secara tekstual, dan pembaruan atau inovasi keagamaan dipahami sebagai bidah yang dihukumkan sesat. Paradigma ideologi Salafisme tersebut bertransformasi menjadi Salafisme sebagai gerakan politik serta sebagai jalan jihad. Konsep Salafisme menyebar dengan dukungan alumni pelajar dari Timur Tengah dalam penyebarannya. Sebagai sebuah gerakan, Salafi tidak menyatakan diri sebagai bagian dari kelompok atau struktur tertentu (Munir 2021).

Namun, jika melihat bagaimana awal mula Salaf di masa modern yang dikembangkan Jamaluddin al-Afghani dan Muhammad Abduh bermaksud untuk memodernkan pemahaman keislaman dengan mendorong perubahan sosial dan politik dalam batas-batas syariah. Gerakan ini

bertujuan untuk memajukan kembali pemikiran umat Islam setelah terpengaruh oleh faktor eksternal. Perubahan yang lebih “radikal” terjadi saat gerakan Salaf dipengaruhi oleh Muhammad Abduh (Rabbani 2017).

Dakwah Salafi kini telah menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Dakwah tak lagi terbatas secara konvensional, melainkan juga melalui media sosial (medsos) seperti *Instagram*. *Instagram* sebagai medsos telah menjadi alat yang efektif untuk menyampaikan pesan dengan jangkauan yang luas, terutama generasi muda (Ni’am 2024). *Instagram* dikenal sebagai medsos yang memiliki cara penyampaian utama melalui visual yang dapat menarik bagi penerimanya. Konten-konten berpandangan Salafi pun menyesuaikan hal tersebut dengan berbagai bentuk, baik itu berupa grafis maupun video.

Walaupun demikian, pesan dakwah Salafi di medsos tetap mempertahankan narasi yang bertujuan untuk mengembalikan kemurnian Islam. Hal tersebut dilakukan dengan melakukan menyebarkan paham Salafi dan melakukan narasi perlawanan terhadap kelompok yang berseberangan (Pramana 2023). Salafi juga menggunakan klaim kebenaran tunggal otoritatif yang divalidasi melalui

kutipan dalil atau sabda nabi secara parsial dengan menganalisis dan menetapkan hukum (Basri 2023).

Penyampaian pesan dakwah Salafi juga terdapat yang menggunakan bahasa persuasif. Konten pun dibuat dengan grafis yang menarik maupun video singkat berdurasi satu hingga tiga menit sehingga ramah bagi audiens. Namun, terdapat pula dengan pandangan Salaf memilih berdakwah dengan topik yang ringan dan tidak memicu perdebatan sehingga dapat diterima oleh audiens yang belum tentu memiliki pandangan ideologi yang sama, termasuk yang ingin mempelajari Salafi (Kulsum dan Drajat 2021).

Ekosistem dakwah ini semakin diperkuat oleh jejaring akun anonim dan budaya unggah ulang. Sebuah konten dakwah seringkali diproduksi oleh satu sumber lalu diunggah oleh akun lainnya. Selain itu, fitur kolaborasi di Instagram, menciptakan penyebaran pesan yang masif dan menunjukkan adanya jejaring di dunia maya (Azhari, 2024). Kekuatan dakwah juga dapat tercipta melalui kata kunci pilihan kata maupun tagar yang dipilih dalam sebuah konten. Tagar difungsikan untuk memudahkan pengguna menemukan konten yang berkaitan maupun serupa dengan yang pertama kali dilihat (Royanulloh, Taufiq, dan Komari 2022). Hal inilah yang

memungkinkan narasi Salafi mendominasi algoritma dan lini masa pengguna, terlepas dari siapa pengelola di balik akun tersebut.

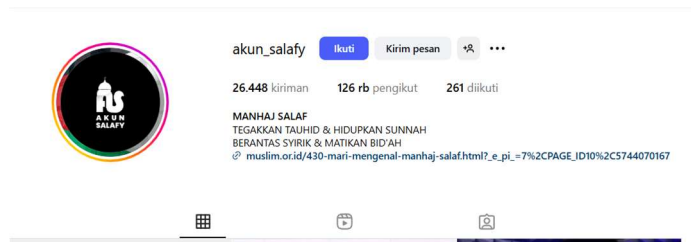
Kondisi dakwah yang dilakukan oleh akun-akun anonim rentan terhadap terjadinya remediasi pesan dakwah. Remediasi ialah proses pengubahan makna konten asli melalui penambahan narasi baru, audio, atau penyuntingan visual oleh pengunggah ulang. Strategi ini kerap digunakan akun dakwah Salafi untuk membingkai ulang praktik keagamaan kelompok lain menjadi negatif atau menyimpang. Acap kali, akun-akun dakwah salafi melakukan ini dalam pemanfaatan dakwah di medsos seperti *Instagram* dalam penyampaian pesannya (Habibi 2025).

B. Dakwah Akun *Instagram* @Akun_Salafy

Akun *Instagram* @akun_salafy merupakan salah satu representasi aktif dari pemanfaatan media sosial untuk penyebaran ideologi Salafi. Berdasarkan observasi, akun ini secara konsisten mengunggah konten yang menyuarakan narasi pemurnian atau purifikasi Islam dan kerap menilai praktik keagamaan yang dinilai tidak memiliki landasan dan tidak ada pada generasi terdahulu sebagai bidah. Karakteristik konten yang tegas ini

seringkali memicu respons beragam, baik pro maupun kontra, di kalangan warganet. Dinamika konstruksi pesan dan respons audiens inilah yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

Berdasarkan data fitur "Tentang Akun Ini," @akun_salafy telah aktif di Instagram sejak Februari 2016. Akun ini terbilang sangat produktif, dengan frekuensi unggahan rata-rata tiga hingga lima konten per hari. Hingga saat ini, akun tersebut tercatat telah mengunggah lebih dari 26 ribu konten dan diikuti oleh 125 ribu pengikut. Dalam penyajian kontennya, @akun_salafy memadukan konten orisinal, konten kolaborasi, serta unggahan ulang (*repost*) dari sumber lain yang sejalan, dengan momentum isu yang sedang berkembang di masyarakat.



Gambar 3. Profil Akun Instagram @akun_Salafy

Secara identitas, akun ini beroperasi dengan prinsip anonimitas, tanpa menampilkan nama personal admin atau afiliasi organisasi formal secara eksplisit. Identitas ideologisnya ditegaskan melalui Bio profil yang tertulis (akun_salafy 2025):

“Manhaj Salaf. Tegakkan tauhid & hidupkan sunnah, berantas syirik & matikan bid'ah.”

Akun ini menyajikan konten dakwah dalam format visual, baik berupa foto maupun video. Strategi publikasi konten dilakukan melalui dua cara, yaitu unggahan mandiri dan unggahan kolaboratif bersama akun dakwah sejenis, seperti @kahfreminder dan @daionlineofficial. Secara tematik, narasi yang dibangun mayoritas menyoroti praktik keagamaan di masyarakat dengan merujuk pada pandangan tokoh-tokoh Salafi, antara lain Ustadz Fadlan Fahamsya, Ustadz Yazid bin Abdul Qadir Jawas, dan Ustadz Firanda Andirja. Pola kolaborasi dan kesamaan rujukan ini mengindikasikan adanya jejaring ideologis yang kuat serta keterhubungan pesan dakwah antar-akun dalam ekosistem digital Salafi.

C. Deskripsi Objek Penelitian

Setelah melakukan pengumpulan data dan pemilihan sampel yang sesuai dengan kriteria, dalam kajian ini mengambil 10 sampel konten @akun_salafy untuk dikaji. Dari konten tersebut akan dikelompokkan menjadi dua berdasarkan topik, yaitu akidah dan amaliyah. Konten yang memiliki pesan dakwah terkait terdapat tiga unggahan topik akidah dan tujuh amaliyah. Jumlah sampel yang ini sengaja dipertahankan peneliti untuk menggambarkan kondisi asli frekuensi unggahan akun @akun_salafy. Akun tersebut memang terbukti lebih sering membahas persoalan Amaliyah dibanding Akidah, sehingga data ini memotret kecenderungan asli akun tersebut.

Konten akidah ialah yang memiliki pesan terhadap hal yang berkaitan dengan sistem keimanan yang menjadi dasar fundamental dalam aktivitas seseorang yang berkaitan dengan mental maupun tingkah laku

No.	Tanggal	Topik	Bentuk Konten	Deskripsi	Jumlah Suka	Jumlah Komentar
1.	Rabu, 22 Oktober 2025	Bahaya aliran syiah yang dikaitkan dengan tokoh tertentu	Video	Mengeluarkan kelompok Syiah dari definisi Islam (<i>Takfir</i>). Ini didasarkan dengan mengutip ulama Imam Malik, Syafi'i, dan Ahmad untuk memberikan legitimasi hukum bahwa Syiah adalah musuh.	3.990	158

2.	Rabu, 22 Oktober 2025	Hijrah ke Manhaj Salaf	Video	Seruan untuk meninggalkan otoritas keagamaan tradisional yang dibingkai telah terkontaminasi oleh motif ekonomi dan fanatisme buta. Sebagai solusinya, audiens diajak berhijrah menuju Manhaj Salaf.	100	118
3.	Selasa, 28 Oktober 2025	Perbandingan Salafi dan ahlul ahwa	Gambar	Menunjukkan perbandingan dalam 14 hal yang disetujui dalam Manhaj Salaf	348	22

			dan menarasikan Ahlul Ahwa'. Dalam konten tersebut terdapat hal yang keduanya disetujui dan Ahlul Ahwa' tidak setuju.	
--	--	--	---	--

Tabel 1 Konten bertema akidah

Sementara, konten yang memiliki topik pembahasan amaliyah terdapat tujuh unggahan. Konten ini merupakan konten yang mengandung pesan hal yang berkaitan dengan hukum yang menyangkut berbagai aktivitas umat dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, juga berkaitan dengan akhlak, yaitu berkaitan bagaimana hubungan seorang hamba dengan tuhanannya maupun sesama manusia serta makhluk lainnya.

No.	Tanggal	Topik	Bentuk Konten	Deskripsi	Jumlah Suka	Jumlah Komentar
1.	Minggu, 07 September 2025	Hukum perayaan Maulid	Gambar	Membenturkan praktik perayaan ulang tahun/Maulid dengan dalil Puasa Senin, membangun narasi bahwa perayaan tersebut adalah ritual yang tidak memiliki dasar syariat dan bertentangan dengan cara Nabi memuliakan kelahirannya.	152	8

2.	Kamis, 09 Oktober 2025	Kritik musik religi	Video	Mendelegitimasi metode dakwah kultural (musik religi) dengan menjadikan sosok Hadad Alwi sebagai representasi praktik pencampuran hak dan batil. Pesan dakwahnya menegaskan bahwa ekspresi cinta kepada Nabi tidak boleh dilakukan dengan cara yang dianggap haram.	12.438	953
3.	Sabtu, 11 Oktober 2025	Tasyabuh dalam perayaan ulang tahun	Gambar	Melakukan pelabelan teologis terhadap tradisi sosial melalui konsep <i>Tasyabbuh</i>	465	11

				(meniru kaum kafir). Pesan dakwahnya bertujuan membangun batas identitas yang tegas antara umat Islam dengan budaya non-Muslim.		
4.	Rabu, 22 Oktober 2025	Ngalap berkah (tabaruk) dengan air doa	Gambar	Membangkitkan praktik <i>Tabaruk</i> (ngalap berkah) kalangan tradisional sebagai tindakan <i>Ghuluw</i> (berlebihan) dan irasional. Penggunaan tangkapan layar tokoh agama berfungsi sebagai	353	38

				objek cemoohan untuk mendelegitimasi otoritas ulama.		
5.	Jumat, 24 Oktober 2025	Kebiasaan ziarah kubur	Gambar	Mensejajarkan praktik umat Islam (Sufi/Aswaja) dengan ritual Yahudi dan Syiah untuk membangun narasi bahwa ziarah kubur adalah tradisi lintas agama yang menyimpang, bukan ajaran Islam murni.	468	10
6.	Jumat, 31 Oktober 2025	Perayaan Maulid	Video	Menyerang argumen mayoritas	244	13

			<p>(<i>argumentum ad populum</i>) sebagai ukuran kebenaran dalam beragama. Visual keramaian di Yaman dibenturkan dengan narasi untuk menjadi kelompok sedikit yang selamat (<i>Ghuraba</i>) di tengah praktik yang dianggap bid'ah.</p>	
--	--	--	---	--

7.	Jumat, 31 Oktober 2025	Kritik terhadap praktik zikir atau maulid	Video	Menegaskan prinsip <i>Ittiba'</i> (mengikuti Nabi secara tekstual) dan menolak segala bentuk inovasi ibadah (musik/rebana) di majelis. Pesan dakwahnya mendiskreditkan majelis taklim tradisional yang dianggap mencampurkan agama dengan hiburan.	1.152	81
----	------------------------	---	-------	--	-------	----

Tabel 2 Konten bertema amaliyah

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Konstruksi Pesan Dakwah Akun *Instagram* *@akun_salafy*

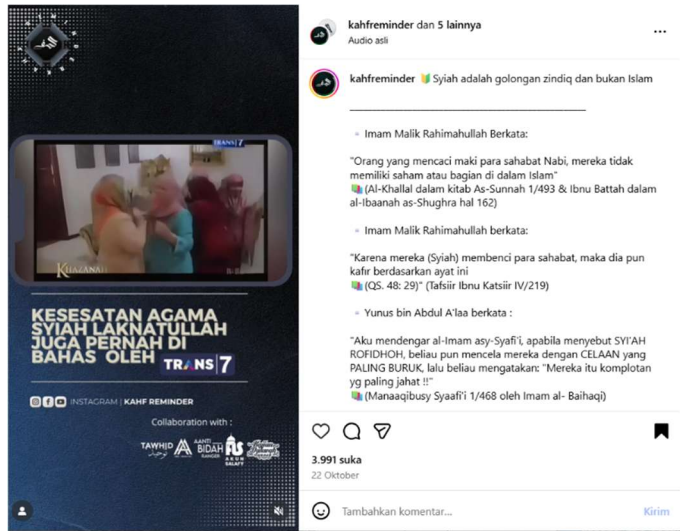
1. Konten Tema Akidah

Konten bertema akidah membahas topik yang berkaitan dengan keyakinan. Konten tema ini berupa konten yang membahas bahaya aliran syiah, klaim banyaknya umat Islam yang hijrah ke Manhaj Salaf, dan perbandingan antara Manhaj Salaf dengan *Ahlul Ahwa*.

a. Bahaya Aliran Syiah yang Dikaitkan dengan Tokoh Tertentu

Konten 22 Oktober 2025 yang menyoroti pula aliran Syiah sebagai aliran yang menyesatkan, diunggah oleh *@kahfreminder* dan *@akun_salafy* sebagai kolaborator menampilkan tuduhan terhadap seseorang sebagai penganut Syiah. Konten. Hal tersebut tercantum pada video dengan tulisan “Kesesatan Agama Syiah Laknatullah Juga Pernah Dibahas Oleh Trans7,” penilaian terhadap Husein

Ja'far Al-Hadar sebagai penganut Syiah, dan takarir yang mendukung argumen dalam video.



Gambar 4 Konten tanggal 22 Oktober 2025 Bahaya Aliran Syiah yang dikaitkan dengan tokoh tertentu

Konten ini mengambil cuplikan tayangan program Khaznah milik Stasiun TV Trans 7. Konten ini diunggah saat menyoroiti isu yang tengah menjadi perbincangan terkait pondok pesantren. Trans 7 seakan menyuarakan kebenaran yang sesuai dengan pemahaman Salafi, termasuk dalam memandang aliran Syiah. Konten yang diberi judul “Kesesatan Agama Syiah Laknatullah juga Pernah Dibahas oleh Trans 7” tentu menjadi tujuan untuk

mendehumanisasi dan memvonis menyimpang dari Islam. Kutipan teks dari medsos yang diunggah oleh beberapa tokoh agama, seperti Ja'far Al-Hadar, Haidar Bagir, dan Siad Agil Siradj dinilai menjadi pendukung paham Syiah. Konten teks mereka dinilai sebagai “yang kepanasan dan protes.”

Konten ini secara diskursif mengunggah ulang sebuah konten dalam bentuk cuplikan dari Trans 7 yang membahas Syiah. Ini digunakan sebagai legitimasi bila Salafi ialah hal yang benar dan Trans 7 sejalan dengan paham Salafi. Kutipan Imam Syafi'i "*Janganlah kamu sholat di belakang seorang Roofidhiy*" digunakan untuk memukul otoritas Habaib atau tokoh moderat yang dituduh Syiah.

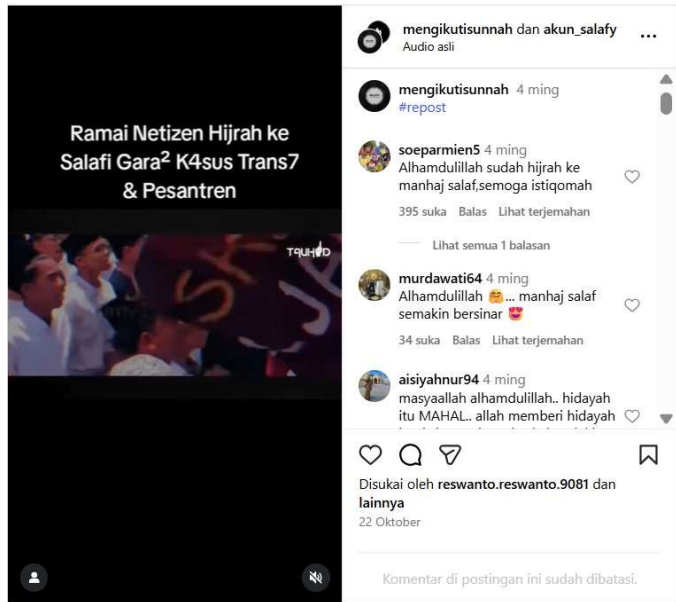
Dalam praktik sosialnya, konten ini mengingatkan kembali tentang program Trans 7 yang membahas Syiah dan mengingatkan audiensnya bila Syiah ialah kelompok yang menyimpang. Selain itu, dengan menyerang Husein Ja'far dan Haidar Bagir, serta mengutip fatwa anti-Syiah, konten ini secara tidak langsung menyerang institusi Habaib di Indonesia. Konten ini juga memiliki narasi implisitnya, yaitu "Tidak semua Habib itu benar. Habib yang membela

Syiah adalah pengkhianat, bahkan jika mereka keturunan Nabi." Ini meruntuhkan otoritas tradisional Habaib yang biasanya sakral di mata Muslim Indonesia. Sisi lain, Narasi "*Mengancam keutuhan NKRI*" dalam video Khazanah dipakai untuk membingkai anti-Syiah sebagai bentuk nasionalisme. Jadi, menjadi anti-Syiah bukan hanya kewajiban agama, tapi juga kewajiban warga negara yang baik.

b. Hijrah ke Manhaj Salaf

Konten ini @akun_salafy sebagai kolaborator dari konten yang diunggah oleh @mengikutisunnah yang diunggah pada 22 Oktober 2025. Dalam konten ini mengklaim banyaknya orang yang tersadar bahwa yang dianut menyimpang dan mulai mengenal Salafi. Ini bermula dari ramainya gelombang masa yang protes dari siaran Trans 7 yang dinilai menghina kiai dan pondok pesantren. Dalam video tersebut menyebutkan bila kelompok yang berlawanan dengan Salafi terjebak dalam pengkultusan kiai, ajang seremonial, bisnis, serta menilai merespons kritik dengan kemarahan. Penutup video tersebut pun terdapat klaim bila Salafi sebagai jalan yang jujur,

konsisten, tidak memuja manusia, dan berdasar pada dalil bukan emosi.



Gambar 5 Konten tanggal 22 Oktober 2025 Hijrah ke Manhaj Salaf

Konten ini membangun video dengan dramatis. Secara konsisten klaim dengan teks “Ramai Netizen Hijrah ke Salafi Gara2 K4sus Trans 7 & Pesantren” ditampilkan. Ini diperkuat dengan pengakuan sebagai kelompok yang mulanya diserang tetapi kini banyak yang meyakininya. Ini dapat dinilai sebagai wujud kemenangannya. Ini juga ditampilkan dengan *"Malah*

membuka pintu hidayah," "Menemukan kedamaian baru," "Islam tanpa amplop." Diksi-diksi ini membingkai Salafi sebagai pahlawan yang disalahpahami. Pada video juga menyebutkan beberapa kata kunci seperti *"Panggung pengkultusan kiai", "Ajang seremonial", "Proyek bisnis", "Islam pakai amplop"* yang menyerang integritas. Salafi tidak menyerang *ilmu* pesantren, tapi menyerang *moralitas* dan *motif ekonomi* kiai-kiai tradisional. Mereka membingkai pesantren tradisional sebagai institusi yang korup dan transaksional, kontras dengan Salafi yang "murni" dan "jujur."

Secara diskursif, konten ini memanfaatkan momentum ramainya boikot Trans 7 dengan adanya tayangan yang membahas budaya di pesantren. Ini dimanfaatkan untuk mengklaim bila Salafi lah yang benar dalam beragama. Narasi video seolah-olah menyuarakan suara hati netizen. Kalimat *"Banyak yang akhirnya berkata..."* adalah teknik retorika untuk menciptakan kesan bahwa ada konsensus publik baru yang memihak Salafi, meskipun tanpa data survei yang jelas.

Secara sosial, konten ini mempertentangkan bagaimana Islam yang murni dalam pandangan Salafi dengan Islam tradisional yang menyesuaikan dengan budaya. Klaim Narasi "*Semakin dicaci, semakin besar yang mencari*" adalah doktrin klasik gerakan fundamentalis. Ini memperkuat solidaritas internal setiap serangan dari luar kelompok yang tidak dianggap sebagai kritik, melainkan sebagai ujian kebenaran yang justru memvalidasi posisi mereka. Selain itu, konten ini memantik untuk berhenti mencintai secara buta kepada ulama dan memfokuskan kepada kepercayaan terhadap dalil. Ini juga tampak bertujuan meruntuhkan struktur otoritas tradisional, yaitu Kiai serta Santri dan menggantinya dengan otoritas teks yang dipahami secara literal.

c. Perbandingan Salafi dan *Ahlul Ahwa*

Unggahan 28 Oktober 2025 @akun_salafy ini menunjukkan perbandingan dalam 14 hal yang disetujui dalam Manhaj Salaf dan menarasikan Ahlul Ahwa'. Dalam konten tersebut terdapat hal yang keduanya disetujui dan Ahlul Ahwa' tidak setuju. Hal yang sama-sama disetujui seperti haramnya memakan babi, meminum khamr, dan lainnya. Sementara, hal

yang tidak disetujui oleh Ahlul Ahwa' seperti demonstrasi, rokok, tahlilan, dan lainnya. Konten ini juga memberikan alasan yang seakan dari Ahlul Ahwa'. Di bagian bawah tabel terdapat kutipan "Sebagian orang berpikir, jika ada hal yang tidak sesuai dengan kebiasaan dan 'hawa nafsu'-nya, maka boleh ditolak." Selain itu, pada takarir tertulis hadis yang diriwayatkan oleh Bukhari.

SEBUAH PERBEDAAN		
PERTANYAAN	MANHAJ SALAF	AHLUL AHWA' (PENGIKUT HAWA NAFSU)
1. Makan babi haram?	✔ Setuju	✔ Setuju, disebut di Al-Qur'an
2. Minum khamr haram?	✔ Setuju	✔ Setuju, sumber kejahatan
3. Demonstrasi haram?	✔ Setuju	✘ Pemerintah dzalim, lawan
4. Nark'ba haram?	✔ Setuju	✔ Setuju, masukin penjara
5. Rokok haram?	✔ Setuju	✘ Banyak kiai, gus merokok
6. Zina haram?	✔ Setuju	✔ Setuju, sampah masyarakat
7. Alat musik haram?	✔ Setuju	✘ Halal, kalau liriknya baik
8. Korupsi haram?	✔ Setuju	✔ Setuju, penjarain yang lama
9. Pacaran haram?	✔ Setuju	✔ Setuju, sumber zina
10. Tahlilan bid'ah?	✔ Setuju	✘ Bukan, itu sudah jadi tradisi
11. Allah di atas 'Arsy?	✔ Setuju	✘ Allah tidak dimana-mana
12. Perayaan ulang tahun tasyabbuh?	✔ Setuju	✘ Bukan, perayaan ultah sebagai tanda syukur
13. Tawassul ke penghuni kubur syirik?	✔ Setuju	✘ Kata habib fulan tawassul ke penghuni kubur boleh
14. KPR, kredit leasing non syariah haram?	✔ Setuju	✘ Kapan punya nya kalau enggak kaya gitu

 @muslimharustahu_

Sebagian orang berpikir, jika ada hal yang tidak sesuai dengan kebiasaan dan "hawa nafsunya", maka boleh ditolak

akun_salafy • Ikuti

akun_salafy Follow @muslimbelajar_
Jangan jadi Ahlul Ahwa'

Rasulullah ﷺ bersabda, artinya: "Jika Allah menginginkan kebaikan kepada seorang hamba, maka akan Allah pahamkan ia dalam ilmu agama." (HR. Bukhari no. 71 dan Muslim no. 1037)
3 ming

nourfirmanyah 14. Fitnah ✘
3 ming Balas

ajicahyanto17 Pacaran masih buanyak dinormaliskan
3 ming Balas

akbarghifari Kalau memang haram semoga ada Salafi yang megang posisi penting, kalau ada sesuatu biar bisa bicara 4 mata dengan ulil amri
3 ming 4 suka Balas
— Lihat balasan (4)

dimas_luthfi_abdillah Musik adalah karya seni yang tumbuh dari jiwa. meniadai ruano babi hawak nana untuk berkarva.
348 suka
28 Oktober
Tambahkan komentar...

Gambar 6 Konten tanggal 28 Oktober 2025 Perbandingan Salafiyah dan Ahlul Ahwa

Konten ini menampilkan perbandingan antara pemahaman Salafiyah dengan kelompok yang dinilai sebagai Ahlul Ahwa' atau pengikut hawa nafsu. Terdapat 14 poin yang menjadi pertanyaan yang

jawabannya dibandingkan antara Mahaj Salaf dengan *Ahlul Ahwa*, yaitu memakan babi, meminum khamr, demonstrasi, narkoba, rokok, zina, alat musik, korupsi, pacaran, tahlilan, keberadaan Allah, perayaan, tawasul, dan KPR. Keempatbelas poin tersebut disetujui haram dalam tabel tersebut oleh Salaf. Namun, dalam *Ahlul Ahwa* terdapat hal yang tidak disetujui. Dalam penyajian, pendapat Salafi hanya disertai tanda centang dan kata “setuju” pada semua poin. Berbeda dengan *ahlul ahwa* pada semua poin yang diberi centang maupun silang memiliki penjelasan singkat. Pernyataan pada gambar “Sebagian orang berpikir, jika ada hal yang tidak sesuai dengan kebiasaan dan ‘hawa nafsunya,’ maka boleh ditolak” ini merupakan kalimat yang seakan di luar salaf ialah salah.

Penggunaan takarir menuliskan “jangan jadi ahlul ahwa” mempertegas ajakan. Pernyataan tersebut didukung dengan hadis yang diriwayatkan Bukhari Muslim.

Diskursif ini muncul sebagai klaim terhadap Salaf ilah yang benar sebab berdasar kepada Al-Quran dan Hadis. Pemaknaan lain yang dipahami salah tentu

memiliki dasar dan kajian mengapa hal tersebut dilakukan.

Secara sosial, pada beberapa poin memang umat tidak lagi memperdebatkan. Namun, dalam poin yang ditandai tidak setuju oleh Ahlul Ahwa perlu meninjau mengapa itu dilakukan. Dalam beberapa hal seperti ziarah, maulid, dan tahlil memang tidak pernah diajarkan oleh generasi awal Islam. Tahlil misalnya merupakan adopsi dari masa Hindu-Buddha di Indonesia yang bertujuan mendoakan bagi ahli kubur. Tentu ini ialah tujuan yang baik dan tidak ada pertentangan dengan ajaran Islam.

2. Konten Tema Amaliyah

Konten amaliyah yang menjadi objek kajian terdapat tujuh konten dengan topik hukum merayakan maulid, kritik terhadap musik religi, *tasyabuh* dalam perayaan ulang tahun, *ngalap berkah* dengan air doa, kebiasaan ziarah kubur, perayaan maulid, dan kritik praktik zikir dan maulid.

a. Hukum Merayakan Maulid

Konten yang diunggah pada 7 September 2025 oleh akun @adjiepam.dj dengan @akun_salafy

sebagai kolaborator, mengangkat topik hukum Perayaan Maulid Nabi Muhammad Saw. Secara visual, gambar menampilkan elemen yang identik dengan estetika ulang tahun, seperti kado, balon, dan ornamen pesta. Namun, narasi teks justru dibuka dengan pertanyaan retorik, “Masih merayakan kelahiran nabi?” Argumen selanjutnya menyoroti dalil puasa hari Senin yang dianggap sebagai bukti larangan merayakan hari kelahiran. Narasi penolakan ini dipertegas kembali pada bagian takarir yang melabeli perayaan ulang tahun sebagai bidah.



Gambar 7 Konten tanggal 7 September Hukum merayakan Maulid

Secara teks, konten ini memberi penjelasan hari lahir Nabi Muhammad Saw. tidak pantas dirayakan

seperti hari raya. Dalam teks pada gambar menuliskan dasar yang menjadikan argumen bila perayaan hari lahir nabi disandarkan pada hadis tentang Puasa di Hari Senin. Kalimat “Puasa hari Senin” pun ditekankan dengan membuat lebih tebal dan diberi garis bawah. Hadis yang dimaksud ialah yang diriwayatkan oleh Muslim (An-Nawawi 2014):

وَسُئِلَ عَنْ صَوْمِ يَوْمِ الْاِثْنَيْنِ قَالَ: ذَاكَ يَوْمٌ وُلِدْتُ فِيهِ وَيَوْمٌ بُعِثْتُ اَوْ اُنزِلَ عَلَيَّ فِيهِ.

Artinya: Nabi ditanya soal puasa pada hari Senin, beliau menjawab: Pada hari itu aku dilahirkan dan wahyu diturunkan kepadaku. (HR Muslim).

Dalam konten tersebut disebutkan pula jika Nabi Muhammad Saw. “melarang menjadikan hari kelahirannya sebagai ‘ied (hari raya).” Kalimat ini pun disoroti dengan menebalkan dan memberi garis bawah. Dalam gambar ditarik kesimpulan pula hari kelahiran nabi bukanlah hari raya karena Rasullullah berpuasa pada hari kelahirannya.

Secara visual, gambar yang menampilkan ornamen ulang tahun, kado, kembang api, balon, dan hiasan bendera memperjelas secara visual bila sedang menyoroti persoalan ulang tahun. Selain itu,

penebalan dan menggaris bawahi beberapa kalimat menjadi cara menyoroti hal penting dalam teks tersebut (Pengembang KBBI Daring 2016)

Sementara pada takarir, memperkuat argumen pada gambar dengan menjelaskan bila Maulid Nabi Muhammad Saw. tidak terdapat perintah dari Rasullullah. Perayaan maulid nabi pun dinilai sebagai hal yang bidah sebab tidak pernah dilakukan oleh nabi maupun generasi awal Islam. Argumen tersebut pun didukung dengan hadis tentang tertolaknya amalan karena tidak diajarkan oleh nabi.

Secara praktik diskursif, konten tersebut menilai Maulid Nabi adalah suatu hal yang bidah dengan dasar hal tersebut tidak dilakukan oleh Nabi Muhammad Saw. dan para generasi pendahulu. Pandangan ini juga membentuk klaim jika metode dan pandangan di luarnya ialah hal yang menyimpang (Rabbani 2017). Selain itu, dalam konten ini juga menilai bila peringatan tersebut dinilai sebagai hari raya. Hal ini menimbulkan pertanyaan warganet di kolom komentar.

Dalam praktik sosial, Maulid Nabi memang bukan seperti halnya Idulfitri maupun Iduladha. Memperingati hari lahir Nabi Muhammad Saw. di masyarakat ialah salah satu cara untuk mengingat ajaran maupun perintah Allah yang dibawa oleh nabi. Peringatan seperti ini dinilai juga sebagai wujud syukur atas limpahan rezeki yang diterima. Dalam berbagai hadis, perayaan atau peringatan dengan berbagai cara, seperti puasa, makan bersama, maupun memainkan musik, Nabi Muhammad Saw. tidak menyebutnya sebagai perbuatan *kufur* atau *bidah dhalalah* (Shihabuddin 2013).

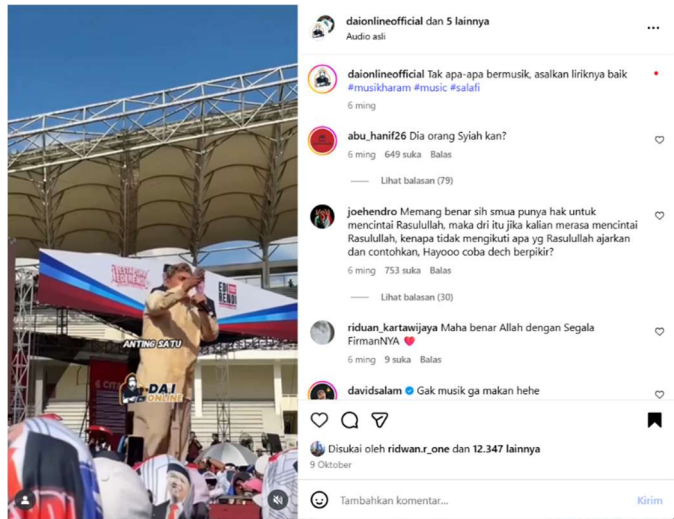
Jum'ah (2013) menjelaskan bila Maulid Nabi tidak dapat dikategorikan sebagai bidah yang tercela. Imam Suyuthi berkata, “Peringatan maulid Nabi Saw. di dalamnya tidak terdapat pertentangan dengan Al-Quran, sunah, atsar, dan ijma'ulama. Oleh karena itu, peringatan itu tidak termasuk bidah yang tercela.” Pendapat yang lain dari Ibnu Hajar, Ibnu al-Jauzi, as-Suyuthi, dan lainnya menilai memperingati hari kelahiran Nabi Muhammad Saw. ialah sunah dengan kesepakatan para ulama dan

umat. Selain itu, mereka juga menyarankan peringatan tersebut diisi dengan hal kebaikan, seperti membaca Al-Quran, zikir, berbagi makanan kepada fakir, miskin, dan lainnya dengan tidak melakukan perbuatan tercela. Dengan demikian, menilai bila Maulid Nabi ialah hal yang bidah merupakan benar tetapi termasuk bidah hasanah sebab sejalan dengan ajaran Islam. Pengkorelasian antara Maulid Nabi dan hari raya menjadi tidak relevan.

b. Kritik Terhadap Musik Religi

Konten 9 Oktober 2025 ini dalam bentuk video ini diunggah oleh akun @daionlineofficial dengan @akun_salafy sebagai kolaborator. Dalam video menampilkan Hadad Alwi, penyanyi lagu religi di beberapa acara. Audio dalam video ini menyoroti

cara mencintai Rasulullah dan lagu atau musik sebagai hal yang haram.



Gambar 8 Konten tanggal 9 Oktober 2025 Kritik Terhadap Musik Religi

Konten ini membahas bagaimana musik digunakan dalam dakwah melalui lagu religi. Seorang penyanyi religi, Hadad Alwi, menjadi pembahasan dalam konten ini. Hadad Alwi ditampilkan dalam video yang berpakaian khasnya saat tampil, berbusana gamis. Lalu menampilkan pula penonton yang berjoget dengan pakaian yang tidak menutup aurat. Konten ini juga mematahkan bila penyanyi lagu religi tetapi audiensnya

dinarasikan sebagai ahli maksiat, melalui kalimat “Lihat, meskipun penyanyinya pakai gamis, Haddad Alwi, tapi penontonnya tetap ahli maksiat. Jadi musik itu sendiri yang salah,” pada video.

Video tersebut pun merupakan hasil kutipan dan membuat narasi yang berbeda dari konten aslinya. Ini merupakan tindakan remediasi konten atau membuat ulang sebuah konten dari materi yang disampaikan oleh penyampai pertamanya. Ini menjadi celah timbulnya pemaknaan yang berbeda antara yang dikutip dengan yang menyampaikannya kembali (Machmiyah, 2020).

Narasi audio yang menilai walaupun liriknya mengandung kebaikan tidak mengubah musik sebagai hal yang boleh atau halal. Penilaian ini juga dianggap fasik yang mendelegitimasi argumen yang membolehkan musik. Ini ditunjukkan dengan mengutip Surat Al-Maidah ayat 47 tentang orang fasik. Ini adalah teknik politisasi ayat untuk membungkam debat fikih musik. Perbedaan pendapat soal musik digeser menjadi masalah "ketaatan vs kefasikan."

Secara diskursif, produsen konten mengambil potongan video konser dan menyandingkannya dengan narasi haramnya musik. Video Haddad Alwi yang sedang berorasi tentang "Cinta Rasulullah" dipotong dan dibingkai ulang sebagai bukti toleransi yang kebablasan. Hal tersebut menunjukkan adanya remediasi konten (Machmiyah 2020). Konten ini menegaskan sikap yang menolak musik sekalipun digunakan sebagai cara berdakwah.

Dalam praktik sosial, menunjukkan obsesi ideologis terhadap normativitas gender. Musik diserang bukan hanya karena dalil haramnya alat musik, tapi karena musik dianggap menciptakan ruang campur-baur yang memfasilitasi ekspresi gender non-normatif. Salafi ini menolak keras inklusivitas tersebut. Narasi mereka: "Bagaimana mungkin mencintai Rasul tapi melanggar syariat." Ini adalah benturan antara bentuk mencintai dengan hukum. Melabeli penikmat musik religi sebagai "Fasik" adalah upaya untuk memurnikan barisan umat. Bentuk pelabelan fasik ini merupakan cara menilai sebuah simbol (Bourdieu 2020) Mereka

ingin menegaskan bahwa kesalahan kultural adalah kesalahan palsu.

c. **Tasyabuh dalam Perayaan Ulang Tahun**

Konten yang diunggah @akun_salafy pada 11 Oktober 2025 menyoroti mengucapkan selamat ulang tahun walau pun dikemas dengan kalimat yang baik, “*barakallahu fii umrik.*” Argumen tersebut dipatahkan dengan hadis yang diriwayatkan oleh Abu Daud tentang meniru suatu kaum.



Gambar 9 Konten tanggal 11 Oktober 2025 Tasyabuh dalam perayaan ulang tahun

Dalam konten ini, secara teks memiliki cara penyampaian kepada audiens dengan bertanya kebiasaan sehari-hari dalam mengucapkan selamat ulang tahun dengan “*Barakallahu fii*

umrik” yang memiliki arti “Semoga Allah memberi berkah kepadamu.” Pertanyaan seakan memojokkan audiens bila mengucapkan kalimat tersebut agar terlihat Islami dalam mengucapkan selamat ulang tahun. Dilanjutkan dengan argumen bila dalam Islam tidak memiliki syariat untuk merayakan ulang tahun. Argumen tersebut didukung dengan hadis “Barang siapa menyerupai suatu kaum, maka dia termasuk bagian dari mereka” (HR Abu Daud dan Ahmad).

Secara visual, pemilihan gambar yang menampilkan kue ulang tahun seakan memperjelas isu yang tengah dibicarakan. Selain itu, pemilihan warna merah muda dan hijau juga mendukung suasana meriahnya perayaan ulang tahun. Sementara, takarir tidak memiliki kaitan secara langsung dengan gambar. Namun, kalimat “Silakan di-share, save, repost. Tidak perlu izin” menjadikannya kebebasan untuk disebarluaskan.

Dalam praktik diskursif, perdebatan tentang perayaan ulang tahun memang memiliki berbagai pendapat. Dalam hal ini, konten menegaskan bila perayaan ulang tahun merupakan perbuatan orang-

orang kafir dan tidak ada dalam ajaran Islam. Ini ditunjukkan dengan hadis yang diriwayatkan Abu Daud dan Ahmad untuk sebagai penutup dalam konten tersebut. Perayaan ulang tahun dengan kue dan lilin seperti yang ditampilkan pada gambar memang bermula dari bangsa-bangsa barat. Namun, dalam Islam, memperingati hari lahir dapat dilakukan dengan cara yang tidak menyimpang dari ajaran Islam. Rasulullah lahir pada hari Senin dan memperingatinya dengan berpuasa di hari tersebut. Kisah tersebut tertulis dalam riwayat Muslim (An-Nawawi 2014).

Jika meninjau konteks hadis tentang tasabuh tersebut, diucapkan oleh Nabi Muhamamd Saw. untuk menunjukkan identitas seorang muslim setelah adanya seseorang yang saat pagi menyatakan masuk Islam dan membicarakan strategi dakwah setelahnya. Namun, saat sore menyatakan dirinya sebagai seorang kafir. Ini lah yang membuat murka Rasullullah dan menyatakan hal tersebut. Hal tersebut juga dipegang dalam konten ini akantetapi kondisi masyarakat saat ini tentu berbeda dengan

masa nabi dan identitas sebagai muslim tentu tidak dapat dinilai melalui penampilan saja (Hosen 2024).

Secara sosial, perayaan ulang tahun telah lazim dilakukan dan memiliki caranya tersendiri, termasuk dalam hal mengucapkan. Bila dilihat pengucapan selamat ulang tahun memiliki berbagai pilihan kalimat, termasuk *barakallah fii umrik*, tetapi memiliki titik temu tujuan, yaitu mendoakan untuk kebaikan. Dalam tradisi hukum Islam dikenal kaidah *al-'adah muhakkamah*. Tradisi yang tidak bertentangan langsung dengan pokok-pokok akidah itu bisa diakui dan diakomodir dalam praktik maupun ekspresi keislaman kita. Kaidah ini membuat Islam bisa menerima berbagai budaya tanpa harus kehilangan identitas keislaman kita (Hosen 2024). Salafi secara hukum menggunakan Mazhab Hambali tetapi menjelaskan bila Imam Ahmad bin Hambal memiliki pandangan yang moderat terhadap kelompok atau pemahaman lainnya (Al-Hambali 2018).

d. *Ngalap Berkah dengan Air Doa*

Konten yang diunggah oleh @akun_salafy menampilkan tangkapan layar sebuah unggahan

yang memperlihatkan Syech Bin Abdul Qadir Assegaf memegang galon berisi air dan tampak seperti membacakan doa. Dalam gambar unggahan 22 Oktober 2025 ini juga tercantum komentar warganet, Iyan, “knpa ga di doa in di.prabriknya aj. biar kebagian semua” (kenapa ga didoain di prabiknya saja biar kebagian semua). Konten ini menggiring publik terkait *ngalap berkah* atau mencari berkah melalui air doa. Takarir yang menuliskan “IQ 150” membuat kreator seakan menilai Iyan sebagai orang yang jenius dari komentarnya.



Gambar 10 Konten tanggal 22 Oktober 2025 *Ngalap Berkah* dengan air doa

Konten yang diunggah pada 22 Oktober 2025 ini secara visual menampilkan seorang tokoh agama

mendoakan segalon air. Ini merupakan bentuk tabaruk. Dalam masyarakat air yang didoakan oleh tokoh agama yang dianggap saleh memiliki keberkahan. Namun, kebiasaan ini dalam gambar dipatahkan dengan tangkapan komentar dalam sebuah konten yang mempertanyakan mengapa tidak mendoakan air di pabriknya saja. Ini dapat dikatakan sebagai sindiran terhadap sebuah praktik beragama. Takarir konten ini pun seakan mendukung apa yang diucapkan warganet, Iyan pada tangkapan layar tersebut. IQ 150 berdasarkan Wechsler Intelligence Scales termasuk dalam kategori Sangat Superior. Kategori ini memiliki nilai skor di atas dari 130 (Aisyah 2022). Gambar yang diambil dengan cara tangkapan layar ialah cara paling sederhana membuat konten. Namun, cara ini rentan membuat makna sebuah konten tidak sesuai dengan konteks awalnya.

Secara praktik diskursif, konten ini menyoroti bertabaruk dengan air yang didoakan orang saleh. Dalam pandangan Salafi, tabaruk semacam ini dinilai sebagai perbuatan syirik. Salafi meyakini meminta hanyalah kepada Allah Swt. secara

langsung. Satir tangkapan layar juga mendukung argumen dengan humor. Mempertanyakan dengan cara logika, bila mendoakan di pabrik artinya air yang dikeluarkan dari pabrik telah didoakan.

Dalam sosial masyarakat, praktik ini memang lazim dilakukan. Bukan hanya dengan bertabarak dengan air doa, benda maupun tempat pun acap kali dilakukan oleh masyarakat terhadap orang yang dianggap saleh. Dalam konteks Nabi Muhammad Saw., terdapat hadis yang terdapat di Sahih Muslim (Karimah 2017).

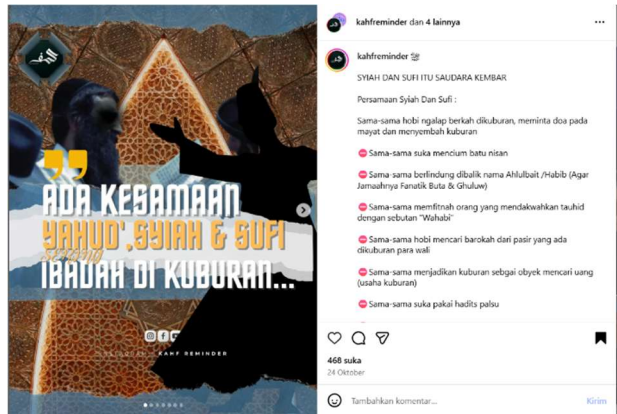
Dari Umairah binti Mas'ud, suatu ketika ia berkunjung kepada Nabi Saw, ia punya lima saudara dan semuanya membarat Nabi S Ketika bersua dengan Nabi, ia melihat Nabi sedang makan daging Nah Saw. mengunyah daging itu dan dibagikan kepada saudara-saudaram Dia juga mendapatkan bagiannya ia kunyah daging itu sepotong demi sepotong. Kemudian saat mereka semua telah wafat, sungguh ta tersisa bau busuk sedikitpun di mulut jenazah mereka.

Namun, dalam beberapa waktu terakhir terdapat kritik terhadap praktik bertabaruk yang dinilai berlebihan.

e. Kebiasaan Ziarah Kubur

Konten yang diunggah oleh @kahfreminder dan @akun_salafy pada 24 Oktober 2025 sebagai kolaborator menampilkan pembahasan persamaan antara Yahudi, Syiah, dan Sufi terkait kuburan. Konten ini memiliki tujuh salindia, salindia pertama menuliskan "Ada kesamaan Yahud', Syiah, & Sufi Ibadah di Kuburan..." Salindia dua hingga tiga menampilkan bagaimana praktik ketiga aliran tersebut, Yahudi dengan foto berdoa di makam, Umat Syiah yang menyentuh makam, dan peziarah di makam wali. Konten ini juga didukung melalui gambar maupun video serta membuat daftar persamaan Syiah dan Sufi pada takarir konten.

Tercantum pula pada salindia terakhir yang berisi nasihat agar meminta kepada Allah.



Gambar 11 Konten tanggal 24 Oktober 2025 Kebiasaan Ziarah Kubur

Konten ini memiliki beberapa salindia. Tiap salindia memiliki pembahasannya yang tersendiri dalam konteks yang disoroti, kesamaan Yahudi, Syiah, dan Sufi dalam hal ziarah kubur. Konten ini menyamakan antara praktik umat Yahudi berdoa di Tembok Ratapan, ziarah kubur orang saleh yang dilakukan oleh Sufi, dan Syiah yang mengunjungi makam para pemimpinnya. Dengan demikian menarasikan bila Islam sekalipun Sufi atau *ahli sunnah wal jamaah* maupun Syiah merupakan paham Islam yang sesat.

Secara visual, pemilihan warna yang dominan gelap dan penulisan yang tebal seakan menegaskan hal ini sebagai hal yang berbahaya. Kata “Ada kesamaan” selalu ditegaskan dan ditegaskan sebagai “syirik akbar” sebagai hukum yang tidak dapat diganggu gugat. Berbagai hadis dan ayat Al-Quran pun digunakan untuk mendukung argumennya. Dalam takarir, mengulang dan terkesan merincikan dengan tegas persamaan di antara ketiganya.

Secara diskursif, konten ini mengutip ayat dan hadis. Hadis yang diriwayatkan Muslim tentang larangan menjadikan kuburan sebagai tempat ibadah. Hadis ini digunakan dengan dasar bila ziarah sebagai menyembah kuburan. Selain itu, juga menyoroti mendirikan bangunan atau kijing yang dalam pandangan Salafi sebagai hal yang dilarang.

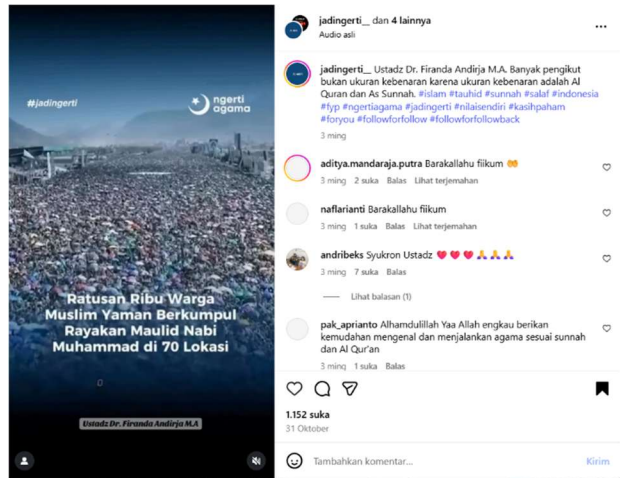
Dalam praktik sosial, konten ini mengeklaim Salafi lah yang benar dalam ajaran Islam. Syiah maupun Sufi sebagai aliran Islam dikategorikan sebagai kelompok yang salah atau menyimpang seperti Yahudi. Penilaian terhadap makam sebagai sumber keuntungan uang terutama pada makam wali atau orang saleh. Selain itu, cara ini dapat dilihat

sebagai cara menyisipkan paham tanpa melihat dasar atau referensi lain dalam persoalan ziarah (Shihabuddin 2013).

f. Perayaan Maulid

Konten yang diunggah oleh akun @jadingerti_ dan @akun_salafy sebagai kolabolator pada 31 Oktober 2025 ini membahas terkait perayaan Maulid Nabi Muhammad Saw.. Konten ini menampilkan video perayaan maulid di Yaman. Namun, dalam audionya merupakan potongan ceramah yang berdasarkan sumber yang dicantumkan dari Ustad Firanda Andirja, M. A. yang

membahas banyaknya pengikut belum tentu menjadi kebenaran.



Gambar 12 Konten tanggal 31 Oktober 2025 Perayaan Maulid

Konten video ini dibuka dengan visual orang-orang yang berkumpul di suatu tempat dan dinarasikan sebagai ratusan ribu muslim di Yaman berkumpul untuk merayakan Maulid Nabi Muhammad. Konten ini juga menggunakan analogi yang merendahkan dengan perbandingan jumlah umat Nasrani, Hindu, dan Buddha yang lebih banyak dibandingkan pemeluk Agama Islam. Ini dianggap sebagai analogi bila banyak yang memperingati maulid sebagai praktik yang salah dan disamakan dengan kafir.

Dalam praktik diskursif, gambar visual memungkinkan bukan yang diambil oleh kreator dan narasi video awal bukanlah perbandingan dan memojokkan kelompok lainnya. Ini kreator telah menggeser makna dari konten aslinya.

Secara sosial, konten ini menyerang basis psikologis umat Islam tradisional yang sering merasa tenang karena "banyak temannya" (mayoritas). Wacana ini berusaha meruntuhkan validitas "Kebenaran Kolektif" (Ijma'/Mayoritas) dan menggantinya dengan kebenaran tekstual. Konten ini menegaskan bila tak apa menjadi sedikit orang yang tidak merayakan Maulid Nabi walaupun terpinggirkan. Konten ini mempertajam jurang pemisah. Dengan membandingkan logika jamaah Maulid dengan logika "Penyembah Sapi/Jin", konten ini secara tidak langsung melakukan pengasingan terhadap sesama Muslim, menempatkan mereka dalam kategori perilaku yang menyerupai kaum musyrikin.

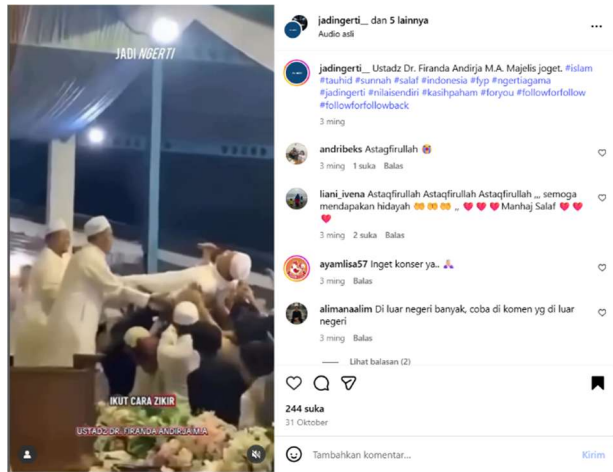
Dalam masyarakat di masa lalu maupun saat ini, Maulid nabi merupakan peringatan kelahiran nabi yang dilakukan sebagai cara mengingat ajaran-

ajaran Nabi Muhammad Saw. seperti melalui kisah-kisahannya. Ini juga dapat dikatakan sebagai cara mengungkapkan nikmat dan rahmat Allah kepada umatnya (Shihabuddin 2013).

g. Kritik Praktik Zikir atau Maulid

Konten yang diunggah pada 31 Oktober 2025 oleh akun @jadingerti_ dan @akun_salafy sebagai kolabolator ini membahas terkait musik sekalipun dalam majelis. Dalam audionya merupakan potongan ceramah yang berdasarkan sumber yang dicantumkan dari Ustad Firanda Andirja, M. A. yang menjelaskan bila mengakui Nabi Muhammad sebagai rasul maka perlu mengikuti caranya. Dalam konten juga menyoroti penggunaan musik yang dinilai berlebihan dalam majelis dan memberi penekanan dengan memberi warna kuning pada

beberapa kata, yaitu “Joget joget,” Apa lagi pakai DJ,” “Pengikut Samiri,” dan “Patung Sapi.”



Gambar 13 Konten tanggal 31 Oktober 2025 Kritik Praktik Zikir dan Maulid

Konten video ini menilai sebuah majelis yang dinarasikan majelis zikir. Konten ini menilai bila majelis video tersebut menurunkan kekhusyukan sebuah majelis yang lebih terlihat sebagai hiburan dan dikatakan dalam video maupun takarir sebagai “Majelis Joget.” Ini disamakan dengan pengikut samiri yang dinarasikan menyembah berhala berupa anak sapi emas. Antara audio dengan video menjadikan saling membuktikan bila zikir yang diadakan tidak khusyuk dan tidak tertib.

Secara diskursif, konten ini memperingatkan agar tidak melakukan majelis yang dinilai menyimpang dalam pandangan Salafi, bukan untuk berdialog tetapi menjatuhkan kelompok dalam video tersebut bahkan yang serupa. Pencatutan nama Imam Al-Qurtubi dalam audio berfungsi untuk memberikan legitimasi klasik. Akun ini ingin menunjukkan bahwa "Anti-Joget" bukan pendapat Salafi modern saja, tapi pendapat ulama tafsir terdahulu, sehingga memperkuat posisi mereka sebagai penerus tradisi asli. Tarian atau ekspresi lainnya dalam video dinilai bukanlah dipandang sebagai luapan emosi dalam konteks kebudayaan.

Dalam praktik sosial, mencerminkan obsesi ideologi Salafi terhadap pendisiplinan tubuh. Dalam pandangan puritan, tubuh yang beribadah harus statis, tenang, dan terkontrol. Tubuh yang bergoyang, menari, atau kehilangan kontrol dianggap sebagai tubuh yang menyimpang dan tidak syar'i. Ini juga menargetkan secara spesifik bagi umat yang mengikuti praktik Sufiesme dengan musik dan gerak tubuh. Ini ditunjukkan pula dengan konotasi yang disamakan dengan "DJ" atau dugem.

Tujuannya adalah meyakinkan publik bahwa majelis-majelis selawat yang ramai di Indonesia sebenarnya tidak beda jauh dengan konser musik atau diskotik. Maksud lainnya ialah menegaskan bahwa kajian yang sesuai adalah yang dilakukan oleh kelompok Salafi.

Bila dilihat dengan terlepas penilaian negatif terhadap majelis zikir atau maulid, praktik majelis ini di masyarakat memiliki pesan yang baik yang disampaikan, baik melalui tausiyah dan salawat yang dilantunkan. Isi dari majelis tentu sangat baik dan sejalan dengan hukum Islam dan memuliakan Nabi Muhammad Saw. (Shihabuddin 2013).

Berdasarkan analisis wacana kritis terhadap 10 konten akun Instagram @akun_salafy, ditemukan keseragaman pola konstruksi pesan yang cenderung eksklusif dan konfrontatif. Akun ini secara konsisten menggunakan narasi teologis berbasis ideologi Salafi untuk melakukan delegitimasi terhadap kelompok lain. Melalui strategi wacana tersebut, realitas keagamaan dibingkai dalam logika biner atau hitam-putih, yang pada akhirnya bermuara pada pembentukan klaim kebenaran tunggal otoritatif yang divalidasi melalui kutipan dalil atau sabda nabi secara parsial dengan menganalisis dan

menetapkan hukum. Tentu ini bertolak belakang dengan hukum Islam yang bersifat *muqayyad* atau menggeneralisasi sebuah hukum yang seharusnya berlaku khusus, bahkan tidak mustahil menetapkan dan mempertahankan sebuah hukum yang sebenarnya telah di-*nasakh* atau dihapus (Basri 2023).

B. Konsumsi Warganet Terhadap Pesan Dakwah Islam Oleh Akun *Instagram* Pada @Akun_Salafy

1. Konten Tema Akidah

a. Bahaya Aliran Syiah yang Dikaitkan dengan Tokoh Agama

Konten ini diunggah saat menyoroti isu yang tengah menjadi perbincangan terkait pondok pesantren. Trans 7 seakan menyuarakan kebenaran yang sesuai dengan pemahaman Salafi, termasuk dalam memandang aliran Syiah. Konten yang diberi judul “Kesesatan Agama Syiah Laknatullah juga Pernah Dibahas oleh Trans 7” tentu menjadi tujuan untuk mendehumanisasi dan memvonis menyimpang dari Islam. Kutipan teks dari medsos yang diunggah oleh beberapa tokoh agama, seperti Ja’far Al-Hadar, Haidar Bagir, dan Siad Agil Siradj dinilai menjadi pendukung paham Syiah. Konten

teks mereka dinilai sebagai “yang kepanasan dan protes.”

Dalam kolom komentar terdapat berbagai komentar yang menilainya sebagai kenangan yang tidak terlupakan. Program Khazanah di Trans 7 menjadi totonan warganet setelah Salat Subuh. Ini beberapa kali muncul pada kolom komentar. Kelompok dominan menerima pesan anti-Syiah ini secara total. Bahkan, beberapa pengomentor melakukan menspesifikan pembahasan yang diharapkan kepada tokoh tertentu oleh program tersebut:

“Jejak digital program Khazanah... Bahas Syiah laknatullah, Bahas Maulid bid'ah ... Selanjutnya semoga bisa dan Allah memudahkan bahas khurafat Habib dan Gufron Maqoli...”

Selain dukungan agenda, ditemukan data kualitatif mendalam berupa Narasi Pengalaman Pribadi. Ini bisa dilihat munculnya komentar yang menceritakan betapa konten semacam ini menguatkan pendiriannya saat ia merasa terasing di lingkungan barunya yang tradisional:

“Hingga akhirnya pindah di kampung sebelah, ada tahlilan dan kenduri... Tapi saya tidak, sampai ditegur suruh berdiri. Tp ttp saya menolak...karena sejak kecil tidak diajarkan bersholawat dengan music keras, apalagi sampai berdiri (maaf) seperti Nasrani.”

Komentar ini membuktikan fungsi konten @akun_salafy sebagai penguat. Ia menyamakan praktik salawat dengan pemeluk agama Nasrani untuk memvalidasi penolakannya terhadap teguran sosial di kampungnya.

Meskipun menyetujui pesan anti-Syiah, terdapat warganet yang kritis terhadap akurasi materi visual yang disajikan. Ini dapat dilihat pada komentar mempertanyakan kejanggalan video ilustrasi:

“Yg anehnya ko yg di bahas syiah yg di videokan org”
aswaja lagi solat yah apa mereka sama?”

Warganet melakukan negosiasi makna dengan menerima narasi teksnya tetapi meragukan validitas.

Penolakan muncul dari warganet yang menolak logika penyesatan (*takfiri*) yang dibangun admin. Komentar warganet ini memberikan sindiran balik dengan menyebutkan “*Menyesatkan Syiah berarti Wahabi....*” Komentar ini menolak hegemoni tafsir admin dan justru melabeli balik admin dengan sebutan “Wahabi”, sebuah istilah yang sering dianggap peyoratif oleh kalangan Salafi.

b. Hijrah ke Manhaj Salaf

Konten video ini diunggah dengan narasi *voice-over* yang bersifat merayakan kemenangan. Video

mengangkat isu boikot terhadap Trans7 yang sebelumnya menayangkan materi kontroversial. Namun, alih-alih merasa terancam, narator membingkai peristiwa tersebut sebagai tersadarnya orang terhadap ajaran Salafi. Video membangun dikotomi tajam: Pesantren Tradisional digambarkan sebagai tempat "pengkultusan Kyai" dan "proyek bisnis", sementara Manhaj Salaf digambarkan sebagai Islam yang murni, jujur, dan ilmiah. Visual video menampilkan kerumunan orang untuk memperkuat kesan bahwa sedang terjadi gelombang migrasi (*hijrah*) massal masyarakat menuju ajaran Salafi.

Investigasi pada kolom komentar menunjukkan fenomena Ruang Gema (*Echo Chamber*) yang sangat pekat. Hampir tidak ditemukan perdebatan atau negosiasi, mayoritas komentar berisi afirmasi total. Ini dapat dilihat dengan penggunaan Kosakata Kemenangan, seperti Alhamdulillah, Masya Allah, dan Mulia dengan Manhaj Salaf menunjukkan euforia kolektif. Selain itu, penggunaan Bahasa Pertobatan juga ditemukan, seperti "*Hidayah Mahal*" dan "*Baru Terbuka Matanya*", menandakan warganet memosisikan masa lalu mereka sebagai masa

kegelapan atau jahiliyah dan masa kini sebagai masa pencerahan. Muncul pula sentimen Anti-Ormas. Penyebutan identitas ormas lama seperti NU) secara eksplisit sebagai simbol masa lalu yang salah.

Berdasarkan teori *Encoding/Decoding*, penerimaan pesan berada pada Posisi Dominan Ekstrem. Warganet tidak hanya menerima pesan, tetapi juga melakukan rekonstruksi identitas diri melalui komentar. Temuan paling signifikan adalah banyaknya pengakuan pribadi (*testimony*) tentang perpindahan aliran teologis. Informan memvalidasi narasi video bahwa pesantren/ormas lama mereka bermasalah.

“Masya Allah. Relate sm yg sy alami. Sy NU dan mulai belajar dan follow akun2 salaf.. Allahuma Baarik.”

Ada pula warganet yang melakukan penegasan identitas barunya dengan menolak identitas lama secara keras:

“ALHAMDULILLAH gw BUKAN NU.”

Fenomena ini menunjukkan bahwa konten @akun_salafy berfungsi sebagai fasilitator Transformasi Identitas. Pengikutnya merasa bangga meninggalkan identitas kultural untuk memeluk

identitas baru yang mereka anggap lebih global dan murni seperti Salafi.

Warganet menerima narasi video bahwa Salafisme adalah ajaran yang ilmiah karena berbasis dalil, berbeda dengan praktik tradisional yang dianggap emosional.

“Melambunglah dakwah Salafi yg ilmiah, berilmu... masyarakat mulai terbuka mana yg tolol dan yg berilmu...”

Komentar ini menunjukkan adanya rasa pilihan mereka untuk hijrah bukan sekadar pilihan spiritual, tapi juga pilihan rasional. Mereka memandang kelompok lain sebagai kelompok yang tidak menggunakan akal sehat.

Meskipun didominasi narasi persatuan Islam, sentimen perpecahan di level akar rumput terlihat jelas. Seperti komentar yang disebutkan dalam bahasa Sunda untuk melarang orang belajar pada kelompok lain:

“Tong diajar agama ditempat NU teu beuneur !! (Jangan belajar agama di tempat NU, tidak benar).”

Ini mengindikasikan bahwa narasi hijrah yang dibangun di media sosial memiliki dampak pemisahan sosial yang nyata di masyarakat.

c. Perbandingan Salafi dan *Ahlul Ahwa*

Menunjukkan perbandingan dalam 14 hal yang disetujui dalam Manhaj Salaf dan menarasikan *Ahlul Ahwa*'. Dalam konten tersebut terdapat hal yang keduanya disetujui dan *Ahlul Ahwa*' tidak setuju. Hal yang sama-sama disetujui seperti haramnya memakan babi, meminum khamr, dan lainnya. Sementara, hal yang tidak disetujui oleh *Ahlul Ahwa*' seperti demonstrasi, rokok, tahlilan, dan lainnya. Konten ini juga memberikan alasan yang seakan dari *Ahlul Ahwa*'. Di bagian bawah tabel terdapat kutipan "Sebagian orang berpikir, jika ada hal yang tidak sesuai dengan kebiasaan dan 'hawa nafsu'-nya, maka boleh ditolak." Selain itu, pada takarir tertulis hadis yang diriwayatkan oleh Bukhari.

Investigasi komentar menunjukkan bahwa konten ini memicu perdebatan teologis dan filosofis yang mendalam. Kelompok dominan menerima simplifikasi tabel tersebut sebagai kebenaran mutlak. Mereka merasa nyaman dengan kepastian yang ditawarkan:

"Pokoknya Salafy benar semua, selain itu salah semua."

Komentar ini menggunakan banyaknya penolakan di kolom komentar justru sebagai validasi kebenaran:

"Terus posting kebenaran min... Komen2 kontra indikator memang kalau Islam sebenarnya asing."

Posisi negosiasi muncul pada komentar konten ini. Terdapat warganet yang setuju dengan kesalehan Salafi, tapi bingung menerapkannya di dunia nyata.

"Selanjutnya, terkait dengan isu terbaru bbm... bolehkah menuntut keadilan dengan menuntut pertamina? Bagaimana peran kita?"

Warganet ini mempertanyakan relevansi larangan "Demonstrasi" sebagai bentuk ekspresi atas persoalan yang menjadi keresahan di masyarakat.

Perlawanan tidak hanya berupa ejekan, tapi juga argumen filosofis. komentar penolakan pengharaman musik bukan dengan dalil fikih, melainkan dengan narasi humanis:

"Musik adalah karya seni yang tumbuh dari jiwa... cermin kehidupan... keindahan sejati lahir dari harmoni yang tulus."

2. Konten Tema Amaliyah

a. Hukum Merayakan Maulid

Konten ini dengan inisiasi tampak membahas hukum merayakan Maulid Nabi Muhammad Saw.. Secara visual, @akun_salafy menampilkan ironi visual: menggunakan elemen estetika ulang tahun (balon, kado, pita) namun disertai teks besar "Masih merayakan kelahiran Nabi?" Dalam *caption*, admin membangun narasi bahwa tidak ada dalil spesifik untuk merayakan maulid, dan menyandarkan argumen pada hadis puasa hari Senin. Konten ini memicu interaksi tinggi karena menyinggung praktik budaya populer di Indonesia.

Berdasarkan pengamatan di kolom komentar konten tersebut, terjadi perdebatan antara warganet yang kontra dengan isi konten dengan akun pengunggah. Keduanya memiliki gaya tersendiri dalam penyampaian, akun kontra mulanya membuka dengan pernyataan dengan kosa kata yang kasar, seperti *pea* dan *banyak gaya*. Sementara akun pengunggah membalasnya dengan kosa kata berbahasa Arab sebagai sapaan secara personal, *afwan* dan *antum*.

Akun menolak yang memiliki kode K1, menyatakan ketidaksepatannya dengan konten yang menyamakan perayaan Maulid Nabi Muhammad dengan Hari Raya Islam. Pernyataan ini dituliskan dengan:

“Yg pea knp hrs di samain kya ied... bedakan hari raya dengan perayaan yg udh sangat jelas beda konteks.”

Sebagai konteks, Maulid Nabi memang bukan hal yang disamakan dengan hari raya. Ini dapat didasarkan dengan Memperingati hari lahir Nabi Muhammad Saw. di masyarakat ialah salah satu cara untuk mengingat ajaran maupun perintah Allah yang dibawa oleh nabi. Peringatan seperti ini dinilai juga sebagai wujud syukur atas limpahan rezeki yang diterima. Dalam berbagai hadis, perayaan atau peringatan dengan berbagai cara, seperti puasa, makan bersama, maupun memainkan musik, Nabi Muhammad Saw. tidak menyebutnya sebagai perbuatan *kufur* atau *bidah dhalalah* (Shihabuddin 2013).

Namun, Menanggapi penolakan tersebut, Admin justru menyerang profil pribadi penanya dengan kalimat:

"Afwan otak antum kenapa? bermasalahkah? ...saran ana daripada isi feed antum cuma foto-foto aja

alangkah baiknya diisikan dengan berbagai kajian ilmu..."

Di sini terlihat bahwa Admin melakukan menyerang pribadi, bukan argumen. Admin menilai validitas pendapat seseorang berdasarkan isi *feed* Instagram-nya. Jika isinya cuma foto-foto, maka pendapatnya dianggap tidak bernilai.

b. Kritik Terhadap Musik Religi

Konten dalam bentuk video ini diunggah oleh akun @daionlineofficial dengan @akun_salafy sebagai kolaborator. Dalam video menampilkan Hadad Alwi, penyanyi lagu religi di beberapa acara. Audio dalam video ini menyoroti cara mencintai Rasullullah dan lagu atau musik sebagai hal yang haram. Konten ini membahas bagaimana musik digunakan dalam dakwah melalui lagu religi. Seorang penyanyi religi, Hadad Alwi, menjadi pembahasan dalam konten ini. Hadad Alwi ditampilkan dalam video yang berpakaian khasnya saat tampil, berbusana gamis. Lalu menampilkan pula penonton yang berjoget dengan pakaian yang tidak menutup aurat. Konten ini juga

mematahkan bila penyanyi lagu religi tetapi audiensnya dinarasikan sebagai ahli maksiat.

Melihat kolom komentar akun ini, warganet mayoritas menyuarakan haramnya musik dan fokus kepada tokoh yang disoroti, Hadad Alwi yang dilabeli sebagai penganut Syiah. Kelompok ini menerima penuh pesan "Haram Mutlak" yang disampaikan akun. Mereka menggunakan analogi metaforis untuk menolak musik dakwah, seperti yang diungkapkan salah satu informan:

“BABI DIMANDIKAN PAKE AIR ZAM ZAM, DIMINUMKAN AIR ZAM ZAM, TETAP HARAM.”

Komentar ini menunjukkan bahwa bagi kelompok dominan, status haram pada musik setara dengan najis babi yang tidak bisa disucikan dengan cara apapun (lirik baik/air zam-zam). Selain itu, persetujuan juga ditunjukkan dengan serangan personal terhadap afiliasi aliran tokoh, seperti komentar:

"Itukan Haddad Alwi Syi'ah" dan "Dia orang Syiah kan?"

Bila dilihat terdapat dua kelompok kecil dalam komentar, yaitu kontra dan netral. Komentar kontra Resistensi muncul dari warganet yang menolak gaya dakwah akun ini yang dinilai kaku. Mereka melabeli admin sebagai "Wahabi" dan melakukan perlawanan

simbolik dengan mendoakan tokoh yang diserang (Hadad Alwi):

“Alhamdulillah semoga panjang umur pak Hadad Alwi... Semoga kaum yang merasa paling benar ini akhir hayatnya berucap yang bagus...”

Sementara negosiasi, Posisi ini diisi oleh warganet yang tidak menolak syariat, namun mempertanyakan validitas klaim tunggal admin dengan membandingkannya pada otoritas ulama lain (Aswaja). Seperti komentar:

“Tp ulama2 aswaja atau sprti uah, uas mereka juga punya dalil klw musik diperbolehkan...”

Warganet lain dalam posisi ini mencoba menengahi (netral) dengan refleksi filosofis, mempertanyakan apakah perdebatan kasar di medsos sesuai dengan ajaran Nabi:

"Seandainya Rasulullah hidup dizaman kita, apakah Rasulullah meridhoi perdebatan ini?"

c. Tasyabuh dalam Perayaan Ulang Tahun

Konten ini menyoroti mengucapkan selamat ulang tahun sekalipun dengan ucapan yang baik, seperti “*Barakallahu fii umrik.*” Ini dinilai sebagai cara mengislamkan sesuatu yang dilarang. Dalam konten terdapat pertanyaan seakan memojokkan audiens bila mengucapkan kalimat tersebut agar terlihat Islami

dalam mengucapkan selamat ulang tahun. Dilanjutkan dengan argumen bila dalam Islam tidak memiliki syariat untuk merayakan ulang tahun. Argumen tersebut didukung dengan hadis yang diriwayatkan Abu Daud dan Ahmad, “Barang siapa menyerupai suatu kaum, maka dia termasuk bagian dari mereka.”

Dalam kolom komentar, warganet memiliki berbagai respons, terdapat audiens yang menilai sebagai perbuatan tercela dengan mengucapkan istighfar dan menyebutkan sebagai hal yang kebablasan. Ini juga senada dengan komentar yang menyayangkan sulitnya menghindari hal yang dekat dengan perayaan ulang tahun.

“Susah banget sekarang menghindari yg ngajakin dalam perayaan ultah. Ngajak sokongan uang untuk beli kur ultah guru, anak dikasih kue ultah oleh tantenya, dikasih kado, dikasih hadiah dari yang ultah. Ya Allah selamatkan kami.”

Sisi lain, terdapat kontra terhadap narasi yang ditampilkan dalam konten, yaitu komentar:

“Ulang tahun itu tradisi atau budaya , memang bukan agama . Kebutuhan hidup itu banyak bujan cuma agama . Tak mungkin hidup manusia statis tak berubah . Perubahan" itu budaya manusia , bisa bikin tradisi baru , bisa juga meniru tradisi orang lain . Kita tak usah

alergi dengan budaya beraneka ragam . Budaya dari siapapun jika kita suka dan dirasa baik boleh dong ditiru . Misal biasanya kita sehari hari pakai sarung , terus kita lihat ada orang barat pakai celana atau sepatu kok bagus , kita meniru boleh dong jangan selalu dihukumi tasyabuh . Internet budaya siapa , youtube budaya siapa , barat kan ? Tapi kita suka merasa ada manfaat siapa yg gak mau meniru ? Ketinggalan jamankah . Maja beragama harus pakai logika agar tidak kuper”

Komentar ini menilai bagaimana manusia memiliki budaya dan mengikuti perkembangan zaman dengan logika. Ia membandingkan juga kepada hal-hal yang belum ada pada generasi awal Islam.

d. *Ngalap Berkah dengan Air Doa*

Secara visual menampilkan seorang tokoh agama mendoakan segalon air. Ini merupakan bentuk tabarak. Dalam masyarakat air yang didoakan oleh tokoh agama yang dianggap saleh memiliki keberkahan. Namun, kebiasaan ini dalam gambar dipatahkan dengan tangkapan komentar dalam sebuah konten yang mempertanyakan mengapa tidak mendoakan air di pabriknya saja. Ini dapat dikatakan sebagai sindiran terhadap sebuah praktik beragama. Takarir konten ini pun seakan mendukung apa yang diucapkan warganet, Iyan pada tangkapan layar tersebut.

Kolom komentar berisi komentar pro dengan cara satir pula. Komentar dengan nada pro ditunjukkan dengan mempertanyakan masuknya keuntungan dari hal semacam ini, seperti:

“Kalo di pabrik ribet, kena potongan pajak, belum yg lain2....enakan gini, duit langsung masuk kantong.”

Komentar ini menunjukkan bahwa bagi pengikut Salafi, praktik air doa bukan dilihat sebagai ibadah, melainkan sebagai modus ekonomi untuk menghindari pajak dan mencari keuntungan pribadi. Terdapat komentar yang memperkuat narasi ini dengan logika efisiensi:

"Mending doain sumber mata air nya."

Selain itu, narasi penolakan juga didasarkan pada aspek kebersihan.

"Saya awam serius itu ditiup? Setau saya dalam Islam makanan dan minuman gak boleh ditiup."

Komentar tersebut mempersoalkan dengan dasar pengetahuannya terkait ajaran Islam yang melarang meniup makanan dan minuman bercampur dengan standar kebersihan modern untuk menolak praktik tersebut. Ada pula yang mempertanyakan kebersihannya dengan pertanyaan:

“Itu napasnya kira2 bau apa?”

Namun, terdapat pula komentar yang mempertanyakan praktik ini dan meminta kepada pemerintah untuk menertibkan definisi "Islam yang Benar." Ia merasa bingung dengan banyaknya praktik yang dianggap menyimpang dan meminta otoritas resmi untuk bertindak.

“@kemenag_ri @muipusat @mprgoid @dpr_ri @fraksipksdpri @sekretariat.kabinet haruskah Indonesia bersatu membahasnya yg sesuai ridho Allah itu Islam yg seperti apakah ???”

e. **Kebiasaan Ziarah Kuburan**

Menampilkan pembahasan persamaan antara Yahudi, Syiah, dan Sufi terkait kuburan. Konten ini memiliki tujuh salindia, salindia pertama menuliskan "Ada kesamaan Yahud', Syiah, & Sufi Ibadah di Kuburan... ." Salindia dua hingga tiga menampilkan bagaimana praktik ketiga aliran tersebut, Yahudi dengan foto berdoa di makam, Umat Syiah yang menyentuh makam, dan peziarah di makam wali. Konten ini juga didukung melalui gambar maupun video serta membuat daftar persamaan Syiah dan Sufi pada takarir konten. Tercantum pula pada salindia terakhir yang berisi nasihat agar meminta kepada Allah.

Kelompok dominan menerima penuh bahwa Sufi setara dengan Yahudi. Penerimaan ini disampaikan dengan merendahkan kelompok lain tidak lagi dianggap sebagai saudara seiman sekalipun memeluk Agama Islam. Ini ditunjukkan dengan komentar memberikan emotikon muntah setelah kata “Sufi.”

Selain itu, terdapat pula yang menambahkan atribut negatif lain yang tidak ada di caption, namun relevan dengan narasi Salafy:

"Lah iya bener juga ya, dan juga suka musik 🤢"

Komentar ini menunjukkan bahwa dalam benak pengikut Salafi, musuh-musuh mereka yaitu Sufi dan Syiah adalah satu kesatuan yang memiliki semua sifat buruk seperti menyukai musik dan menyembah kuburan

Perlawanan muncul dari warganet yang resah dengan narasi pemecah belahan umat. Komentar yang menolak pesan tersebut bukan karena ia membela praktik kuburan, melainkan menolak cara penyampaiannya:

"Bukannya mnyatukan umat, mlh takfiri"

Warganet ini membaca pesan konten sebagai upaya memecah belah dan pelabelan kafir (*takfir*) yang berbahaya bagi persatuan umat Islam.

Menariknya, kelompok dominan (Pro) aktif mematahkan argumen oposisi. Ketika dituduh memecah belah, ini tampak ketika terdapat komentar yang membela diri dengan argumen teologis:

"Yahudi, syiah, bukan Islam, sufi menyimpang dr Islam..takfiri bgaimana?"

Bagi kelompok Pro, melabeli sesat bukanlah memecah belah, melainkan menyelamatkan akidah. Ini menunjukkan jurang pemahaman yang sangat dalam antara kedua kubu tentang definisi persatuan umat.

f. Perayaan Maulid

Konten video ini dibuka dengan visual orang-orang yang berkumpul di suatu tempat dan dinarasikan sebagai ratusan ribu muslim di Yaman berkumpul untuk merayakan Maulid Nabi Muhammad. Konten ini juga menggunakan analogi yang merendahkan dengan perbandingan jumlah umat Nasrani, Hindu, dan Buddha yang lebih banyak dibandingkan pemeluk Agama Islam. Ini dianggap sebagai analogi bila banyak

yang memperingati maulid sebagai praktik yang salah dan disamakan dengan kafir.

Pada kolom komentar, komentar dominan merasa terhibur dan dikuatkan oleh narasi ini. Mereka memandang status minoritas mereka bukan sebagai kelemahan, melainkan tanda menjadi seorang yang terpilih.

"LIAT WOE SEBANYAK ITU TIDAK MENGENAL SUNNAH... KITA DAPAT RAHMAT ALLAH MASIH SEDIH ?"

Komentar ini memandang jutaan orang yang merayakan Maulid sebagai objek kasihan yang tersesat. Ini juga ditampilkan dengan nada yang mendukung poin tersebut dengan komentar:

"Neraka penghuni nya banyak lho."

Perlawanan datang dari warganet yang menyerang cacat logika konten.

"Lha di Indonesia umat Islam lebih banyak dari umat yg lain, berarti Islam di Indonesia belum tentu benar dong..."

Warganet ini membalikkan senjata admin akun bila banyak adalah salah maka Islam di Indonesia juga harus dianggap salah.

g. Kritik Praktik Zikir atau Maulid

Membahas terkait musik sekalipun dalam majelis. Dalam audionya merupakan potongan ceramah yang berdasarkan sumber yang dicantumkan dari Ustad Firanda Andirja, M. A. yang menjelaskan bila mengakui Nabi Muhammad sebagai rasul maka perlu mengikuti caranya. Dalam konten juga menyoroti penggunaan musik yang dinilai berlebihan dalam majelis dan memberi penekanan dengan memberi warna kuning pada beberapa kata, yaitu “Joget joget,” “Apa lagi pakai DJ,” “Pengikut Samiri,” dan “Patung Sapi.”

Investigasi komentar menunjukkan keberhasilan konten dalam melakukan nilai kebaikan dalam acara zikir maupun maulid. Ini tampak dengan munculnya komentar dengan beberapa kata kunci seperti "Konser" atau "Rok" (*Rock music*). Penggunaan kata-kata ini menunjukkan bahwa acara tersebut telah kehilangan nilai spiritualnya. Selain itu, terdapat memojokkan sebuah kelompok dengan plesetan, seperti, "*ngaaaNU*" yang ditujukan untuk menyerang Nahdlatul Ulama (NU). Hal ini mengonfirmasi bahwa dalam persepsi

warganet Salafi, praktik ini identik dengan ormas tersebut.

Berdasarkan teori *Encoding/Decoding*, respons warganet didominasi oleh posisi dominan yang memandang ritual tersebut dengan tatapan sinis dan jijik:

Posisi Dominan menunjukkan penolakan estetika dan teologis. Kelompok dominan menerima pesan bahwa zikir tersebut adalah sebuah penyimpangan yang memalukan.

"Inget konser ya.. 🙏 "

Komentar ini menunjukkan bahwa *framing* "Majelis Joget" yang dibuat oleh kreator berhasil masuk ke alam bawah sadar warganet. Mereka menilai ritual tersebut menggunakan standar estetika hiburan, bukan standar

spiritualitas. Dukungan juga muncul dalam bentuk serangan kepada otoritas tradisional.

"Mana nih suara pengikut habib, begitukah ritual kalian ???"

Ini menunjukkan bahwa konten ini dijadikan amunisi untuk meruntuhkan kredibilitas para Habaib yang selama ini menjadi panutan kaum tradisional.

Konten ini juga memantik respons emosional berupa pengakuan kesalahan masa lalu.

"Astaghfirullah kita salah memilih"

Komentar pendek ini mengindikasikan dampak kuat dari narasi Salafi. Konten yang menampilkan sisi aneh dari kelompok lain efektif membuat warganet yang masih awam merasa ragu dengan pilihan keagamaan mereka sebelumnya, dan akhirnya merasa tercerahkan.

Berdasarkan analisis netnografi pada 10 konten akun Instagram @akun_salafy, ditemukan bahwa pola konsumsi warganet didominasi oleh persepsi dengan menerima secara mutlak dari konten. Mayoritas komentar tidak sekadar menyetujui pesan, tetapi juga menegaskan konstruksi bahwa Salafi adalah satu-satunya standar, sementara kelompok lain diposisikan sebagai pihak yang salah atau menyimpang. Meskipun demikian, dinamika posisi oposisi dan negosiasi tetap muncul di ruang interaksi. Kelompok ini hadir

menantang narasi tunggal admin dengan mempertanyakan inkonsistensi logika yang dibangun, serta mengkritik keras kecenderungan admin dalam melakukan pelabelan negatif (*negative labeling*) terhadap sesama Muslim.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Konstruksi pesan dakwah Islam pada konten akun *Instagram* @akun_salafy tampak didasarkan kepada ideologi yang mutlak dan kaku. Secara teologis, akun ini menyederhanakan persoalan *khilafiyah* seperti hukum musik dan maulid menjadi dikotomi mutlak antara *haq* dan *batil*. Strategi ini dijalankan dengan menyembunyikan keragaman pendapat ulama dan melakukan delegitimasi terhadap kelompok Islam lain. Akun ini juga memanfaatkan momentum konflik sosial di media massa untuk membingkai (framing) Manhaj Salaf sebagai satu-satunya alternatif keberagamaan yang rasional, ilmiah, dan murni.

Sementara itu, dalam konsumsi warganet terhadap konten-konten akun ini tampak merespons pesan dakwah tersebut secara dominan-hegemonik. Konten dakwah tidak sekadar diterima sebagai informasi, melainkan berfungsi sebagai instrumen konversi identitas. Kolom komentar bertransformasi menjadi ruang testimoni bagi warganet untuk menyatakan "hijrah" menjadi seorang Salafi.

Fenomena ini melahirkan mentalitas superioritas intelektual dan eksklusivisme semu. Pengikut akun merasa menjadi bagian dari kelompok terpilih yang memegang kebenaran tunggal, sehingga cenderung memandang sinis praktik keberagaman kelompok lain, meskipun resistensi dari kelompok oposisi tetap muncul di ruang komentar.

B. Saran

1. Saran Akademik

Penelitian ini memperluas bagaimana melihat konten di media sosial terutama dakwah Islam yang tidak hanya membedah dengan kajian teks saja. Kajian teks analisis wacana kritis di media digital juga dapat melihat respons dari warganet dengan bantuan pendekatan netnografi. Metode netnografi yang diadaptasi dari etnografi untuk di ruang maya menjadi pelengkap dalam analisis teks. Cara tersebut juga masih terbuka luas untuk digunakan dalam kajian media digital.

2. Saran bagi Pemangku Kebijakan, Praktisi dan Masyarakat

Penelitian ini menyarankan bagi pemerintah bersama organisasi masyarakat (Ormas) keagamaan perlu merumuskan pedoman etika dakwah di ruang

digital. Pedoman ini bertujuan untuk memitigasi narasi kebencian tanpa membatasi kebebasan berpendapat. Sinergi antara pemerintah, tokoh agama, dan platform media sosial mutlak diperlukan untuk menciptakan ekosistem dakwah digital yang menyejukkan dan mencerdaskan. Selain itu, juga pada pelaksanaan pedoman tersebut baik secara sosialisasi, pelaksanaan, dan pengawasan.

Dengan adanya pedoman tersebut, Dai perlu mengisi ruang digital dengan narasi yang lebih adaptif dan inklusif. Dakwah tidak seharusnya hanya berisi penghakiman "benar-salah", tetapi juga memberikan edukasi yang menghargai keragaman budaya. Dai juga berperan penting sebagai agen literasi digital untuk membimbing umat dalam mengurasi informasi keagamaan yang valid.

Terakhir, masyarakat secara mandiri perlu melakukan pengecekan kembali informasi yang diterimanya. Selain itu, masyarakat juga dapat membantu dalam kontrol dakwah digital.

Daftar Pustaka

Buku

- Accardo, Pierfranco, Rachel Ashman, Michael Bartl, Stefan Biel, Volker Bilgram, Luisella Bovera, Constance Casper, dkk. 2020. *Netnography Unlimited: Understanding Technoculture Using Qualitative Social Media Research*. Disunting oleh Robert V. Kozinets dan Rossella Gambetti. *Netnography Unlimited*. Routledge. doi:10.4324/9781003001430.
- Adeni. 2022. *Studi Dakwah Dalam Lanskap Kontemporer*. Semarang: Fatawa Publishing.
- Aisyiyah, Putri. 2021. *Literasi media: Sketsa Khalayak di Hadapan Media*. Malang: Intans Publishing.
- Al-Hambali, Syaikh Musthafa Hamdu 'Ulllayan. 2018. *Antara Madzhab Hambali dengan Salafi Kontemporer: Perbedaannya dalam Bidang Fikih, & Tasawuf*. Disunting oleh Abu Fatih. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- An-Nawawi, Imam. 2014. *Syarah Shahih Musllim*. Jakarta Timur: Darus Sunnah Press.

- Asqalani, Al Imam Al Hafiz Ibnu Hajar Al. 2016. *Fathul Baari: Penjelasan Kitab Sahih Al Bukhari*. Vol. 17. Jakarta Selatan: Pustaka Azzam.
- Basri, Helmi. 2023. *Berinteraksi dengan Hadis antara Realita dan Idealita: Menyingkap Penyimpangan Kelompok Liberal, Syi'ah, Sufi, dan Aliran Kalam dalam Memahami Hadis*. Jakarta: Kencana.
- Berger, Peter L., dan Thomas Luckmann. 2014. *Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan*. Jakarta: Penerbit LP3ES.
- Bourdieu, Pierre. 2020. *Bahasa dan Kekuasan Simbolik*. Disunting oleh Muhammad Ali Fakhri. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Bungin, Burhan. 2023a. *Cyberphenomenology Research Procedure: Social Media, Big data, dan Cybercommunity untuk Ilmu Sosial-Humaniora: Kritik Terhadap Moustakas*. Jakarta: Kencana.
- . 2023b. *Netnography: Social Media Research Procedure, Big Data, & Cybercommunity Kritik Terhadap Kozinets*. Jakarta: Kencana.
- Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Disunting oleh Nurul Huda. Bantul: LKiS Yogyakarta.

- Fairclough, Norman. 2013a. *Critical Discourse Analysis*. New York: Routledge.
- . 2013b. *Real Language Series*. New York: Routledge.
- . 2025. *Analisis Wacana dan Perubahan Sosial: Aneka Pendekatan Terhadap Analisis Wacana Kritis*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Fakhruroji, M. 2017. *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Hall, Stuart. 1973. *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Birmingham: Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham.
- Haryatmoko. 2017. *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis): Landasan Teori, Metodologi, dan Penerapan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ilaihi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Disunting oleh Adriyani Kamsyah. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Jum'ah, Ali. 2013. *Menjawab Dakwah Kaum "Salafi": Jawaban Ilmiah terhadap Pemahaman dan Cara Dakwah Kaum "Salaf-Wahabi."* Jakarta: Khatulistiwa Press.

- Karimah, Ahmad Mahmud. 2017. *Kritik Salafi Wahabi: Meluruskan Kesalahpahaman tentang Ketuhanan, Kenabian, Bid'ah, Takfir, Jihad, dan Terorisme*. Disunting oleh Bagus Irawan. Depok: Sahifa Publishing.
- Muhammad, Nur Hidayat. 2019. *Salafi Wahabi Bukan Pengikut Salaf*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Muljono, Pudji. 2012. *Metodologi Penelitian Sosial*. Disunting oleh Putri Komalasari. Bogor: Penerbit IPB Press.
- Munir, Arsyul. 2021. *Memahami Akar Teologi Kekerasan Salafisme*. Tasikmalaya: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial: Prosuder, Tren, dan Etika*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Poloma, Margarer M. 1994. *Sosiologi Kontemporer*. Depok: Rajawali Pers.
- Prajarini, Dian. 2020. *Media Sosial Periklanan - Instagram*. Sleman: Deepublish.
- Priowidodo, Gatut. 2020. *Monograf Netnografi Komunikasi: Aplikasi pada Tiga Riset Lapangan*. Disunting oleh Prajna Vita. Depok: RajaGrafindo Persada.

- Shihabuddin, A. 2013. *Membongkar Kejumudan: Menjawab Tuduhan-tuduhan Salafi Wahabi*. Disunting oleh Taufik Rahman. Jakarta Selatan: Noura Books.
- Sudiby, Agus. 2021. *Tarung Digital: Propaganda Komputasional di Berbagai Negara*. Disunting oleh Galang Aji Putro. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Suhandang, Kustadi. 2013. *Ilmu Dakwah*. Disunting oleh Engkus Kuswandi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Syahrudin, Mahdar, Abdul Sarlan, Asmurti, dan Muslan. 2023. *Fenomena Komunikasi di Era Virtualitas: Sebuah Transisi Sosial Sebagai Dampak Eksistensi Media Sosial*. Cirebon: CV. Green Publisher Indonesia.
- Syukur, Fatah, Muhammad Sulthon, Nasihun Amin, Rokhmadi, Moh. Nor Ichwan, Tajuddin Arafat, Ikhrom, dkk. 2024. *Panduan Penulisan Karya Ilmiah: Pascasarjana UIN Walisongo*. Semarang: Pascasarjana UIN Walisongo.
- Wahid, Abdul. 2019. *Gagasan Dakwah: Pendekatan Komunikasi antar Budaya*. Jakarta Timur: Kencana.

Artikel Jurnal

- Akmaliah, Wahyudi. 2020. "The demise of moderate Islam: New media, contestation, and reclaiming religious authorities." *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* 10 (1). Postgraduate Program State Institute of Islamic Studies: 1–24. doi:10.18326/ijims.v10i1.1-24.
- Ananda, Rifki Abror, Muh. Khamdan, dan Ahmad Khoirul Fata. 2024. "Salafisme di Indonesia: Identitas dan Kontestasi Ideologi di Indonesia." *Al-Ijtihad* 10 (3). Universitas Gadjah Mada - Faculty of Social and Political Sciences: 290. doi:10.22146/jsp.72138.
- Ariyadi, Mohamad Noor, Fajar Al Arif, dan Dadang Herli. 2024. "Penegakan Hukum Pidana Terhadap Pelaku Ujaran Kebencian di Media Sosial Menggunakan Akun Palsu." *Journal of Innovation Research and Knowledge* 4 (6).
- Billah, Rodina, Mukhammad Zamzami, Wael Hegazy, dan Muhammad Lutfi. 2025. "Framing Religious Pluralism as Deviation." *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 26 (1). Al-Jamiah Research Centre: 27–43. doi:10.14421/esensia.v26i1.6304.
- Caniagos, Fauzi, dan Juhridin. 2024. "TikTok: Memahami Dinamika Konten Islami dalam Era Digital." *Jurnal SOMA* 3 (1).

- Faridah, Rahma Melati Amir, Hanafiah Bin Budin, Andi Azhar, dan Sri Nurul Mawaddah. 2025. “Strategi Dakwah di Media Sosial.” *RETORIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam* 7 (1). Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai: 1–27. doi:10.47435/retorika.v3i1.577.
- Habibi, Muhammad Irfan. 2025. “Narasi Maulud Nabi oleh Akun Anonim Berlatar Salafi di Instagram.” *Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital*, Juli. Universitas Islam Bandung (Unisba), 25–32. doi:10.29313/jrjmd.v5i1.5818.
- Haryadi, Didid. 2020. “Otoritas Keagamaan Baru: Habitiasi dan Arena Dakwah Era Digital.” *Islamic Insights Journal* 02 (2): 69–82.
- Hidayatullah, Rahmat. 2024. “Otoritas Keagamaan Digital: Pembentukan Otoritas Islam Baru di Ruang Digital.” *Journal Ilmu Ushuluddin* 10 (2): 1–16. doi:10.15408/ushuluna.v10i02.
- Kulsum, Umi, dan Deden Mauli Drajat. 2021. “Strategi Konten Dakwah Salafi di Instagram.” *Al Mubin: Islamic Scientific Journal* Vol. 4 No. 1.
- Kurnia, Ari. 2017. “Fenomena Akun Anonim di Media Sosial Sebagai Sumber Informasi dan Ekonomi: Analisis Wacana Akun Instagram Lambe Turah.” *Journal Communcation Spectrum* Vol. 4 No. 2.

- Luthfia, Anisatul. 2024. "Peran Media Sosial terhadap Pengetahuan Keagamaan Remaja Muslim." *Moral: Jurnal kajian Pendidikan Islam* 2 (1). Asosiasi Riset Ilmu Manajemen dan Bisnis Indonesia: 117–24. doi:10.61132/moral.v2i1.529.
- Machmiyah, S. 2020. "Mediasi Kesalehan Selebriti Perempuan Hijrah di Media Sosial." *Widya Komunika* 10 (1).
- Muary, Rholand, Neila Susanti, dan Puteri Atikah. 2025. "Salafis and Social Media: The Emergence of Islamic Populism in Indonesia." *Jurnal Sosiologi Agama* 18 (2). Al-Jamiah Research Centre: 151–70. doi:10.14421/jsa.2024.182-02.
- Ni'am, Mohammad Fattahun. 2024. "Anak Muda dan Media: Dakwah Sheikh Assim di Media Sosial Sebagai Basis Transmisi Salafisme di Indonesia." *Dialog* Vol. 47 No. 1 (Juni).
- Pramana, M Agung. 2023. "Salafi Online: Dakwah Salafi Pada Akun Instagram @dakwah_tauhid." *Idarotuna* 5 (1). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau: 63. doi:10.24014/idarotuna.v5i1.22792.
- Rabbani, Imdad. 2017. "Salafiyah: Sejarah dan Konsepsi." *Tasfiyah* 1 (2). Universitas Darussalam Gontor: 245. doi:10.21111/tasfiyah.v1i2.1853.

- Rachman, Arief, Theguh Saumantri, dan Taufik Hidayatulloh. 2025. "Jurnal Ilmu Dakwah Transformation of religious authority in the digital era: A post-normal times analysis by Ziauddin Sardar on the phenomenon of social media da'wah." *Jurnal Ilmu Dakwah* 45 (1): 107–22. doi:10.2158/jid.45.1.25644.
- Repi, Predi Ari, Zulfahmi Lubis, Misra Nora Dayantri, Sindi Pramita, dan Ummi Nadrah Nasution. 2024. "Kewajiban Menuntut Ilmu dalam Hadits." *Tarbiatuna: Journal of Islamic Education Studies*.
- Royanulloh, Thiyas Tono Taufiq, dan Komari. 2022. "Representation of The Meaning of The Expression of Hijrah for Urban Muslim Community Through Instagram: A Virtual Ethnographic Study." *Journal of Islamic Civilization* 4 (1). Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya: 68–80. doi:10.33086/jic.v4i1.2852.
- Silaswati, Diana. 2018. "Analisis Wacana Kritis Dalam Pengkajian Wacana." *Metamorfosis* 12 Nomor 1.
- Solikhati, Siti, Heddy Shri Ahimsa Putra Putra, dan Heru Nugroho. 2015. *Banalitas Simbol Keagamaan dalam Sinetron Religi: Analisis Tayangan Sinetron "Bukan Islam KTP" di SCTV*. Vol. 35.

Sulistio, Suryanto, Abdullah Hadziq, dan Sefa Bulut. 2020. “*The Mediating Effect of Group Identity and Religious Fundamentalism on The Association of Intergroup Contact With Prejudice.*” *Psikohumaniora* 5 (2). State Islamic University Walisongo Semarang Faculty of Psychology and Health: 169–84. doi:10.21580/pjpp.v5i2.6486.

Karya Ilmiah

Aini, Fatimatuzahrotul. 2022. “Pesan-pesan Poligami di Akun Media Sosial KH. Hafidin: Analisis Wacana Kritis Sara Mills.” Semarang: UIN Walisongo Semarang.

Mudhofi, M. 2023. “Pengarutamaan Narasi Ahl Al-Sunnah Wa Al-Jama’ah Al Nahdiyyah di Era New Media.” Semarang: UIN Walisongo Semarang.

Artikel Daring

Aisyah, Novia. 2022. “Ketahui Kategori Hasil Tes Iq, Kalau Kamu Termasuk yang Mana?” *detikedu*. Maret 28. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6004023/ketahui-kategori-hasil-tes-iq-kalau-kamu-termasuk-yang-mana>.

- akun_salafy. 2025. "Profil Instagram @akun_salafy." *Instagram*.
Diakses November 21.
https://www.instagram.com/akun_salafy/.
- Azhari, Muhammad Rafi. 2024. "Cara Membuat Postingan Kolaborasi di Instagram." *Tempo.co*. November 7.
<https://www.tempo.co/digital/cara-membuat-postingan-kolaborasi-di-instagram-1164960>.
- Hosen, Nadirsyah. 2024. "Apa Konteks dan Makna Hadits Barang Siapa Menyerupai Suatu Kaum, Maka Dia Termasuk Bagian dari Mereka?" *NU Online Jabar*. Mei 20.
<https://jabar.nu.or.id/keislaman/apa-konteks-dan-makna-hadits-barang-siapa-menyerupai-suatu-kaum-maka-dia-termasuk-bagian-dari-mereka-29MWL>.
- Krisdamarjati, Y. A. 2020. "Mengapa Disinformasi Mudah Tersebar?" *Kompas.id*, Oktober 21.
- Muhammad, Hiro Rajendra. 2024. "Media Dakwah di Era Digital Untuk Masyarakat Urban." November 15.
<https://informatics.uii.ac.id/2024/11/15/media-dakwah-di-era-digital-untuk-masyarakat-urban/#:~:text=Media%20sosial%20merupakan%20salah%20satu,Youtube%2C%20Tiktok%2C%20dan%20sebagainya>.

Pengembang KBBI Daring. 2016. “Garis Bawah.” *Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah Republik Indonesia*.
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/garis%20bawah>.

Tim Editor Kumparan.com. 2024. “9 Fitur Instagram dan Fungsinya untuk Bisnis dan Branding.” *Kumparan.com*. Agustus 22. <https://kumparan.com/how-to-teknologi/9-fitur-instagram-dan-fungsinya-untuk-bisnis-dan-branding-23NLegV0969/full>.

Lampiran

A. Takarir dan Komentar Konten Hukum Merayakan Maulid

Takarir:

Sobat fillah, biasakan membaca caption/artikel link terkait sebelum berkomentar, jazakumullah jazakunnallah khairan barakallahu fiikum

Perlukah Memperingati Hari Kelahiran Nabi?

Sebagian yang merayakan Maulid Nabi pada 12 Rabi’ul Awwal beralasan bahwa perayaan tersebut dimaksudkan untuk memperingati kelahiran Nabi Muhammad ﷺ. Apakah alasan ini bisa melegalkan perayaan Maulid Nabi?

Nabi ﷺ tidaklah pernah memerintahkan umatnya untuk memperingati maaulid dan tidak pernah memerintahkan mengingat kelahiran, karakter istimewa, mukjizat, sirah dan akhlak mulia Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam secara khusus melalui peringatan maulid. Bahkan hal ini merupakan bid’ah yang diada-adakan sepeninggal beliau shallallahu ‘alaihi wa sallam. Bid’ah maulid mulai

muncul sekitar 600 tahun sepeninggal beliau. Padahal mengenai perkara bid'ah telah diperingatkan oleh Nabi ﷺ sendiri,

مَنْ أَحَدَثَ فِي أَمْرِنَا هَذَا مَا لَيْسَ مِنْهُ فَهُوَ رَدٌّ

“Barangsiapa membuat suatu perkara baru dalam agama kami ini yang tidak ada asalnya, maka perkara tersebut tertolak.” [HR. Bukhari no. 20 dan Muslim no. 1718]

Beliau ﷺ juga bersabda,

مَنْ عَمِلَ عَمَلًا لَيْسَ عَلَيْهِ أَمْرُنَا فَهُوَ رَدٌّ

“Barangsiapa melakukan suatu amalan yang bukan ajaran kami, maka amalan tersebut tertolak.” [HR. Muslim no. 1718]

Hadits-hadits semacam ini menunjukkan tercelanya peringatan maulid dan perayaan tersebut merupakan perayaan yang mardud (tertolak).

🌐 source : <https://muslim.or.id/19482-perlukah-memperingati-hari-kelahiran-nabi.html> Copyright

© 2025 muslim.or.id

📖 inspired by : [@thesunnah_path](#)

👤 design by : [@adjiepam.dj](#)

[#islamupdate](#) [#bidah](#) [#dakwahalussunnah](#) [#dakwahislamid](#) [#islamicworld](#) [#islamicremindersdaily](#)
[#quranandsunnah](#) [#dakwahislami](#) [#dakwahtauhid](#) [#dakwahsunnah](#)

Komentar:

No.	Kategori	Isi Komentar
1	P	"Barakallahu fiikum"
2	P	"Yang dirayakan sekarang tanggal kelahiran Beliau... 12 Rabiul awal yang belum tentu benar... ada yang berpendapat bahwa tanggal 12 Rabiul awal adalah tanggal wafatnya Rasulullah..."
3	P	"@hidayatbulan na'am"

No.	Kategori	Isi Komentar
4	K	<p>"Yg pea knp hrs di samain kya ied 🤔🤔🤔,otaknya dmn itu ya, kl ied udh syariat 🤔🤔🤔🤔, belok aja bnyk gaya 🤔🤔"</p>
5	P	<p><i>(Balasan Admin)</i> "afwan otak antum kenapa? bermasalahkah? ternyata antum punya hobby atau kerjaan mampir di akun-akun salafy... saran ana daripada isi feed antum cuma foto-foto aja alangkah baiknya diisikan dengan berbagai kajian ilmu..."</p>
6	K	<p>"spertinya kata' itu cocok buat antum, ilmu itu luas g sempit.. apalagi persoalan dalil... ini bkn persoalan akun salafy atau apa tp persoalan</p>

No.	Kategori	Isi Komentar
		pemahaman umat mengenai dalil... kyiai udh sering blg, paling berbahaya memainkan dalil tp potensi merusak..."
7	P	<i>(Balasan Admin)</i> "dalil mana yg merusak akhi? dalil maulid merusak islam? coba antum tanyakan kepada asatidz seperti Ustadz @khalidbasalamahofficial... adakah diantar asatidz yg saya mention ini setuju Maulid Nabi itu benar?"
8	K	"yg situ sebutin itu yg sering di bungkam sm ahli fiqih jawa timur.. dalil itu bnyk dan punya terjemahan berdasar dari tindakan... knp sya blg pea hrs di smakan dengan ied, krna ied itu hari raya, sedangankan maulid itu

No.	Kategori	Isi Komentar
		perayaan,, bedakan hari raya dengan perayaan yg udh sangat jelas beda konteks.."

B. Takarir dan Komentar Konten Kritik Terhadap Musik Religi

Takarir:

Tak apa-apa bermusik, asalkan liriknya baik [#musikharam](#) [#music](#) [#salafi](#)

Transkrip audio video:

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
00:00 - 00:13	Hadad Alwi (Orasi Asli)	Yang pakai hijab, yang enggak pakai hijab, yang pakai tato, yang pakai anting satu, yang pakai topi terbalik... Anda punya hak yang sama mencintai Rasulullah!

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
00:14 - 00:22	Visual / Ambience	<i>(Visual beralih ke suasana konser malam hari, perempuan berjoget, musik remix kencang. Tidak ada narasi, hanya suara riuh musik).</i>
00:23 - 00:30	Narator (Voiceover)	Apakah begini ekspresi bentuk cinta kepada Rasulullah? Lirik yang dianggap baik saja, tak bisa mengubah yang haram menjadi halal.

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
00:31 - 00:38	Narator (Voiceover)	Ketika Allah dan Rasul-Nya mengharamkan musik, tetapi hambanya yang fasik mengatakan "Enggak apa-apa yang penting liriknya baik", maka beginilah jadinya.
00:39 - 00:43	Narator (Voiceover)	Sungguh benar Allah dalam segala firman-Nya.
00:44 - 00:53	Narator (Voiceover)	"Barangsiapa tidak memutuskan perkara berdasarkan apa yang diturunkan Allah, maka mereka itu adalah orang-orang yang fasik." Surat Al-Maidah ayat 47.

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
00:54 - Selesai	Narator (Voiceover)	Maka silakan pilih. Mau ikut Allah dan Rasul-Nya, atau ikut hawa nafsunya?

Komentar:

No.	Kategori	Isi Komentar
1	P	"Naudzubillahimindzalik ☹️.. yg ada juga semua yg disebutin punya hak untuk bertaubat dan mencintai Allah dan rasulullah dgn cara meninggalkan larangan Allah dan mencintai Sunnah Nabi."

No.	Kategori	Isi Komentar
2	P	"Dia orang Syiah kan?"
3	P	"aliran sesat, mulia dengan manhaj salaf"
4	K	"Gak musik ga makan hehe"
5	P	"Alhamdulillah SDH kenal manhaj salaf"

No.	Kategori	Isi Komentar
6	P	"Itulah ,, nama Allah dan rosul di agung2kan seperti ini,, aku jadi sedih dengarnya,,, paling kesel itu ketika takbiran di remix pake DJ astaghfirullah"
7	P	"Itukan Haddad Alwi Syi'ah"
8	P	"Ya Allah ko bisa ada yg sperti ini menyesatkan umat 🙄"

No.	Kategori	Isi Komentar
9	P	"BABI DIMANDIKAN PAKE AIR ZAM ZAM, DIMINUMKAN AIR ZAM ZAM, TIDAK AKAN MENGUBAH DAGING BABI ITU JADI HALAL"
10	P	"Syiah dikasih panggung ya gini 🕯️ "
11	K	"WAHABI ini kaku ya? 🤪 "
12	N	"Tp ulama2 aswaja atau sprti uah , uas mereka juga punya dalil klw musik diperbolehkan, itu gmana min???"

No.	Kategori	Isi Komentar
13	P	"Haram"
14	K	"Bang coba lantang bicara soal konser musik di tanah Arab dong, tanah yang dibanggakan WAHABI, Konser di Al Ula, lebih telanjang dibandingkan konser di Indonesia"
15	P	"MULIADENGANMANHAJSALAF"

No.	Kategori	Isi Komentar
16	K	"Alhamdulillah semoga panjang umur pak Hadad Alwi... Semoga kaum yang merasa paling benar ini akhir hayatnya berucap yang bagus", takutnya meninggal pas lagi ngomongin orang..."
17	N	"Seandainya Rasulullah hidup dizaman kita, apakah Rasulullah meridhoi perdebatan ini:)"
18	P	"Konten propaganda 🖐️ 🙄"
19	P	#syiahbukanislam"

No.	Kategori	Isi Komentar
20	K	"Bismillah. Di munas Muhammadiyah ktk acara pembacaan " LAGU MARS MUHAMMADIYAH " juga diiringi DG INSTRUMENT MUSIK... KNapa....orang SALAFI tdk berani MENYENGGOL MEREKA... BERANINYA NYENGGOL ULAMA ASWAJA - NU"
21	P	"Penyanyinya be like.. "hahahahaa... penyesatan yg kulakukan berhasil lewat lirik lagu... 😊""
22	P	"Seseorang yang beragama muslim akan di cap syi'ah oleh kaum wahabi jika mereka bernyanyi dan bermusik"

No.	Kategori	Isi Komentar
23	P	"Hadad syi'ahlawi"
24	P	"ADEGAN TIDAK UNTUK DITIRU ✕🚫"
25	P	"Orang syiah kok dikasih panggung 😏"
26	P	"Astaghfirullah, sedih liatnya 🙄🙄🙄"
27	P	"musik yg haram itu ada bunyi2an dari suara piring atau alat masak tetangga yang susah makan"

No.	Kategori	Isi Komentar
28	K	"Kesalahan berpikir aowowowkkk, konservatif2 🤔 "
29	P	"Min next tentang air mineral yg harga 5K terus tiba-tiba di tambah doa harga nya bisa ratusan dan kenapa bisa terjadi Min"
30	P	"Barusan anakku yg 4 tahun lihat ini, "umi ganti ah, gak sopan itu" Anak kecil aja bisa menilai"

C. Takarir dan Komentar Konten *Tasyabuh* dalam Perayaan Ulang Tahun

Takarir:

Silahkan di share, save, repost. Tidak perlu izin

Komentar:

No.	Kategori	Isi Komentar
1	P	"Apalagi Maulid, katanya ulang tahun nabi 😊 😊"
2	P	"Astagfirullah ini sya lg berusha utk tdk kaya gitu lg tp ada ajh masih suka kelabasan astagfirullah 🙄"
3	P	"Susah banget sekarang menghindari yg ngajakin dalam perayaan ultah. Ngajak sokongan uang untuk beli kur ultah"

No.	Kategori	Isi Komentar
		guru, anak dikasih kue ultah oleh tantenya... Ya Allah selamatkan kami 😊 "
4	P	"Rosululloh SAW, bersabda , jangan banyak bertanya... tinggalkan saja sesuatu amalan yang aku melarang... banyak orang keliru bahwa suatu amalan yang tidak ada contoh dari nabi berarti tidak ada syareat dalam Islam, bahkan dianggap amalan bidah..."
5	K	"Ngelawak aja konten nya"

No.	Kategori	Isi Komentar
6	K	<p>"Ulang tahun itu tradisi atau budaya , memang bukan agama... Tak mungkin hidup manusia statis tak berubah... Budaya dari siapapun jika kita suka dan dirasa baik boleh dong ditiru... Maja beragama harus pakai logika agar tidak kuper"</p>
7	K	<p>."..ulang tahun boleh² saja"</p>

D. Takarir dan Komentar Konten Bahaya Aliran Syiah yang Dikaitkan dengan Tokoh Agama Takarir:

📖 Syiah adalah golongan zindiq dan bukan Islam

▫ Imam Malik Rahimahullah Berkata:

"Orang yang mencaci maki para sahabat Nabi, mereka tidak memiliki saham atau bagian di dalam Islam"

📖 (Al-Khallal dalam kitab *As-Sunnah* 1/493 & Ibnu Battah dalam *al-Ibaanah as-Shughra* hal 162)

▫ Imam Malik Rahimahullah berkata:

"Karena mereka (Syiah) membenci para sahabat, maka dia pun kafir berdasarkan ayat ini

📖 (QS. 48: 29)" (Tafsiir Ibnu Katsiir IV/219)

▫ Yunus bin Abdul A'laa berkata :

"Aku mendengar al-Imam asy-Syafi'i, apabila menyebut SYT'AH ROFIDHOH, beliau pun mencela mereka dengan CELAAN yang PALING BURUK, lalu beliau mengatakan: "Mereka itu komplotan yg paling jahat !!"

📖 (Manaaqibusy Syaafi'i 1/468 oleh Imam al- Baihaqi)

▫ Dari al-Buwaithiy, "Aku bertanya kepada Asy-Syaafi'i :

"Apakah aku boleh sholat di belakang seorang Roofidhiy (syi'ah)?" Beliau menjawab: "JANGANLAH kamu shalat di belakang seorang ROOFIDHIY (Syi'ah), Qadariy dan Murji'i"

📖 (Siyar A'laamin Nubalaa' 10/31)

▫ Imam Ahmad Rahimahullah berkata :

"Mereka (SYT'AH) adalah golongan yang menjauhkan diri dari sahabat NABI & mencelanya, menghinanya, dan juga mengkafirkannya, kecuali hanya 4 orang saja yang tidak mereka kafirkan yaitu Ali, Ammar, Miqdad dan Salmaan. Golongan Roofidhoh (Syi'ah) ini sama sekali bukan Islam"

📖 (Kitabus Sunnah hal 82)

◦Imam Ibnu Hazm Rahimahullah berkata :

"Syiah Roofidhoh tidak termasuk kaum MUSLIMIN. Dia kelompok yang muncul pertama kali 25 tahun setelah wafatnya Rasulullah. Roofidhoh adalah kelompok yang berjalan mengikuti jalannya orang Yahudi & Nashaara dalam dusta & kekufuran"

📖(lihat Al-Fishol Fil Milal wan Nihal II/213)

Khomeini sebagai pemimpin tertinggi agama Syi'ah abad ini di Iran berkata :
"Sesungguhnya imam-imam (SYT'AH) kami memiliki kedudukan yang tidak dapat dicapai oleh seorang Malaikat pun yang terdekat dan juga tidak dapat diraih seorang Nabi yang diutus" (termasuk Nabi Muhammad)"

📖(Al-Hukumatul Islamiyyah hal 52)

♻️ Izin Share, Save & Repost

🚫 Don't Add Music

[#dakwahtauhid](#) [#syiahbukanislam](#) [#syiahlaknatullah](#) [#manhajsalaf](#) [#trans7](#)

Transkrip audio:

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
00:00 - 00:15	Narator (Khazanah Trans7)	Saat Idul Fitri dan Idul Adha tiba, gema takbir dikumandangkan di mana-mana. Inilah dua hari raya bagi umat Islam yang semarak dirayakan di berbagai belahan dunia.
00:16 - 00:24	Narator (Khazanah Trans7)	Namun, bagaimanakah jika ada kelompok yang mengaku muslim memiliki hari raya lain yang lebih istimewa dari Idul Fitri dan Idul Adha?

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
00:25 - 00:43	Narator (Khazanah Trans7)	Pada hari itu, mereka mengklaim bahwa Allah akan mengampuni dosa yang dilakukan selama 60 tahun... Inilah keutamaan hari raya yang disebut Idul Ghadir.
00:44 - 01:27	Wawancara Warga (Vox Pop)	<i>(Berisi potongan wawancara beberapa orang yang mengaku tidak tahu menahu atau hanya tahu kulit luar tentang perayaan Syiah/Idul Ghadir, namun tetap menghormati Imam Ali).</i>

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
01:28 - 01:48	Narator (Khazanah Trans7)	Suara mereka adalah fakta bahwa Syiah tidak mengakar di masyarakat. Ideologi Syiah ternyata hanya sebuah pemikiran tingkat tinggi yang sengaja dimainkan untuk dibenturkan dengan pemahaman Sunni.
01:49 - 02:01	Narasumber TV (Ustadz)	Di luar hari raya Idul Adha dan Idul Fitri, jika ada yang dianggap lebih hebat termasuk Idul Ghadir, itu adalah sesat. Ia bukan hanya merusak akidah umat Islam Indonesia, tetapi juga mengancam keutuhan dan persatuan umat Islam.

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
02:02 - 02:48	Visual / Teks Berjalan	<i>(Bagian ini menampilkan montase tangkapan layar tweet protes dari Husein Ja'far Hadar kepada KPI Pusat terkait tayangan Khazanah Trans7, diiringi musik latar dramatis).</i>
02:49 - 03:00	Ustadz Yazid bin Abdul Qadir Jawas	Syiah ini pengkhianat. Kadzab (pendusta) wa pengkhianat. Kaum muslimin para ulama terbunuh sepanjang sejarah dengan sebab Syiah.

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
03:01 - 03:07	Ustadz Yazid bin Abdul Qadir Jawas	Sampai dia bisa bekerjasama dengan siapa saja. Dengan Yahudi dia bisa kerjasama, dengan orang-orang kafir, untuk membunuh kaum muslimin di Baghdad.
03:08 - 03:15	Ustadz Khalid Basalamah	Sekarang umat Islam dirusak, diperangi dari dalam oleh orang Yahudi sendiri. Tapi berkedok Islam. Itulah Syiah.
03:16 - 03:29	Ustadz Khalid Basalamah	Syiah ini orang Yahudi teman-teman sekalian. Dibentuk oleh orang Yahudi, Abdullah bin Saba'. Fakta sejarah mengatakan

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
		itu, harus yakin dengan itu. Abdullah bin Saba' orang Yahudi pura-pura masuk Islam.
03:30 - 03:48	Ustadz Yazid bin Abdul Qadir Jawas	Makanya kata Imam Syafi'i, dan juga kata Syaikhul Islam, orang yang paling dusta di muka bumi ini orang Syiah. Maka jangan percaya pada orang Syiah selama-lamanya sudah. Karena mereka punya ajaran apa? Taqiyah. Bohong itu hukumnya wajib bagi mereka.

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
03:49 - 04:00	Ustadz Khalid Basalamah	Mereka pernah melakukan beberapa tahun yang lalu... orang-orang Syiah pernah masuk dari wilayah Persia di Iran dan mereka membantai jemaah haji.
04:01 - Selesai	Ustadz Khalid Basalamah	Sampai dikatakan pada saat itu darah di daerah Ka'bah itu sampai ke betis. Mereka anggap halal Ahlussunnah itu. Jadi ini berbahaya, pemahaman dari mana ini Islam?

Komentar:

No.	Kategori	Isi Komentar
1	P	"Keren yah trans 7 👍"
2	P	"Mulai seneng sm trans7 semenjak ada acara khazanah, TOP bnget Trans7 👍❤️"
3	P	"Syiah sobat NU 🙌🙌🙌"
4	P	"Org pada gerah dng trans7 karna diusik 😂😂"
5	P	"Alhamdulillah msh ada TV yg mengerti agama"

No.	Kategori	Isi Komentar
6	P	"Support @officialtrans7 for Aqidah sesuai Al Qur'an & Sunnah"
7	P	"🔗 Jejak digital program Khazanah dan Trans7... -Bahas Syiah laknatullah✅ -Bahas Maulid bid'ah✅ -Bahas Ghuluw Pondok✅... Selanjut nya semoga bisa... bahas khurafat Habib..."
8	P	"@mastercorbuzier pelajari apa itu sufi dan syiah"
9	P	"CUMAN TV INI YANG WARAS DITANAH AIR 💚"

No.	Kategori	Isi Komentar
10	P	"Mksh min,sy jd tau siapa yg bkin program favorit sy (khazanah t7) jd ilang itu gra2 ustadz yg itu 🙏 Smoga Allaah bri dia hidayah"
11	P	"Pantesan si husain ada di garda depan di barisan pemboikotan T7"
12	P	"SYIAH NGGAK MASUK SURGA 😂😂😂"
13	P	"Dijaman fitnah kaya gini, tetep fokus.. Nabi kita Nabi Muhammad Saw yang tidak pernah mengadu domba sesama manusia ❤️"

No.	Kategori	Isi Komentar
14	P	"Banyak yang kebakaran jenggot dengan yg ditayangkan @officialtrans7 , kami dukung Trans 7 mendakwahkan Tauhid"
15	N	"Syiah Sunni tuh sama aja sebenarnya,, kita cukup jdi muslim ga perlu ikut Syiah atau Sunni,, yg penting dalil kuat dan benar"
16	P	"Hingga akhirnya pindah di kampung sebelah. ada tahlilan dan kenduri... tapi semua berdiri... Tapi saya tidak , sampai ditegur suruh berdiri... karena sejak kecil tidak diajarkan bersholawat dengan music keras, apalagi sampai berdiri (maaf) seperti Nasrani"

No.	Kategori	Isi Komentar
17	N	"Yg anehnya ko yg di bahas syiah yg di videokan org" aswaja lagi solat yah apa mereka sama?"
18	K	"Menyesatkan Syiah berarti Wahabi..."
19	P	"ternyata Trans 7 syiah ngeriii bgtt ya"
20	P	"@husein_hadar ni pentolanya Syi'ah habib Syi'ah"

E. Takarir dan Komentar Konten *Ngalap Berkah* dengan Air Doa

Takarir:

IQ 150 🚀🚀

Komentar:

No.	Kategori	Isi Komentar
1	P	"Saya awam serius itu ditiup? Setau saya dalam Islam makanan dan minuman gak boleh ditiup, dikipas baru boleh."
2	P	"Masuk akal 😂😂😂"

No.	Kategori	Isi Komentar
3	P	"Kalo di pabrik ribet, kena potongan pajak, belum yg lain2....enakan gini, duit langsung masuk kantong 🙄"
4	P	"Bayarannya ga cukup"
5	P	"Jadi BA nya gitu lah ya 😂😂😂😂"
6	P	"Lah mending langsung mata air"

No.	Kategori	Isi Komentar
7	P	"Mungkin pemilik pabrik sudah kenal Sunnah dan belajar tauhid yang benar ."
8	P	"Itu napasnya kira2 bau apa? 🤢🤢🤢"
9	P	"Kenapa gak di mata airnya aja biar 1x untuk selamanya. Knp harus perbotol ya? Oia lupa namanya bisnis 😂"
10	P	"💧 nu 😂"

No.	Kategori	Isi Komentar
11	N	"@kemenag_ri... haruskah Indonesia bersatu membahasnya yg sesuai ridho Allah itu Islam yg seperti apakah ???"

F. Takarir dan Komentar Konten Hijrah ke Manhaj Salaf

Takarir:

#repost

Transkrip Video:

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
00:00 - 00:15	Narator (VO)	Beberapa waktu terakhir jagat maya dihebohkan oleh tagar boikot Trans 7. Awalnya mereka mengira seruan itu bakal didukung masyarakat luas.
00:16 - 00:25	Narator (VO)	Ternyata justru kebalikannya. Banyak orang malah mendukung Trans 7. Dan yang lebih menarik, dari kasus ini muncul gelombang baru orang-orang yang mulai hijrah.
00:26 - 00:35	Narator (VO)	Mendekat ke manhaj yang lurus, yaitu dakwah salaf. Kenapa begitu? Karena banyak masyarakat akhirnya terbuka matanya.

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
00:36 - 00:50	Narator (VO)	Mereka melihat sendiri bagaimana sebagian pesantren yang katanya tempat mencari ilmu agama, malah jadi panggung pengkultusan kiai, ajang seremonial, bahkan proyek bisnis.
00:51 - 01:05	Narator (VO)	Saat media menampilkan fakta tentang perilaku menyimpang di sebagian pondok, yang muncul bukan introspeksi, tapi marah-marah dan tudingan fitnah.

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
01:06 - 01:15	Narator (VO)	Dari situ, banyak yang mulai berpikir. Kalau benar kenapa harus takut dikritik. Dan dari situlah banyak orang mulai mencari kebenaran yang murni.
01:16 - 01:30	Narator (VO)	Mereka menemukan bahwa ajaran yang sesuai dengan Al-Quran dan Sunnah, tanpa tambahan, adalah manhaj salaf. Dakwah yang tidak memuja manusia, tidak berlebihan pada ulama, dan tidak mencampur agama dengan hiburan.

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
01:31 - 01:45	Narator (VO)	Kasus boikot Trans 7 ini justru membuka tabir. Masyarakat yang dulu fanatik terhadap kelompok tertentu, kini mulai membandingkan. Kenapa dakwah salafi tegas tapi tetap berpegang pada dalil.
01:46 - 02:00	Narator (VO)	Sementara kelompok lain sibuk dengan pembelaan tanpa arah, hanya karena kiai kami disinggung. Banyak yang akhirnya berkata, "Selama ini saya diajari cinta ulama, tapi tidak diajari mencintai dalil."

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
02:01 - 02:15	Narator (VO)	Dari situ satu-persatu mulai mendengarkan kajian salafi. Mereka menemukan kedamaian baru. Kajian yang berisi ilmu bukan nyanyian. Isi yang menambah iman bukan emosi.
02:16 - 02:30	Narator (VO)	Dan penjelasan yang bersandar pada hadits bukan karangan manusia. Lucunya, semakin keras kelompok yang marah-marah di media sosial membela pesantren, semakin banyak orang penasaran.

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
02:31 - 02:45	Narator (VO)	Dan dari belajar, tumbuh keyakinan. Bahwa ternyata, yang selama ini dituduh keras dan eksklusif, justru paling jujur dan konsisten dalam menjaga kemurnian Islam.
02:46 - 03:00	Narator (VO)	Akhirnya kasus boikot Trans 7 tidak hanya gagal menjatuhkan media itu, tapi malah membuka pintu hidayah bagi banyak orang. Mereka yang dulu ragu dengan dakwah salaf, kini justru berterima kasih.

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
03:01 - 03:15	Narator (VO)	<p>Karena dari kegaduhan inilah mereka mulai mengenal apa itu Islam yang lurus. Islam tanpa tambahan, tanpa kultus, tanpa amplop.</p>
03:16 - 03:25	Narator (VO)	<p>Dan mungkin inilah bukti bahwa kebenaran tidak bisa dikubur dengan kemarahan. Semakin ditutup, semakin banyak orang penasaran. Semakin dicaci, semakin besar yang mencari.</p>

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
03:26 - Selesai	Narator (VO)	Dan pada akhirnya, siapa yang jujur dalam agama akan tetap berdiri tegak, walau di tengah fitnah yang paling besar.

Komentar:

No.	Kategori	Isi Komentar
1	P	Alhamdulillah sudah hijrah ke manhaj salaf, semoga istiqomah
2	P	Alhamdulillah 🤲... manhaj salaf semakin bersinar 😊

No.	Kategori	Isi Komentar
3	P	masyaallah alhamdulillah.. hidayah itu MAHAL.. allah memberi dayah bagi siapa saja yg iya kehendaki..
4	P	Alhamdulillah mulia dgn manhaj salaf,, berhijrah di jalan Allah an memberi kedamaian ketenteraman insyaaAllah,,smg Hati kita sll lalu istiqomah. 🙏
5	P	Pegang teguh dengan Qur'an dan sunnah...
6	P	ALHAMDULILLAH gw BUKAN NU


No.	Kategori	Isi Komentar
7	P	Alhamdulillah, semoga rakyat Indonesia ditolong Allah untuk hijrah manhaj salaf(Tauhid)
8	P	Allahumma baarik ... Indonesia..semoga Allah anugerah kan negeri dakwah tauhid yang semakin menyebar💖💖 ..aamiin
9	P	Semoga dakwah salaf makin berkembang... Allahu Akbar
10	P	Masya Allah. Relate sm yg sy alami. Sy NU dan mulai belajar dan follow akun2 salaf, akun2 muhammadiyah. Allahuma Baarik 💖

No.	Kategori	Isi Komentar
11	P	MULIA DENGAN MANHAJ SALAF
12	P	Alhamdulillah in syaa Allah lebih banyak lagi orang yang emurnikan ajaran agama Islam. 🕯
13	P	#sunnah #salaf #aqidah #akidah #manhaj #khilafah #hijrahku ijrahsantun

No.	Kategori	Isi Komentar
14	P	Semoga Allah Ta'ala beri kita semua taufik hidayah Islam di atas manhaj Salaf beragama berdasarkan Al Qur'an dan Sunnah sesuai pemahaman para Sahabat Radhiyallahu anhum ajmain...أمين
15	P	Hijrah dan istiqomah lah dijalan yg lurus, yaitu Islam yg sesuai dengan Al'Quran dan Sunnah Rasulullah
16	N	Baarakallohu fiikum
17	P	Alhamdulillah semoga terus berkembang dakwah manhaj salaf 🤍

No.	Kategori	Isi Komentar
18	P	HIDAYAH MAHAL...KEBENARAN AKAN ALLOH BANTU
19	N	MasyaAllah smoga kita istiqomah
20	N	Masyaa Allah
21	P	Masya Allah,jalan hidayah yang tak di duga
22	P	Alhamdulillah Allah mengenalkan sya dengan manhaj salaf

No.	Kategori	Isi Komentar
23	P	Shahih Muslim 136: ... "Orang yang meninggal menemui Allah dalam keadaan tidak mensyirikkan Allah dengan sesuatu apapun pasti masuk surga..."
24	N	Masya Allah, laa hawla wala quwwata illa billah
25	N	Alhamdulillah
26	P	Masya Allah... Semoga bertambah banyak yg hijrah ke manhaj salaf.. Barakallahu fikum..

No.	Kategori	Isi Komentar
27	P	Saya bersama Trans 7 
28	P	Alhamdulillah.. sy tdk ikut maulid, tahlil dan bidah2 yg lain
29	P	Usahakan lebih khusyu saat membaca Ihdinas shirotol mustaqim lam shalat.
30	P	Alhamdulillah, sudah muak lihat yg ngakunya muslim tapi anarkis

No.	Kategori	Isi Komentar
31	P	Alhamdulillah gak mau lagi di kibulin, alhamdulillah gak mau lg ngar ceramah kalo gak ada dalil dan hadist yg shohih. Alhamdulillah lak ghuluw terhadap ulama tertentu...
32	P	Shahih Muslim 296: ... "Sesungguhnya aku menyembunyikan aku sebagai syafa'at bagi umatku pada hari kiamat..."
33	N	Alhamdulillah Subhanallaa Laa illaha illaallah Allahuakbar
34	N	Allaahumma baarik

No.	Kategori	Isi Komentar
35	N	Maasyaallah
36	P	Banyak orang islam berharap dapat syafaat Rasulullah Saw tapi nyak juga ada aliran yang perilakunya dalam beragama selalu elakukan prilaku perbuatan syirik..itu yang banyak di panggil gus S...
37	P	Saya orang awam tapi kalau agama yg realistis itu disalafi




No.	Kategori	Isi Komentar
38	P	Wahai orang2tua yg sayang anak, buka mata kalian, kirim anak2mu pesantren yg lurus, bukan yg bengkok!
39	P	nu sekarang bukan seperti nu diwaktū hasyim
40	P	Alhamdulillah yaa Allah....Allah Beri kepahaman Agama islam ng benar... Allah Beri Kemudahan dalam menuntut ilmu agama yang nar yaitu ilmu salaf....
41	P	Dakwah Sunnah 🌿 🌿 🌿

No.	Kategori	Isi Komentar
42	N	Alhamdulillah
43	P	MasyaAllah..Alhamdulillah semoga cahaya Hidayah ada dlm tinya..aamiin
44	P	masyarakat mulai terbuka mana yg tolol dan yg berilmu.. teruslah rjuang brothers 🙏🙏🙏
45	P	Kalo berita ini benar syukur Alhamdulillah

No.	Kategori	Isi Komentar
46	P	Alhamdulillah smoga istiqomah dijalan sunnah
47	P	Alhamdulillah, hidup Mulia dengan Manhaj Salaf
48	P	Alhamdulillah semoga Allaah Subhanahu Wa Ta'ala memberikan dayah diatas sunnah pada kita semua 🙏🙏
49	N	Alhamdulillah semoga Istiqamah

No.	Kategori	Isi Komentar
50	P	Dan mereka membuat tipu daya, maka Allah pun membalas tipu ya. Dan Allah sebaik2 pembalas tipu daya. Ali Imran 54
51	N	Alhamdulillah
52	P	Alhamdulillah yaa allah, kebenaran pasti nyata.
53	N	Maa Syaa Allah barakallahu fiikum
54	P	Tegar berjalan di atas as sunnah 💧

No.	Kategori	Isi Komentar
55	N	Lahaulawala quwata ila, Allahumma barik
56	N	Laa hawla walla quwwata illa billah
57	N	Barakallahu fiik 🙏
58	N	Masya allah, semoga istiqomah
59	P	Melambunglah dakwah Salafi yg ilmiah ,berilmu

No.	Kategori	Isi Komentar
60	P	I love salafi 
61	P	Mulia dengan manhaj salaf 
62	P	Barakallahufiik....semoga Allah berikan hiidayah untk mereka rsemangat kembali k pada yang Hak yg sesuai dengan Sunnah...
63	P	MasyaAllah, alhamdulillah, Allahumma bariik. Semoga segera nyak yg diberi hidayah sunnah, manhaj yg haq ini 

No.	Kategori	Isi Komentar
64	P	Alhamdulillah anak saya mondok di manhaj salaf 😊
65	P	Alhamdulillah Manhaj Salaf ujung pencarianku 🙏
66	P	saya favorit setia ustad Adi Hidayat..beliau menguasai isi quran dan dis... di indonesia saya baru memgetahui hanya UAH ulama yg rdas dan lurus sesuai dalil
67	P	Manhaj salaf ujung pencarianku d



No.	Kategori	Isi Komentar
68	N	Mohon infonya . Saya berkelana di kota Purwakarta, nyari majelis salaf dimana yaa , saya berdomisili di Plered ..
69	P	Alhamdulillah dakwah salaf is the best 😊😊😊
70	P	Jelas sekali sdh Akhir zaman
71	P	Ketika hidayah datang 😊 Alhamdulillah mulia dgn manhaj Salaf ❤️

No.	Kategori	Isi Komentar
72	P	<p>♥ Subhanallaah Alhamdulillah Allaahu Akbar, maasya Allah barokallah ♥ Trimakasih ya Robb..kuasaMU bgtu Nyata🙏</p>
73	P	<p>Kebobrokan yg dipelihara, akan ditinggalkan!</p>
74	N	<p>Alhamdulillah. Yaa Allah</p>
75	P	<p>Maa syaa Allah...qadarullah..di balik sebuah perkara..pasti ada kemah nya...Allahu akbar... ♥ ♥</p>

No.	Kategori	Isi Komentar
76	N	Masya Allah.. Allahu Akbar 🤲🏻🙏🏻💖
77	P	Alhamdulillah hidayah Allah ...
78	N	Alhamdulillah
79	N	Alhamdulillah... 🙏🏻🙏🏻🙏🏻
80	N	Alhamdulillah

No.	Kategori	Isi Komentor
81	N	Alhamdulillah
82	N	
83	N	Allah Akbar
84	N	Qodarulloh wabiiznillah
85	N	Alhamdulillah

No.	Kategori	Isi Komentar
86	N	Min balik ke siaran dakwan
87	P	Teriak Wahabi dan ternyata mereka sendiri Wahabi secara praktik.
88	N	@muhammadidrusramli
89	P	Bahkan ada yang mengatakan seorang pengacara kuffar terkenal p melakukan bantuan hukum dalam kasus ini.
90	N	Alhamdulillah

No.	Kategori	Isi Komentar
91	N	Alhamdulillah 
92	N	[Tautan Instagram Reels]
93	N	ALHAMDULILLAH.... ALLAHU AKBAR... 
94	N	Alhamdulillah 'ala kulli haal
95	N	Masyaallah

No.	Kategori	Isi Komentar
96	N	Alhamdulillah
97	N	Alhamdulillah
98	N	Barakallahu fiik
99	N	Alhamdulillah
100	N	Ma sya Allah  

No.	Kategori	Isi Komentar
101	N	Alhamdulillah ya Rabb
102	N	Alhamdulillah
103	N	Alhamdulillah
104	N	
105	N	@ngertidalil @akhwat_salaf.id

No.	Kategori	Isi Komentar
106	N	Alhamdulillah..
107	N	Maasya Allah 🙏🏻 🙏🏻 Alhamdulillah...
108	N	💖 💖 💖 masya alloh...
109	N	Wuih ada gus @pixmenleonard
110	N	Khasanah ..lanjuut ..




No.	Kategori	Isi Komentar
111	N	Masya allah Tabarakallah alhamdulillah smg istiqomah Barakallahu k...
112	N	Alhamdulillah
113	N	Masya Allah semoga istiqomah
114	P	MasyaaAllah Hidayah mahal 🙏🙏
115	N	Maa Syaa Allah tabarakallah. Alhamdulillah


No.	Kategori	Isi Komentar
116	N	Alhamdulillah 🙏🙏🙏 Baarakallahu fiikum
117	N	Masyaallah Alhamdulillah 💧 💧
118	N	Alhamdulillah ❤️
119	P	Alhamdulillah klo sudah dapat hidayah
120	P	Daripada dicap malaikat jadi kaum bid'ah syirik ... Sudah ibadah tolak.. Gagal Tauhid.. Menyesal nya di sana...

No.	Kategori	Isi Komentar
121	N	❤️
122	N	Alhamdulillah
123	N	Alhamdulillah barokallahu fiikum
124	N	Barakallahufiik
125	N	MasyaALLAH Tabaraqallah... Alhamdulillah yaRABB 🙏

No.	Kategori	Isi Komentor
126	N	Alhamdulillah
127	N	❤️
128	N	Alhamdulillah
129	N	Alhamdulillah,
130	P	Alhamdulillah Maasyaa Allah Tabarakallah 🕌️ ❤️ #ManhajSalaf

No.	Kategori	Isi Komentar
131	N	Alhamdulillah
132	P	Tong diajar agama ditempat NU teu beuneur !!
133	N	@taritarose29
134	K	Prrreetttt...
135	N	Barokallah 😊

No.	Kategori	Isi Komentar
136	K	
137	N	Alhamdulillah .. 
138	N	Alhamdulillah
139	N	Alhamdulillah MaasyaaAllah laa hawla walaa quwwata illah billah 

No.	Kategori	Isi Komentar
140	N	Masya Allah,. Alhamdulillah,. semoga terus bertambah. Inshakallahu fiik
141	P	Sirotol Mustaqim
142	N	Alhamdulillah.
143	N	Subhanallah
144	P	Shahih 

No.	Kategori	Isi Komentar
145	N	Masya Allah,, Alhamdulillah ❤️🙏

G. Takarir dan Komentar Konten Kebiasaan Ziarah Kuburan

Takarir:

SYIAH DAN SUFI ITU SAUDARA KEMBAR

Persamaan Syiah Dan Sufi :

Sama-sama hobi ngalap berkah dikuburan, meminta doa pada mayat dan menyembah kuburan

⊖ Sama-sama suka mencium batu nisan


⊖ Sama-sama berlindung dibalik nama Ahlulbait /Habib (Agar Jamaahnya Fanatik Buta &

Ghuluw)

- ⊖ Sama-sama memfitnah orang yang mendakwahkan tauhid dengan sebutan "Wahabi"
- ⊖ Sama-sama hobi mencari barokah dari pasir yang ada dikuburan para wali
- ⊖ Sama-sama menjadikan kuburan sebagai obyek mencari uang (usaha kuburan)
- ⊖ Sama-sama suka pakai hadits palsu
- ⊖ Sama-sama suka bikin dongeng
- ⊖ Sama-sama meninggikan kuburan, merias kuburan, menjadikan kuburan sebagai tempat ibadah.

Semoga Allah Memberi Taufik Kepada Semuanya

Refrensi Materi : Almanhaj,Muslim.or.id,RumaysHo

 Free Share, Save & Repost

 Don't Add Music

[#dakwahtauhid](#) [#dakwahsunnah](#) [#manhajsalaf](#) [#syiahbukanislam](#) [#sufi](#) [#habib](#) [#syirik](#) [#bidah](#)
[#takhayul](#) [#khurafat](#)

Komentar:

No.	Kategori	Isi Komentar
1	P	"Lah iya bener juga ya, dan juga suka musik 🎵"
2	P	"Semoga Allah memberi hidayah dan taufik pada semuanya Allahumma aamiin"
3	P	"Masya Allah, Barakallahu akhi"
4	N	"Tau dri mana ? Disembunyikan oleh Instagram"

No.	Kategori	Isi Komentar
5	P	"Dan mrk lah enggak mau menyebut Salafy tp selalu dg kata2 andalannya Wahabi"
6	P	"Sufi 🧘"
7	K	"Bukannya mnyatukan umat,mlh takfiri"
8	P	<i>(Balasan untuk no. 7)</i> "Yahudi , syiah, bukan Islam ,sufi menyimpang dr Islam..takfiri bgaimana?"

No.	Kategori	Isi Komentar
9	P	"Kafir yahudi, Syi'ah,sufi laknatullah"

H. Takarir dan Komentar Konten Perbandingan Salafi dan *Ahlul Ahwa*

Takarir:

Follow [@muslimbelajar](#)

Jangan jadi Ahlul Ahwa'

Rasulullah ﷺ bersabda, artinya: "Jika Allah menginginkan kebaikan kepada seorang hamba, maka akan Allah pahamkannya dalam ilmu agama." (HR. Bukhri no. 71 dan Muslim no. 1037)

Komentar:

No.	Kategori	Isi Komentar
1	K	"Musik adalah karya seni yang tumbuh dari jiwa... keindahan sejati lahir dari harmoni yang tulus." (<i>Argumen Filosofis</i>)
2	K	"Klo alat musik bner mutlak haram..yg di bolehkan itu lirik lagu nya aja... tapi klo Allah di atas arasy itu salah..ga bener..Allah ada tapi tidak butuh tmpt..."
3	K	"Apasih wahabroti 😁"
4	K	"14. Fitnah ✘"

No.	Kategori	Isi Komentar
5	K	"No. 3 kamu berdusta. 🙄"
6	N	"KPR Haram, tapi kalau KPR model Murabahah bukannya gpp ya?"
7	N	"Selanjutnya, terkait dengan isu terbaru bbm... bolehkah menuntut keadilan dengan menuntut pertamina? Bagaimana peran kita?"
8	K	"Ini manhaj salaf "WAHABI" apa manhaj centang+silang.... 😏"
9	K	"Salafy: 🗣️ 🙏 Sunnah: 👍 😊"

No.	Kategori	Isi Komentar
10	K	"Daftar perbedaan ini ada manfaatnya ngga sih ??"
11	P	"Terus posting kebenaran min... Komen2 kontra indikator memang kalau Islam sebenarnya asing bagi kebanyakan pemeluknya."

I. Takarir dan Komentar Konten Perayaan Maulid

Takarir:

Ustadz Dr. Firanda Andirja M.A. Banyak pengikut bukan ukuran kebenaran karena ukuran kebenaran adalah Al Quran dan As Sunnah. [#islam](#) [#tauhid](#) [#sunnah](#) [#salaf](#) [#indonesia](#) [#fyp](#) [#ngertiagama](#) [#jadingerti](#) [#nilaisendiri](#) [#kasihpahaman](#) [#foryou](#) [#followforfollow](#) [#followforfollowback](#)

Transkrip Audio Video:

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
00:00 - 00:05	Ustadz Dr. Firanda Andirja, M.A.	Ingat ya Ikhwan, banyak sedikit itu bukan ukuran kebenaran.
00:06 - 00:10	Ustadz Dr. Firanda Andirja, M.A.	Bisa jadi kebenaran bersama jumlah yang banyak, dan bisa jadi kebenaran bersama jumlah yang sedikit.

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
00:11 - 00:20	Ustadz Dr. Firanda Andirja, M.A.	Seorang terpedaya dengan jumlah yang banyak. Tatkala melihat jumlah yang banyak, menganggap ini benar. Belum tentu benar ya Akhi.
00:21 - 00:30	Ustadz Dr. Firanda Andirja, M.A.	Saya tanya sama antum, orang Islam sama orang Nasoro (Nasrani) lebih banyak mana? Lebih banyak Nasoro, miliaran.

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
00:31 - 00:40	Ustadz Dr. Firanda Andirja, M.A.	Saya tanya sama antum, di India orang Islam sama orang Hindu banyakan mana? Orang Hindu banyak, beda jauh sekali. Di Cina orang Islam sama orang Buddha banyakan mana? Jauh sekali bedanya.
00:41 - 00:50	Ustadz Dr. Firanda Andirja, M.A.	Tapi mereka semua musyrikin. Ada yang menyembah Nabi, ada yang menyembah sapi, ada yang menyembah jin, ada yang menyembah manusia. Musyrikin.

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
00:51 - 00:58	Ustadz Dr. Firanda Andirja, M.A.	Berarti ukuran banyak bukan ukuran kebenaran. Bukan berarti juga antum sedikit antum merasa benar, tidak ya.
00:59 - Selesai	Ustadz Dr. Firanda Andirja, M.A.	Maka bukan ukuran. Yang penting Al-Quran dan Sunnah Nabi Shallallahu 'Alaihi Wasallam.

Komentar:

No.	Kategori	Isi Komentar
1	P	"Alhamdulillah ana ngg ngerayain maulid. Alhamdulillah Allah beri hidayah mengenal Al Qur'an dan Sunnah 🤍"
2	P	"Pencetus pertama kali maulid nabi syi'ah dan syiah mayoritas diyaman, di indonesia ikut ikutan"
3	P	"LIAT WOE SEBANYAK ITU TIDAK MENGENAL SUNNAH KITA DAPAT RAHMAT ALLAH MASIH SEDIH ?"
4	P	"Perbuatan BID'AH 🙄🙄🙄"

No.	Kategori	Isi Komentar
5	P	"Maulid ajaran Syi'ah bukan ISLAM"
6	K	"Saya menyaksikan lgsg di sana, mrk kebanyakan yg merayakan itu kelompok Syi'ah hutsi (houthi)."
7	N	"Benar menurut manusia belum tentu benar menurut Allah... biarlah mereka memilih pilihannya!!!"
8	P	"Bukan jadi ukuran...banyak dikit dan dikit banyak bukan ukuran kebenaran... 🤍 😊 🤍"

No.	Kategori	Isi Komentar
9	P	"Jumlah bnyak karna mereka golongan 1 -72"
10	P	"Sedikit ataupun banyak bukan ukuran kebenaran jaman sekarang. Apa lagi islam akan kembali asing..."
11	P	"Neraka penghuni nya banyak lho"
12	K	"Ha ha ha bukan kelasnya wahabi berkedok manhaj salaf ngomentarin maulid.. kajian cuma isinya setau saya mana sampe .."

No.	Kategori	Isi Komentar
13	K	"Apakah yg membid'ahkan maulid itu juga benar?? Maulid Bid'ah sesat, menurut wahabi. 😁"
14	K	"Lha di Indonesia umat Islam lebih banyak dari umat yg lain, berarti Islam di Indonesia belum tentu benar dong..."
15	K	"Saya mengikuti Ibnu Taimiyah makanya saya bermaulid"

No.	Kategori	Isi Komentar
16	K	"Lucu ini ustad masa umat islam yg mayoritas di bandingkan dengan orang kafir... Ahlu sunah waljamaah adalah golongan akidah terbesar umat islam..."

J. Takarir dan Komentar Konten Kritik Praktik Zikir atau Maulid

Takarir:

Ustadz Dr. Firanda Andirja M.A. Majelis joget. [#islam](#) [#tauhid](#) [#sunnah](#) [#salaf](#) [#indonesia](#) [#fyp](#) [#ngertiagama](#) [#jadingerti](#) [#nilaisendiri](#) [#kasihpahaman](#) [#foryou](#) [#followforfollow](#) [#followforfollowback](#)

Transkrip Audio Video:

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
00:00 - 00:05	Ustadz Dr. Firanda Andirja, M.A.	Kalau kamu ngaku Muhammad sebagai Rasul, ikut cara zikir Nabi Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wasallam.
00:06 - 00:10	Ustadz Dr. Firanda Andirja, M.A.	Adakah majelis Nabi kemudian joget-joget?
00:11 - 00:20	Ustadz Dr. Firanda Andirja, M.A.	Rasulullah dulu kalau sama para sahabat, para sahabat duduk tenang seakan-akan di kepala mereka ada burung.

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
00:21 - 00:30	Ustadz Dr. Firanda Andirja, M.A.	Bukan loncat-loncat. Joget-joget. Apalagi pakai DJ. Jedag-jedug, jedag-jedug... Ini dari mana seperti ini?
00:31 - 00:35	Ustadz Dr. Firanda Andirja, M.A.	Ini majelis apa seperti ini?
00:36 - 00:45	Ustadz Dr. Firanda Andirja, M.A.	Baca Al-Qurthubi rahimahullah dalam tafsirnya menyebutkan, yang pertama kali zikir joget-joget adalah pengikut Samiri.

Time Stamp	Pembicara	Isi Transkrip
00:46 - Selesai	Ustadz Dr. Firanda Andirja, M.A.	Ketika mereka bikin patung sapi, kemudian mereka joget-joget.

Komentar:

No.	Kategori	Isi Komentar
1	P	<p>"Astaqfirullah Astaqfirullah Astaqfirullah ,, semoga mendapatkan hidayah 🙏🙏🙏 ,, ❤️ ❤️ ❤️ Manhaj Salaf ❤️ ❤️ ❤️ "</p>

No.	Kategori	Isi Komentar
2	P	"Inget konser ya.. 🙏"
3	N	"Di luar negeri banyak, coba di komen yg di luar negeri"
4	P	"Mana nih suara pengikut habib, begitukah ritual kalian ??? 😁"
5	P	"Astaghfirullah kita salah memilih"
6	P	"Ingat mati yah"

No.	Kategori	Isi Komentar
7	P	"konser ngaaaNU rokk pride.. 🤪🤪👤 😐 Sesat"
8	N	"gimna nih @id.cyberaswaja @ajir_ubaidillah ,, bener ga sih"

Riwayat Hidup

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Muhammad Irfan Habibi
2. Tempat & Tgl. Lahir : Batam, 15 Juli 2001
3. Alamat Rumah : Glagahsari UH IV No. 551-A,
Warungboto, Umbulharjo,
Kota Yogyakarta
4. Hp : -
5. Surel : Mirfanhabibi751@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Magister KPI UIN Walisongo Semarang (2024-2025)
2. Sarjana KPI UIN Walisongo Semarang (2019-2023)
3. MAN Kota Batam (2016-2019)
4. SMP N 11 Kota Batam (2013-2016)
5. SD N 003 Batuaji (2006-2013)

C. Karya Ilmiah

- a. Narasi Maulid Nabi oleh Akun Anonim Berlatar Salafi di Instagram (Artikel Jurnal)