

Digital Fatwa: Kontestasi dan Fragmentasi Otoritas Keagamaan di Media

Sosial



Mini Tesis

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS PASCASARJANA UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA UNTUK
MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT MEMPEROLEH GELAR MAGISTER**

DISUSUN OLEH:

AMAMUR ROHMAN HAMDANI

19200013021

PEMBIMBING:

DR. MOCH. NUR ICHWAN

NIP: 19701024 200112 1 001

INTERDISCIPLINARY ISLAMIC STUDIES

FAKULTAS PASCASARJANA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2021

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang kontestasi, fragmentasi, dan otoritas keagamaan di media sosial youtube. Penelitian ini mengambil tiga ustaz sebagai objek penelitian yakni ustaz Abdul Somad, ustaz Khalid Basalamah, dan ustaz Adi Hidayat. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode netnografi. Kerangka teori yang digunakan ada tiga yakni teori ruang publik muslim (muslim public sphere) sebagai fondasi mengamati narasi bergerak berupa diseminasi fatwa di platfrom youtube, teori media baru sebagai landasan perubahan pola istifta' (meminta fatwa) dan ifta' (pemberian fatwa), dan teori otoritas keagamaan sebagai pijakan analisis terhadap objek penelitian ini. Berdasarkan rumusan masalah yang digunakan, penelitian ini menemukan dua hal, pertama, pergeseran pola fatwa dari media lama ke media baru disebabkan oleh perebutan otoritas keagamaan di media sosial yang diperoleh dari sampel viewers, likers, dan juga komentar yang ada. Kedua, kontestasi dan fragmentasi fatwa keagamaan di media sosial cenderung kepada polarisasi kelompok Islam yang mengusung ideologi masing-masing yang terwakili oleh ustaz-ustaz yang berperan sebagai representasi dari kelompok tersebut.



PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amamur Rohman Hamdani
NIM : 19200013021
Jenjang : Magister
Program Studi : *Interdisciplinary Islamic Studies*

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap menerima ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 02 April 2021



Amamur Rohman Hamdani

STATE ISLAMIC UNIVERSITY NIM: 19200013021

SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amamur Rohman Hamdani
NIM : 19200013021
Jenjang : Magister
Program Studi : *Interdisciplinary Islamic Studies*

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang merujuk sumber tertentu.

Yogyakarta, 02 April 2021



Amamur Rohman Hamdani

NIM: 19200013021

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Direktur Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul :**Digital Fatwa: Kontestasi dan Fragmentasi Otoritas Keagamaan di Media Sosial**

yang ditulis oleh :

Nama : Amamur Rohman Hamdani
NIM : 19200013021
Jenjang : *Interdisciplinary Islamic Studies*

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar *Magister of Art (M.A.)*

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 1 April 2021

Pembimbing



Dr. Moch. Nur Ichwan, MA.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PASCASARJANA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 519709 Fax. (0274) 557978 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-216/Un.02/DPPs/PP.00.9/04/2021

Tugas Akhir dengan judul : Digital Fatwa: Kontestasi dan Fragmentasi Otoritas Keagamaan di Media Sosial

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AMAMUR ROHMAN HAMDANI, S. H
Nomor Induk Mahasiswa : 19200013021
Telah diujikan pada : Jumat, 16 April 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Pengaji I

Dr. Subi Nur Isnaini
SIGNED

Valid ID: 60803e9037860



Pengaji II

Dr. Moch. Nur Ichwan, S.Ag., M.A.
SIGNED

Valid ID: 608042bc1dfca



Pengaji III

Dr. Sunarwoto, S.Ag., M.A.
SIGNED

Valid ID: 607fffe8a1b55



Yogyakarta, 16 April 2021

UIN Sunan Kalijaga
Direktur Pascasarjana

Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D.
SIGNED

Valid ID: 608118b0285f0

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ وَالشَّكْرُ لِلَّهِ، إِشْهَدُ إِنَّ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ وَإِشْهَدُ إِنَّ

مُحَمَّداً عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ لَا نَبِيَّ بَعْدَهُ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ بْنَ عَبْدِ

اللَّهِ وَعَلَى الَّهِ وَأَصْحَابِهِ وَمَنْ تَبَعَهُ وَلَا حُوْلَّ وَلَا قُوَّةَ إِلَّا بِاللَّهِ أَمَا بَعْدَ.

Segala puji bagi Allah SWT, yang senantiasa memberikan karunia-Nya yang agung, terutama karunia kenikmatan iman dan Islam. Hanya kepada-Nya kita menyembah dan hanya kepada-Nya kita meminta pertolongan, serta atas pertolongan-Nya yang berupa kekuatan iman dan Islam akhirnya penyusun dapat menyelesaikan tesis ini.

Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Baginda Nabi Agung Muhammad SAW, yang menyatakan dirinya sebagai guru, “*Bu’ištū Mu’allīmān*” dan memang beliau adalah pendidik terbaik sepanjang zaman yang telah berhasil mendidik umatnya. Shalawat salam juga semoga tercurahkan pada para keluarga, sahabat, dan para pengikutnya.

Tesis dengan judul “**Digital Fatwa: Kontestasi dan Fragmentasi Otoritas Keagamaan di Media Sosial**” disusun untuk melengkapi dan memenuhi salah satu

syarat kelulusan satu tingkat program magister lanjut doktor yang diinisiasi oleh Kementerian Agama Republik Indonesia melalui Dirjen Pendidikan Tinggi.

Penyusunan tesis ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala hormat dan kerendahan hati penyusun menghaturkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. al-Makin selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta staffnya.
2. Bapak Prof. Noorhaidi M.phil, Ph. D. selaku Direktur Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga..
3. Ibu Dr. Nina Mariani Noor, MA. selaku Ketua Prodi Interdisciplinary Islamic Studies.
4. Bapak Dr. Moch. Nur Ichwan, MA. selaku pembimbing tesis yang telah banyak membantu penyusun menyelesaikan penelitian ini.
5. Seluruh staf pengajar di Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Terima kasih atas ilmu-ilmu yang diberikan.
6. Kementerian Agama Republik Indonesia yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan kepada saya sebagai salah satu penerima beasiswa Program Magister Lanjut Doktor.
7. Kepada Abi dan Umik, KH. Abdul Wahid, Umik Fitria Hasanah yang telah membimbing, memotivasi, memberikan dukungan, doa ikhlas di setiap langkah yang penyusun tempuh.

8. Sahabat-sahabat PMLDku orang-orang hebat yang telah memberikan rasa minder jika belajar bersama mereka sekaligus banyak membantu dan memotivasi saya untuk menjadi jauh lebih baik.
9. Keluargaku IKAPPMAM Jogja Istimewa. Terima kasih atas canda tawanya.
10. Dan pihak-pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu dalam tulisan ini, terima kasih atas dukungannya baik berupa dukungan moril maupun materil.

Diharapkan tesis ini tidak hanya berakhir di ruang munaqasyah saja, tentu masih banyak kekurangan yang membutuhkan kritik dan saran. Oleh karena itu, demi kepentingan ilmu pengetahuan, penyusun selalu terbuka menerima masukan serta kritikan. Semoga tesis ini bisa bermanfaat, terima kasih.

Yogyakarta, 2 April 2021
Penyusun,



MOTTO

**NO MATTER WHAT HAPPENS BE YOUR
SELF AND WALK THE TALK**



PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan kepada kedua orang tuaku Abi dan Umik, Atas doa-doa yang selalu dipanjatkan kepada Allah. Semoga kata terima kasih cukup mewakili meskipun itu tidak mungkin membalas jasa mereka..

Kepada almamater tecinta Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, teimakasih telah memberikan kesempatan belajar.

Kepada pembimbing tesis dan semua dosen-dosen yang telah ikhlas menyampaikan ilmunya selama ini. terima kasih banyak. Semoga Tuhan membalas segala kebaikan. Melalui keagungan ilmunya yang tak terhingga.

Kepada para kiaiku di Denanyar, al-maghfurlah KH. Mujib Shohib dan al-maghfurlah KH. Aziz Masyhuri. Guru jasad sekaligus guru ruh yang tidak akan pernah terlupa jasa-jasanya.

Untuk semua sahabat dan keluarga yang telah sudi hadir dalam singkatnya kehidupan ini. Terimakasih atas waktu dan pelajarannya.



DAFTAR ISI

Abstrak	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	v
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
Daftar Isi.....	xii
BAB I	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Tinjauan Pustaka	9
E. Kerangka Teori	16
F. Metode Penelitian	26
G. Sistematika Pembahasan	31
BAB II: Perubahan Proses Fatwa dan Pengaruh Media Baru	33
A. Media Lama dan Media Baru	33
B. Transformasi pola Istifta' dan Ifta'	49
BAB III: Otoritas, Kontestasi dan Fragmentasi di Media Sosial	68
A. Otoritas Fatwa di Media Sosial	68
B. Kontestasi dan Fragmentasi.....	83
BAB IV.....	100
A. Kesimpulan	100
Daftar Pustaka	102
Daftar Riwayat Hidup	108

BAB I

Pendahuluan

A. Latar Belakang

Modernisasi menuntut manusia untuk berpindah dari satu pola komunikasi ke pola lainnya. Modernisasi membawa manusia mempercepat dan mempermudah kehidupannya. „Media baru, sebagai salah satu produk modernisasi mampu mengubah keadaan baik dari segi ekonomi, sosial, maupun politik. Salah satu contoh konkret bagaimana media baru mampu mengubah suatu keadaan ialah runtuhnya rezim otoriter Hosni Mubarak di Mesir. Salah satu penyebab utama runtuhnya rezim tersebut adalah adanya gerakan pemuda 6 April yang mengampanyekan demonstrasi melalui berbagai media sosial.¹

Langkah ini layaknya gerakan bawah tanah modern di mana kampanye atau bahkan hasutan untuk menggulingkan kekuasaan dilakukan secara senyap di media sosial.

Pengaruh tersebut masuk ke dalam ruang-ruang yang mungkin sulit untuk dijangkau, tak terkecuali dalam ruang lingkup fatwa. Di Indonesia, fatwa yang muncul sebelum era media sosial kebanyakan didominasi oleh fatwa-fatwa dari lembaga keagamaan, meskipun tidak dapat dipungkiri bahwa selain fatwa yang

¹ Fatkur Roji, “Media Baru, Pemuda, Dan Gerakan Sosial Di Mesir” (Tesis Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, 2018), 53.

diproduksi oleh lembaga resmi keagamaan tersebut juga ada fatwa-fatwa individual yang dikeluarkan oleh ulama-ulama secara individu. Muhammadiyah, Nahdlatul Ulama (NU), dan Majelis Ulama Indonesia merupakan tiga lembaga yang aktif dalam mengeluarkan fatwa. Namun tampaknya, ketiga lembaga tersebut tidak mampu menjangkau keseluruhan lapisan masyarakat karena fatwa yang mereka keluarkan masih dicetak di kertas sehingga sulit untuk didistribusikan kepada banyak lapisan masyarakat. NU misalnya, mencetak kumpulan fatwa dalam bentuk buku berjudul *Masalah Keagamaan, Hasil Muktamar dan Munas Ulama Nahdlatul Ulama 1926-1994*. Upaya ini mempunyai keterbatasan jangkauan karena sulitnya menemukan buku tersebut tersebar di toko-toko buku.² Hal yang sama juga menimpa Muhammadiyah. Organisasi ini mencetak kumpulan fatwanya di dalam sebuah buku berjudul *Himpunan Putusan Tarjih*. Meskipun penyebaran buku ini lebih terstruktur dan masif-walaupun hanya di kalangan internal- tapi banyak kritik terhadap buku ini. Salah satunya ialah karena buku ini dianggap tidak menarik secara tampilan dan menggunakan kertas cetakan yang berkualitas rendah.³

Adanya keterbatasan jangkauan diseminasi fatwa dengan cara mengumpulkannya dalam sebuah buku menjadikan media baru muncul sebagai jalan alternatif untuk menjangkau hal-hal yang tidak dapat dijangkau oleh media lama. Berbagai *platform* media sosial seperti *youtube, facebook, twitter*,

² Nadirsyah Hosen, “Nahdlatul Ulama and Collective Ijtihad”, *New Zealand Journal of Islamic Studies* 6 (2004): 5–26.

³ Nadirsyah Hosen, “Revelation in a Modern Nation State: Muhammadiyah and Islamic Legal Reasoning in Indonesia”, *Australian Journal of Asian Law*, 4 (2002): 232–238.

dan *instagram* menjadi media baru dalam diseminasi fatwa. Fenomena ini tidak lepas dari kemunculan *televangelisme* di akhir tahun 90-an atau awal abad 21. Pada masa akhir tahun 90-an ini ceramah-ceramah agama banyak kita temui di media televisi dan radio yang memunculkan sosok-sosok seperti Zainuddin MZ,⁴ AA Gym,⁵ dan Jefri al-Buchori.⁶ Namun fenomena tersebut hanya sebatas dalam ruang lingkup ceramah agama saja, tidak pada lingkup fatwa.⁷ Kemudian hal ini berkembang dengan adanya media baru berupa internet. Berbeda dengan televisi dan radio yang masih bernuansa kapital di mana acara-acara di dalamnya harus mengikuti aturan redaksi, media sosial cenderung bersifat demokratis.⁸ Kebebasan ini membuat siapa saja dapat mengatur tentang konten apa yang akan ditampilkan tanpa harus terhalang aturan, waktu, dan iklan yang menghambat jalannya sebuah acara/konten. Oleh sebab itu, sebuah kajian/ceramah, mampu memberikan kebebasan dalam bentuk waktu dan konten apa saja yang akan disampaikan. Dari celah ini, ruang lingkup fatwa masuk melalui program tanya jawab. Tanya jawab biasanya dilakukan setelah sang ustaz/penceramah melakukan tausiah sebelumnya.

Pada era berkembangnya media sosial saat ini, banyak ustaz/penceramah yang juga menyisipkan konten-konten fatwa dalam media sosialnya. Salah satu

⁴ Abdul Aziz, “Islam Betawi; Studi Struktural Ats Pemikiran Zainuddin MZ” (Skripsi UIN Syarif Hidayatullah, 2019), 1.

⁵ Diana Sari, “Tasawuf AA Gym; Studi Pesan Dakwah KH. Abdullah Gymnastiar”, *Jurnal Penangkaran*, 3, 2 (2019).

⁶ Dony Arung Triantoro, “Ustaz Abdul Somad: Otoritas Karismatik Dan Media Baru” (Tesis Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, 2019), 2.

⁷ Hal ini bisa kita lihat dari acara-acara agama di televisi pada tahun-tahun tersebut yang hanya memfokuskan pada ceramah saja. Mungkin faktor waktu yang paling berpengaruh karena di televisi ataupun radio terdapat iklan yang memotong sesi pada acara-acara yang ada di dalamnya.

⁸ Noureddine Miladi, “Social Media and Social Change” 25 (2016). 38.

konten yang berisi tanya jawab ialah *channel* KB Tanya Jawab yang memuat fatwa-fatwa Ustaz Khalid Basalamah. *Channel* ini sudah di-*subscribe* oleh sekitar 23 ribu *netizen*. Selain Khalid Basalamah, penceramah yang juga dikenal kondang dalam memberikan fatwa di acara-acara pengajiannya adalah Ustaz Abdul Somad (UAS).⁹ Ada sebuah *channel* bernama *Ustadz Abdul Somad Official* yang kerap kali meng-*upload* sesi-sesi tanya jawab yang dilakukan di ceramah-ceramahnya.

Fenomena-fenomena seperti di atas telah menyebabkan munculnya kontestasi dan fragmentasi di kalangan para *mufti online*¹⁰. Sebagaimana diuraikan Nadirsyah Hosen, fenomena ini dapat disebut dengan *fatwa online*.¹¹ sedangkan istilah lain dikenal dengan istilah *E-fatwa*¹². Istilah ini juga berkembang di dalam pengaplikasian *mobile fatwa* yang ada di Malaysia.¹³ Dalam tulisannya, Nadirsyah mengklaim bahwa fatwa *online* telah memperluas ruang lingkup fatwa ke dalam ruang yang tidak dapat dijangkau oleh media lama. Hal ini tak lepas dari pengaruh perkembangan internet yang begitu signifikan. Jika dahulu kala orang-orang yang ingin bertanya mengenai permasalahan agama harus bertanya langsung tanpa adanya perantara media

⁹ Dony Arung Triantoro, “Ustaz Abdul Somad: Otoritas Karismatik Dan Media Baru.”

¹⁰ Mufti online adalah sebutan bagi para penceramah yang kerap mengunggah konten tanya jawab di media sosial seperti youtube. Hal ini sebagaimana istilah yang diklaim oleh Nadirsyah Hosen yang ia sebut dengan *e-fatwa*.

¹¹ Nadirsyah Hosen, “Online Fatwa: From Fatwa Shopping to Googling Kiai,” in *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia* (Singapore: Institute of Southeast Asian Studies, 2008), 159.

¹² Mohd Nor Mamat, Siti Fatahiyah Mahamood, and Mohd Nazir Ahmad, “E-Fatwa Information Management; Suistainance and Enhacement Towards Friendly and Efficient Online Database” (2008).

¹³ Wan Mohd Khorul Firdaus, “The Application of Technology in The Dissemination of Fatwas; A Study on Religious Instituion in Malaysia”, *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 9 (2018): 1593.

sosial kepada seorang ulama, maka fenomena sekarang tidak demikian. Sekarang pertanyaan tentang hukum Islam bisa dicari melalui *google* atau melalui media sosial dengan cara mencari kata kunci dari pertanyaan yang sedang dicari jawabannya.

Fenomena tersebut memunculkan kontestasi di media sosial. Adanya kontestasi tersebut dikarenakan setiap penceramah mempunyai latar belakang yang berbeda, baik dari segi pendidikan, ekonomi, ideologi, sampai haluan politik. Beberapa contoh dari para penceramah tersebut adalah Khalid Basalamah yang berlatar puritan (Salafi), Abdul Somad yang berlatar muslim tradisional, dan Adi Hidayat yang berlatar belakang muslim modernis. Dalam hal ini, kontestasi erat kaitannya dengan otoritas. Otoritas keagamaan mempunyai sejumlah bentuk dan fungsi, seperti fungsi untuk memberikan pengaruh kepada pemahaman seseorang yang mungkin berbeda dari pemahaman sebelumnya.¹⁴ Seiring dengan perkembangan media baru, diskursus tentang otoritas juga ikut berkembang.¹⁵ Dalam konteks media sosial, pengaruh otoritas tersebut terlihat dari jumlah *subscribers*, *likers*, *commentators*, dan *followers*, *shares* dan juga *hashtag*. Dengan ungkapan lain, dalam dunia digital sampel dari *like*, *comment*, *subscribe*, dan *follow*, *share*, dan *hashtag* menunjukkan seberapa besar pengaruhnya bagi dunia digital. Ustaz Abdul Somad merupakan contoh konkret bagaimana jumlah *followers*

¹⁴ Gudrun Kramer and Sabin Schmidtke, *Speaking For Islam; Religious Authorities in Muslim Societies* (Leiden: Brill, 2006), 1–6.

¹⁵ Heidi Campbell, “Who’s Got The Power? Religious Authority and The Internet”, *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 12 (n.d.): 1043.

menunjukkan pengaruhnya secara lebih daripada yang lain. UAS dengan 3 juta lebih *followers* di Instagram mampu memancing perdebatan orang banyak dengan fatwa-fatwa kontroversialnya. Fatwa tentang keharaman catur misalnya, yang sempat membuat gaduh hingga mengundang menteri agama untuk turut memberikan komentar.¹⁶

Kontestasi dan fragmentasi dalam memperebutkan otoritas keagamaan tersebut yang menjadi fokus utama penelitian ini.. Urgensi penelitian ini adalah menemukan teorisasi tentang otoritas keagamaan (fatwa) di media sosial, sebab diskursus tentang otoritas di media sosial ini masih menjadi perdebatan hangat disebabkan adanya media baru yang muncul dengan karakteristik yang berbeda dengan media sebelumnya. Di dalam penelitian ini, saya menemukan faktor-faktor yang mendorong mengapa para *mufti online* (ustaz populer) mendiseminasi fatwanya di media sosial. Dinamika fatwa ini yang akan dilihat peneliti sebagai sebuah fenomena baru dalam dunia fatwa. Dengan demikian, fatwa yang didiseminasi di dalam ruang maya memunculkan diskursus baru mengenai otoritas keagamaan, di mana secara eksplisit otoritas tersebut telah berubah konsep dan bentuknya.

Dalam penelitian ini saya memilih tiga ustaz sebagai objek penelitian. Adapun ketiga ustaz yang saya pilih adalah; pertama, ustaz Abdul Somad. Kedua, ustaz Khalid Basalamah. Ketiga, ustaz Adi Hidayat.. Ketiga ustaz ini

¹⁶ “Reaksi-Menteri-Agama-Tanggapi-Ustaz-Abdul-Somad-Yang-Larang-Bermain-Catur,” last modified December 3, 2019, <https://www.tribunnews.com/nasional/2019/11/22/reaksi-menteri-agama-tanggapi-ustaz-abdul-somad-yang-larang-bermain-catur>.

saya pilih dikarenakan gerakan mereka yang aktif di media sosial (youtube).

Mereka masing-masing mempunyai *channel* resmi dan tim yang mengunggah konten-konten mereka melalui berbagai *platform*. Selain itu, mereka mempunyai pengaruh yang cukup kuat di media sosial khususnya di *platform* youtube. Ustaz Abdul Somad dengan *channel* Ustadz Abdul Somad Official sudah mempunyai 1,79 juta *subscribers*.¹⁷ Ustaz Khalid Basalamah dengan *channel* Khalid Basalamah Official sudah mempunyai 1,69 juta *subscribers*.¹⁸

Ustaz Adi Hidayat dengan *channel* Adi Hidayat Official menyembunyikan jumlah *subscribers*nya namun video-video yang diunggah rata-rata mencapai ratusan ribu penonton.¹⁹

Penelitian ini fokus untuk mengamati bagaimana pergeseran media lama ke media baru yang juga turut serta menggeser pola dalam dunia fatwa sehingga dari pergeseran media tersebut mempengaruhi otoritas keagamaan yang ada di media sosial. Kalau dulu misalnya ruang lingkup fatwa terbatas hanya pada tataran *offline*, sekarang banyak muncul istilah-istilah baru seperti *fatwa online*, *E-fatwa*, ataupun *E-ijtihad*. Fenomena ini perlu diamati untuk memberikan gambaran bagaimana dinamika fatwa itu berjalan dinamis, tidak kaku dan *rigid*, menyesuaikan pada konteks dan zaman yang dihadapi. Selain mengamati pergeseran tersebut, penelitian ini juga mempunyai fokus utama tentang

¹⁷ “Ustadz Abdul Somad Official,” last modified February 22, 2021, <https://www.youtube.com/channel/UClvc6c04-xEYKFyeP3yjKA>.

¹⁸ “Khalid Basalamah Official,” last modified February 22, 2021, <https://www.youtube.com/user/khalidbasalamah>.

¹⁹ “Adi Hidayat Official,” last modified February 22, 2021, https://www.youtube.com/channel/UC5KW9VowHehb_jHAhDMZpEQ.

kontestasi dan fragmentasi otoritas di media sosial. Kontestasi tersebut dapat dilihat melalui konten-konten fatwa yang diunggah, baik oleh akun resmi dari para ustaz tersebut maupun dari akun lain yang punya kepentingan untuk meramaikan kontestasi dan fragmentasi mereka. Kontestasi dan fragmentasi ini yang pada akhirnya menyebabkan adanya perebutan otoritas di media sosial oleh para ustaz populer.

B. Rumusan Masalah

1. Mengapa terjadi pergeseran proses *istifta'* (permintaan fatwa) dan *ifta'* (pemberian fatwa) media lama ke media baru?
2. Bagaimana kontestasi dan fragmentasi terjadi antara para ustaz yang mendiseminasi fatwanya di media sosial youtube?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini menjelaskan bagaimana tentang fenomena pergeseran dari media lama ke media baru. pergeseran tersebut berkaitan dengan otoritas keagamaan. Media baru yang notabene berbeda dengan media lama juga mempengaruhi otoritas keagamaan yang ada. Secara eksplisit penelitian ini menjelaskan otoritas keagamaan yang berkembang melalui sarana media baru, khususnya yang terjadi di ranah media sosial. Perkembangan media sosial yang begitu cepat juga mempengaruhi perkembangan permintaan fatwa yang instan,

tidak melalui proses yang panjang sebagaimana dilakukan oleh lembaga keagamaan resmi. Hal ini menunjukkan sisi disruptif dari adanya perkembangan tersebut.

Sementara itu tujuan dalam penelitian ini adalah memberikan jawaban dari rumusan masalah yang telah peneliti susun. Dua rumusan masalah dalam penelitian ini merupakan urgensi dari sebuah penelitian terkait otoritas keagamaan yang berkembang di media sosial. Latar belakang mengapa para ustaz mendiseminasikan fatwa mereka di media sosial merupakan inti pembahasan dari penelitian ini, sebab otoritas keagamaan terkait dengan kepentingan. Jadi, kepentingan dari penyebaran fatwa di media sosial dari masing-masing individu ustaz tersebut yang perlu dijelaskan secara kompleks..

D. Tinjauan Pustaka

Dalam tinjauan pustaka ini saya membaginya ke dalam dua kategori, yakni penelitian terdahulu tentang tema fatwa secara umum kemudian dilanjutkan dengan telaah terkait tema media baru. Hal ini dilakukan supaya ada pemisahan kategori untuk mempermudah pembaca dalam mengklasifikasi gambaran variabel fatwa dan variabel media baru.

Penelitian pustaka tentang fatwa, tentu tak lepas dari lembaga yang bernama MUI, sebab di kalangan muslim Indonesia MUI seakan menjadi lembaga paling otoritatif karena ia semi perwakilan negara. oleh sebab itu, banyak penelitian tentang fatwa yang justru berfokus pada penelitian lembaga yang bernama MUI. Namun ini tidak masalah, sebab peran penting MUI dalam masyarakat salah

satunya ialah tentang pemberian fatwa baik berupa putusan fatwa langsung maupun dari jalur pelabelan seperti pemberian label halal pada sebuah produk.

Penelitian pertama ialah disertasi yang ditulis oleh Asrorun Niam Soleh yang berjudul “*Sadd al-Dzariah* dan Aplikasinya Dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia”.²⁰ Penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar fatwa yang dikeluarkan MUI adalah produk pencegahan atau dalam istilah fikihnya disebut *sadd al-żāri‘ah*. Ia menemukan sekitar 23 fatwa MUI yang menggunakan pendekatan tersebut. Bahkan disertasi yang sudah dijadikan buku ini menyatakan bahwa pendekatan *sadd al-żāri‘ah* yang dilakukan MUI terlalu berlebihan. Salah satu contoh ialah fatwa tentang makanan yang terbuat dari barang najis. Meskipun melalui prosesnya barang najis tersebut sudah menjadi suci dan halal, tetapi MUI lebih memilih untuk berfatwa haram. Hal ini dikarenakan MUI khawatir akan terjadi penggampangan untuk menggunakan barang-barang najis sebagai bahan makanan.

Berikutnya adalah penelitian berjudul “Fatwa and Violence in Indonesia” yang ditulis oleh Lutfi Assyaukani.²¹ Di dalam penelitian ini dijelaskan bahwa ada keterkaitan secara penuh antara kekerasan yang dilakukan atas nama agama atau kelompok agama dan fatwa MUI. Hal yang mencolok adalah tindak kekerasan terhadap warga Ahmadiyah. Sebelum adanya fatwa MUI tentang kesesatan Ahmadiyah, tidak ada proses kekerasan yang terjadi meskipun sudah

²⁰ Asrorun Niam Soleh, “*Sadd Dzari’ah* dan Aplikasinya Dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia”, *Disertasi Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah*, 2008.

²¹ Lutfi Assyaukani, “Fatwa and Violence in Indonesia” 11 (2009).

ada *marjinalisasi* terhadap warga Ahamdiyah. Namun setelah adanya fatwa MUI tahun 2005, oknum komunitas masyarakat tertentu mulai berani melakukan tindak kekerasan yang tentunya tindak kekerasan sangat berkaitan erat dengan fatwa yang dikeluarkan oleh MUI.

Selanjutnya adalah penelitian berjudul *Ulama, State, and Politics: Majelis Ulama Indonesia After Suharto*.²² Di dalam penelitiannya, Ichwan membahas tentang fatwa dan tausiah Majelis Ulama Indonesia (MUI) setelah runtuhnya reime Suharto. Di era ini, MUI menjadi kekuatan dari *civil society* daripada era Suharto yang cenderung mendukung pemerintah. Hal ini dibuktikan dengan beberapa fatwa dan tausiyah MUI yang dikeluarkan MUI sering berkaitan dengan keadaan sosial politik yang terjadi pada saat itu. gambaran tersebut tampak pada fatwa-fatwa MUI yang terjadi pada era Presiden Habibie dan Presiden Abdurrahman Wahid. Pada era Habibie, MUI mengeluarkan beberapa fatwa dan tausiah penting yakni mandat kepada Habibie, fatwa tentang pemilihan umum, dan peringatan tentang skandal bank Bali, Ambon, dan peringatan tentang Timor Timur. Sementara itu di Era Abdurrahman Wahid, ia menjadi oposisi dari pemerintah. Tampak dari dua tausiah tentang komunisme yang digunakan sebagai respon terhadap kebijakan Abdurrahman Wahid tentang penghapusan larangan komunisme. Dalam hal ini tampak bahwa MUI mengalami perubahan pola dari era Suharto sebagai kepanjangan pemerintah dan era setelah Suharto sebagai kekuatan sipil.

²² Moch. Nur Ichwan, “Ulama, State, and Politics; Majelis Ulama Indonesia After Suharto”, *Islamic Law and Society*, 12, 1 (2005).

Tinjauan pustaka selanjutnya ialah penelitian yang berkaitan dengan variabel media baru. Penelitian pertama ialah tesis yang berjudul “Ustaz Abdul Somad: Otoritas Karismatik dan Media Baru” yang ditulis oleh Dony Arung Triantoro.²³ Penelitian ini berfokus pada bagaimana Ustaz Abdul Somad mempertahankan otoritasnya sebagai *da'i* yang berlatar belakang pendidikan agama tradisionalis. Media baru, yang dalam tesis awal Turner menyatakan bahwa ia akan menggeser otoritas keagamaan lama tidak terbukti. Namun yang terjadi adalah justru sebaliknya. UAS yang berlatar belakang tradisional mampu membuat otoritasnya tersendiri melalui karisma yang dimilikinya. Karisma yang dimaksud adalah perihal kedalaman ilmu agama (tradisional), intonasi saat berceramah dan hal-hal yang seringkali membuat kontroversi. Namun penelitian ini tidak secara tegas membahas mengapa UAS memilih media baru sebagai sarana untuk membentuk otoritasnya.

Selanjutnya ialah penelitian yang ditulis Nadirsyah Hosen berjudul “Online Fatwa In Indonesia: From Fatwa Shopping to Googling Kiai”.²⁴ Dalam penelitian ini ia menyimpulkan bahwa pergeseran klasifikasi mufti zaman klasik dengan sekarang amat jauh berbeda. Jika dulu seorang mufti selain diharuskan paham sumber-sumber Islam dalam al-Qur'an dan Hadis, mereka juga diwajibkan memahami persoalan yang ditanyakan secara mendalam. Dalam fenomena fatwa online, seorang mufti tidaklah harus orang yang paham sumber-sumber Islam, juga tidak harus memahami persoalan secara mendalam.

²³ Dony Arung Triantoro, “Ustaz Abdul Somad: Otoritas Karismatik Dan Media Baru.”

²⁴ Nadirsyah Hosen, *Online Fatwa In Indonesia: From Fatwa Shopping to Googling Kiai* (Singapore: Institute of Southeast Asian Studies, 2008).

Hal ini karena kita tidak dapat mengetahui klasifikasi seperti apa yang dimiliki oleh seorang *mufti*. Selain itu, fatwa online juga tidak bisa menggantikan sepenuhnya fatwa *offline*, sebab fatwa online tanpa adanya pengamatan langsung dari seorang *mufti* kepada *mustafti*. Penelitian ini hanya membahas klasifikasi yang cenderung menurun dari para mufti sebelum era media baru dan setelah adanya media baru. Ia tidak membahas tentang aktor-aktor baru para mufti online yang muncul akhir-akhir ini di mana mereka juga mempunyai klasifikasi keilmuan Islam yang mumpuni seperti Ustaz Abdul Somad, dan juga ustaz Adi Hidayat.

Selanjutnya adalah jurnal berjudul “The Politics of Virtual Fatwa; Counseling In The 21st Century” yang ditulis oleh Jens Kutscher. Penelitian membahas tentang pergeseran antara mufti resmi dan tidak resmi di Saudi Arabia. Mufti resmi di sini adalah mufti yang dikelola oleh negara, sementara mufti tidak resmi adalah mufti individu yang memproduksi fatwa-fatwa mereka melalui media sosial. Kutscher dalam penelitiannya berargumen bahwa mufti tidak resmi mendiseminasi fatwa mereka di dalam internet bukan saja karena tidak mendapatkan tempat sebagai mufti resmi negara, tetapi juga melawan paradigma negatif kepada seluruh dunia, khususnya di negara-negara non-muslim setelah terjadinya peristiwa 9 September di Amerika. Internet sebagai media paling efisien agar mereka, mufti-mufti tidak resmi ini suaranya dapat di dengar meskipun tidak mendapatkan otoritas resmi negara. Dalam penelitian ini, otoritas keagamaan di media baru berfungsi sebagai kekuatan resistensi terhadap politik kekuasaan. Itu artinya, media baru telah

memunculkan dan membentuk fragmentasi otoritas keagamaan sendiri selain dari otoritas keagamaan resmi.

Penelitian selanjutnya berjudul *Islam in The Digital Age:counselling and Fatwa sat the Click of a Mouse* yang ditulis oleh Mohamed Chawki.²⁵ Dalam penelitiannya Chawki memandang bahwa dunia internet telah mengubah dunia muslim secara keseluruhan. Interaksi dakwah dan fatwa yang dilakukan melalui internet memperbesar peluang dakwah dan penyebaran fatwa secara lebih efisien. Lebih dari itu, diseminasi dakwah dan fatwa yang dilakukan di internet telah mendorong orang-orang muslim yang tertinggal untuk lebih maju. Adanya “kesenjangan digital” di masyarakat muslim dapat diminimalisir dengan adanya konten dakwah dan fatwa. Hal ini terjadi karena ketertarikan muslim untuk belajar agama dengan mudah memaksa mereka untuk belajar dunia baru yang disebut dengan dunia digital. Di sini tidak dibahas secara mendalam mengenai otoritas keagamaan di media sosial, tetapi melalui dunia internet fatwa telah menjelma sebagai sesuatu yang sangat mudah dijangkau dan ini menyebabkan adanya peluang dalam pembentukan otoritas keagamaan di media sosial.

Selanjutnya adalah penelitian dengan judul “The Demise of Moderate Islam: New Media, Contestation, and Reclaiming Religious Authority.”²⁶ Penelitian ini membahas tentang kemunculan otoritas keagamaan baru yang menimbulkan reaksi yang berbeda dari dua organisasi keagamaan terbesar di

²⁵ Mohamed Chawki, “Islam in The Digital Age; Counselling and Fatwas at the Click of a Mouse” 5 (2010).

²⁶ Wahyudi Akmaliah, “The Demise of Moderate Islam: New Media, Contestation, and Reclaiming Religious Authorities”, *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 10, no. 1 (2020).

Indonesia yang mempunyai otoritas keagamaan secara mapan. Menurut penelitian ini, Muhammadiyah lebih lembut dalam merespon adanya otoritas keagamaan baru yang diisi oleh ustaz-ustaz populer di media sosial. Sementara itu Nahdlatul Ulama lebih reaktif terhadap gerakan mereka. Hal ini terjadi karena apa yang menjadi ideologi dari otoritas keagamaan baru mempunyai kesamaan dengan Muhammadiyah dalam pandangannya terhadap gerakan Islam. Sementara itu NU mempunyai ideologi yang bertentangan dengan mereka khususnya tentang pandangan Islam Nusantara yang lebih terbuka dan menerima budaya lokal. Di penelitian hanya menghubungkan antara otoritas keagamaan baru dengan dua otoritas keagamaan terbesar di Indonesia. Tidak secara implisit membahas tentang bagaimana kontestasi otoritas keagamaan terjadi di media sosial.

Melalui beberapa penelitian di atas, khususnya yang membahas terkait kontestasi otoritas keagamaan di media sosial tidak ada yang secara signifikan mengangkat tema tentang mengapa terjadi kontestasi dan fragmentasi otoritas keagamaan di media sosial. Begitu juga tidak ada yang membahas secara kompleks bagaimana gambaran yang ada di media sosial terkait otoritas keagamaan sehingga mampu memunculkan perebutan otoritas di antara para ustaz populer secara individu. Di sini saya menempatkan penelitian ini ke dalam wacana otoritas keagamaan terkait dengan latar belakang mengapa terjadi kontestasi dan fragmentasi yang pada akhirnya memunculkan perebutan otoritas di kalangan pelaku mufti *online* yang diperankan oleh tiga ustaz populer yang ada dalam penelitian ini.

E. Kerangka Teori

Fragmentasi otoritas keilmuan sudah ada sejak zaman pertengahan. Lebih jauh, fragmentasi tentang kekuasaan sudah ada sejak Nabi Muhammad wafat.²⁷ Hal ini dibuktikan dengan adanya fragmentasi bidang keilmuan khusus yang tidak pernah ada sebelumnya. Beberapa ulama ada yang dikategorikan sebagai ahli Hadis, beberapa yang lain ada yang dikategorikan sebagai ahli fikih, ada juga klasifikasi tentang ulama tasawwuf. Dalam dunia modern, fragmentasi ini memiliki cakupan yang lebih luas. Fragmentasi bukan hanya fokus pada masalah klasifikasi ilmu yang dimiliki oleh para ulama, melainkan fragmentasi tersebut tak ubahnya sebagai ajang kontestasi antar kelompok dalam merebut otoritas keilmuan. Salah satu faktor utama yang menyebabkan adanya fragmentasi tersebut adalah berkembang pesatnya kelompok keislaman yang terwadahkan ke dalam organisasi atau komunitas tertentu. Ikhwanul Muslimin, Hizbut Tahrir, Salafi, Syi'ah, atau pun kelompok Sunni sendiri merupakan gambaran bagaimana sebenarnya kontestasi otoritas keislaman sudah bersaing dalam ranah global. Dalam konteks Indonesia, beberapa organisasi keagamaan seperti Muhammadiyah, Nahdlatul Ulama, al-Irsyad, Persatuan Islam (Persis), al-Khairat dan lain sebagainya merupakan dinamika kontestasi otoritas keagamaan yang terpengaruh dari ranah global tersebut.

²⁷ Khalid Masud (ed), *Islam and Modernity* (Edinburgh: Edinburgh Press, 2009), 206.

Diskursus mengenai otoritas keagamaan selama ini hanya berkisar pada otoritas keagamaan lama dan otoritas keagamaan baru. Seperti tesis yang diungkapkan Turner bahwa fenomena media baru telah menjadi tantangan tersendiri bagi kalangan keagamaan tradisional dalam mempertahankan otoritasnya. Dalam konteks fatwa digital, tampaknya tesis Turner tersebut terlalu sederhana, sebab yang terjadi di ranah ruang digital adalah adanya kontestasi yang beragam dari masing-masing kelompok untuk mendapatkan otoritas dan legitimasi dari para pengikutnya secara bebas.²⁸ Media sosial adalah media demokratis, di mana setiap orang berhak untuk meng-*upload* konten apa saja asal sesuai dengan kebijakan dari masing-masing *platform*. Faktanya, dari kalangan keagamaan tradisional bukan hanya bisa menyesuaikan diri dengan media baru, yang terjadi justru kalangan tradisional mampu mempertahankan otoritas keagamaannya melalui media baru.

Hal tersebut tampak dari fenomena Ustaz Abdul Somad. Ia berasal dari kalangan muslim tradisional yang mempunyai daya tarik. Ia tidak saja bisa diterima di kalangan muslim tradisionalis, ia juga bisa diterima di kalangan muslim perkotaan sebab ia mampu menjadikan konten ceramahnya beradaptasi secara rasional sesuai paradigma muslim urban.²⁹ Perlu digarisbawahi bahwa yang berkонтestasi di dalam fatwa dunia digital bukan hanya mewakili kalangan muslim tradisional dan modernis saja. Fenomena

²⁸ Bryan S. Turner, “Religious Authority and The New Media” 24 (2007). 117.

²⁹ Dony Arung Triantoro, “Ustaz Abdul Somad: Otoritas Karismatik Dan Media Baru.”

fatwa digital telah merambah ke dalam diskursus kontestasi fatwa antar kelompok keagamaan yang mempunyai ideologi tertentu. Ada beberapa ustaz-ustaz yang mewakili masing-masing kelompoknya dalam tataran kontestasi fatwa digital yang ada di media sosial, seperti ustaz Abdul Somad (UAS) yang mewakili muslim tradisionalis, Adi Hidayat yang mewakili muslim modernis, dan Khalid Basalamah yang mewakili kelompok Salafi. Dari beberapa ustaz tersebut masing-masing telah mempunyai manajemen tersendiri untuk mengelola masing-masing akun di media sosial, khususnya di media *Youtube*. Pengelolaan secara sistematis tersebut membuktikan bahwa ada kontestasi di kalangan para mufti *online*. *mufti online* ini adalah sebutan untuk mereka yang kerap mengunggah konten-konten tanya jawab di media sosial youtube. Meskipun secara resmi mereka tidak mendeklarasikan diri sebagai mufti *online*, tetapi aktivitas mereka dengan konten tanya jawab persis sama dengan aktivitas mufti pada umumnya, yakni menerima pertanyaan tentang hukum Islam lalu kemudian dijawab sesuai dengan pengetahuan yang dimilikinya. Oleh sebab itulah para ustaz ini disebut dengan mufti *online*.

Untuk mengkaji gambaran tersebut, perlu adanya kerangka tentang ruang publik muslim (*muslim public sphere*). Teori ini digagas oleh Dale F Eickelman dan Jon W Anderson. Eickelman melihat bagaimana intelektual muslim berbagi gagasannya tentang pemahaman Islam mereka melintasi batas fisik, geografis, dan kultural yang kesemuanya hanya dimungkinkan

tercapai melalui adanya media baru (*new media*).³⁰ Gagasan Islam yang divisualkan melalui media baru tersebut memungkinkan adanya “narasi bergerak” yang mampu melewati batas-batas yang selama ini sulit dijangkau. Narasi bergerak tersebut ada disebabkan karena adanya paksaan unsur kebaruan, agar kajian keislaman itu bersifat kekinian dan mampu berdialog dengan zamannya.

Melalui teori ini, saya mencoba untuk menjelaskan bagaimana ruang publik yang ada di media sosial. Konstruksi fatwa digital yang dibangun oleh para ustaz tersebut cukup melibatkan orang banyak, termasuk tim-tim yang bekerja untuk merekam, mengunggah, dan menyebarkan konten-konten fatwanya. Aktivitas seperti ini dalam konteks media disebut dengan mediatisasi.³¹ Mediatisasi adalah suatu konsep yang berkembang di media yang melibatkan proses strategi pewacanaan melalui media sebagai suatu bentuk komunikasi politik yang dimediasikan melalui beragam medium sehingga dapat digandakan bahkan dimultitafsirkan untuk beragam kepentingan baik kepentingan ekonomi bahkan kepentingan politik.³²

Media baru dalam hal ini tidak serta merta menggeser kedudukan media lama. Media lama tetap mempunyai audiens tersendiri sesuai dengan karakternya masing-masing. Media baru merupakan perkembangan lebih

³⁰ Dale Eickelman and Jon Anderson, *New Media in The Muslim World; The Emerging Public Sphere* (Indianapolis: Indiana University Press, 2003), 1.

³¹ Arie Seyaningrum and Gita Octaviani, “Aksi Bela Islam Dan Ruang Publik Muslim” , *Jurnal Pemikiran Psikologi*, 4 (2017): 72.

³² Ibid.

lanjut dari adanya media lam.³³ Media baru yang kemudian terimplementasi ke dalam lanskap media sosial telah mengubah teori tentang media lama. Media baru telah melahirkan tiga konsep utama yang berbeda dengan media lama. Tiga konsep tersebut ialah: *pertama, Power and Inequality*. Media lama erat hubungannya dengan kepemilikan dan kekuasaan, tetapi tidak dengan media baru. Media baru lepas dari belenggu-belenggu kekuasaan yang terdapat di dalam media lama. Artinya, media baru telah membuka selebar-lebarnya ruang demokrasi dalam lanskap diskusi dan perdebatan. Dalam hal ini, fatwa digital bisa dianalisis sebagai sebuah kekuatan baru yang tidak ada kaitannya dengan pemilik kekuasaan. Kekuatan baru tersebut muncul disebabkan karena adanya ruang yang begitu terbuka di media sosial.

Adapun yang kedua adalah *Social Integration and Identity*. Media baru dianggap sebagai kekuatan yang mampu melakukan disintegrasi terhadap kohesivitas sosial di dalam masyarakat. Media baru dianggap terlalu individualistik karena ia bisa menembus batas-batas ruang dan waktu. Sementara itu yang ketiga adalah *Social Change*. Media baru sebagai agen perubahan sosial di mana di era media sosial tidak ada yang dapat mengontrol pesan-pesan apa yang disampaikan. Oleh sebab itu, sangat mungkin terjadi bahwa masyarakat memiliki ketergantungan yang sangat tinggi terhadap media. Dalam hal ini, fenomena fatwa digital bisa

³³ Umainah Wahid, *Komunikasi Politik: Teori, Konsep, Dan Aplikasi Pada Era Media Baru* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2016), 84.

dilihat dari kacamata perubahan sosial. Ketergantungan masyarakat informasi kepada media baru secara tidak langsung memberikan kesadaran kepada pelaku-pelaku mufti online untuk turut serta memberikan pengaruh terhadap perubahan sosial yang diakibatkan oleh media baru tersebut.

Teori ketiga yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori otoritas keagamaan. Otoritas keagamaan (*Religious Authority*) adalah hak untuk memberlakukan aturan yang dianggap sesuai dengan perintah Tuhan.³⁴ Otoritas keagamaan biasanya dimiliki oleh orang yang mahir dalam menyampaikan kandungan kitab suci. Dalam konteks Indonesia, otoritas keagamaan ini dimiliki oleh pemimpin agama. Ada mempunyai sebutan ulama dan ada juga yang menggunakan penyebutan kiai. Secara eksplisit ada perbedaan mengenai dua istilah ini. Ulama merupakan penyebutan bagi seorang yang menguasai keilmuan. Keilmuan di sini tidak dimaksudkan sebagai keilmuan Islam saja, tetapi juga ilmu-ilmu non-agama. Sementara itu, kiai lebih spesifik kepada mereka yang menguasai ilmu-ilmu agama seperti ilmu fikih, ilmu hadis, dan juga ilmu tafsir.³⁵ Biasanya, gelar kiai disematkan kepada mereka yang mempunyai pesantren, surau, atau langgar yang digunakan untuk kegiatan belajar mengajar bagi para santri. Apa pun penyebutan bagi mereka, yakni orang-orang yang mempunyai otoritas keagamaan, gelar tersebut sejatinya diberikan oleh masyarakat, bukan oleh

³⁴ Marc Gaborieau, *Redefinition of Religious Authority among South Asean Muslims Form 1919 to 1956* (Singapore: Institute of Southeast Asian Studies, 2010), 1.

³⁵ Din Wahid, “Challenging Religious Authority; The Emergence of Salafi Ustaz in Indonesia” 6, 2 (2012): 247.

negara. Oleh sebab itu gelar kiai atau ulama bukan hanya mempertimbangkan luasnya pengetahuan, tetapi juga mempertimbangkan sikap dan perilaku.³⁶

Otoritas keagamaan sulit didefinisikan secara kompleks. Otoritas keagamaan hampir sama dengan konsep kekuasaan, yaitu kewenangan untuk mengatur orang lain agar patuh terhadap sebuah aturan. Sementara itu dalam definisi Max Weber, otoritas keagamaan didefinisikan sebagai kemampuan untuk diikuti atau ditaati tanpa menggunakan kekuatan koersif.³⁷ Otoritas keagamaan pada dasarnya memang berbeda dengan kekuasaan, tetapi dalam konteks sekarang sulit untuk membedakan antara otoritas keagamaan dengan kuasa keagamaan.

Otoritas keagamaan berfungsi untuk menentukan pemahaman dan praktik yang paling benar dan menyalahkan pemahaman dan praktik yang salah.³⁸ Jadi meskipun secara eksplisit otoritas keagamaan itu tidak bersifat memaksa tetapi dalam praktiknya justru fungsi dari otoritas keagamaan memaksa untuk menentukan mana praktik yang dilakukan secara benar dan mana praktik yang dilakukan secara salah. Otoritas keagamaan sendiri berasal dari berbagai elemen, baik individu maupun kelompok. Meskipun otoritas keagamaan itu hampir mirip dengan konsep kekuasaan, tetapi dalam otoritas keagamaan ada sebuah relasi antara orang yang mempunyai otoritas

³⁶ Azyumardi Azra, *Biografi Sosial-Intelektual Ulama Perempuan Pemberdayaan Historiografi* (Jakarta: Gramedia dan PPIM UIN Jakarta, 2002). xxx.

³⁷ Gudrun Kramer and Sabin Schmidtke, *Speaking For Islam; Religious Authoroties in Muslim Societies*, 1.

³⁸ Ibid., 1.

dan para pengikutnya.³⁹ Dengan demikian otoritas keagamaan butuh kepada pengakuan dan persetujuan dari masyarakat. Hal ini yang membedakan antara otoritas keagamaan dan konsep kekuasaan.

Munculnya media baru telah menimbulkan persaingan antara ulama dan juga intelektual agama. Ulama adalah mereka yang mempunyai otoritas keagamaan secara tradisional di mana mereka mempunyai latar belakang pendidikan keagamaan. Sementara itu intelektual agama adalah mereka yang mempunyai keahlian dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan meskipun mereka tidak mempunyai latar belakang pendidikan keagamaan seperti yang dimiliki oleh otoritas keagamaan lama.⁴⁰ Perkembangan baru ini yang memunculkan persaingan antara otoritas keagamaan lama dan otoritas keagamaan baru.

Otoritas keagamaan baru dalam hal ini juga disebut sebagai pengusaha keagamaan (*religious entrepreneurs*) yaitu mereka yang mampu mengemas pesan-pesan keagamaan melalui media baru, baik itu melalui tulisan, pelatihan, dan juga video pendek. Biasanya otoritas keagamaan baru ini memperoleh pengetahuan agama melalui media-media yang mudah diperoleh seperti internet, buku terjemahan, dan juga penceramah agama.⁴¹

Dengan demikian dapat diklasifikasikan bahwa titik perbedaan antara otoritas keagamaan baru dan otoritas keagamaan lama terletak kepada latar

³⁹ Ibid.

⁴⁰ Hamdani, *New Religious Preacher in The Changing Religious Authority: The Offline and Online Preacher of Ustaz Abdul Somad* (Singapore: Iseas Publishing, 2020), 269.

⁴¹ Ahmad Muttaqin, “Women’s Identity in the Digital Age; Social Media, New Religious Authority, and Gender Bias” 8, no. 2 (2020): 358.

belakang pengetahuan agamanya. Oleh sebab itu, setiap ustaz yang populer di media baru tidak mesti dari kalangan otoritas keagamaan baru pula. Namun otoritas keagamaan lama juga bisa saja masuk dalam kategori ustaz populer dan dia tetap menyandang otoritas keagamaan lama sebab latar belakang pendidikan agama yang dimilikinya. Otoritas keagamaan lama bisa menjadi populer daripada otoritas keagamaan lama yang sudah lama mempunyai otoritas keagamaan secara tradisional.⁴²

Ketiga teori di atas digunakan dalam penelitian ini sebagai pijakan dalam menjelaskan tentang fragmentasi dan kontestasi otoritas keagamaan di media sosial. Media sosial adalah ruang terbuka yang berhak bagi siapa saja untuk menyampaikan pesan-pesan yang mengandung kepentingan tertentu. Ruang publik muslim, dalam pandangan Eickelman dan Anderson merupakan ruang yang di dalamnya terdapat narasi bergerak. Narasi bergerak ini yang memungkinkan bagi para ustaz populer untuk mendapatkan otoritas keagamaan baru, tanpa harus melalui otoritas keagamaan tradisional. Dengan demikian, ruang publik muslim ini tidak hanya menjadi narasi bergerak, tetapi juga membuat para ustaz populer ini mempunyai ruang untuk terfragmentasi dan berkонтestasi di dalam tiga sifat media baru, yakni kekuatan dan persamaan, identitas sosial, dan perubahan sosial.

⁴² Ibid., 359.

Kekuatan dan persamaan dalam konteks ini adalah kekuatan (power) dalam keluasan jangkauan. Berbeda dengan era sebelum media baru yang jangkauannya masih terbatas, era media baru mempunyai kekuatan jangkauan yang lebih luas sehingga mampu memperluas narasi bergerak yang diciptakan oleh aktor-aktor mufti *online*. Sementara itu media baru juga membentuk identitas sosial yang membedakan antara satu kelompok dengan lainnya. Terakhir adalah perubahan sosial. Media baru mampu membentuk perubahan sosial yang berbeda dari sebelumnya. Hal ini berkaitan dengan istilah komunitas *online* dan *online* komunitas yang dicetuskan oleh Kozinets.⁴³ Komunitas *online* secara tidak langsung mengubah pranata sosial, sebab komunitas *online* itu sendiri adalah definisi bagi sebuah kultur baru yang ada di media baru. Sementara itu *online* komunitas adalah komunitas online yang bukan hanya sebagai anggota dari media sosial, tetapi *online* komunitas mempunyai jangkauan yang lebih luas melampaui komunitas *online*. Jika komunitas *online* hanya sebatas kultur dari sebuah ruang digital, maka *online* komunitas adalah orang-orang yang memanfaatkan ruang *online* sebagai alat dalam melakukan aktivitas sosial. Definisi ini sama dengan pengertian media baru dari segi sifatnya yang mampu membentuk perubahan sosial. Perubahan sosial ini yang memungkinkan adanya otoritas keagamaan di media sosial.

⁴³ Robert V. Kozinets, *Netnography; Doing Ethnographic Research Online* (London: SAGE Publications, 2010), 63.

F. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode netnografi. Metode netnografi merupakan jenis dari etnografi tradisional yang dikembangkan di dalam dunia digital. Ada beberapa istilah lain untuk yang berkaitan dengan netnografi seperti etnografi *online*, etnografi virtual, dan etnografi digital. Namun dalam istilah populernya, metode ini lebih sering disebut dengan netnografi yakni metode yang merujuk kepada lingkungan penelitian *online* yang bersumber dari etnografi sebagai sebuah metode.⁴⁴

Netnografi adalah cara melakukan penelitian antropologi di dunia internet, menggunakan informasi yang tersedia secara bebas di media sosial. Berbeda dengan awal kemunculan etnografi *online* yang memerlukan konfirmasi dari etnografi tradisional, saat ini netnografi bisa dilakukan secara mandiri tanpa melibatkan praktik-praktik dari etnografi tradisional.⁴⁵ Oleh sebab itu, penelitian yang menggunakan netnografi sebagai metode penelitiannya, sama halnya dengan menggunakan etnografi tradisional sebagai metode. Bedanya, kegiatan netnografi dilakukan di dalam ruang internet melalui berbagai media yang ada di dalamnya.

Robert Kozinet membuat lima langkah penelitian netnografi secara berurutan.⁴⁶ Lima langkah tersebut sebagai berikut:

⁴⁴ Stepanus Bo'do, "Memperkenalkan Metode Penelitian Netnografi Untuk Dosen Dan Mahasiswa Komunikasi" 8 (2020): 19.

⁴⁵ Ibid., 20.

⁴⁶ Robert V. Kozinets, *Netnography; Doing Ethnographic Research Online*, 61.

- Merencanakan lapangan penelitian. Dalam langkah ini seorang peneliti diharuskan menemukan dan menentukan komunitas apa yang akan diteliti.
- Menyeleksi dan mengidentifikasi komunitas. Langkah ini disebut dengan *entree*, yakni komunitas yang ditentukan merupakan sajian utama di dalam sebuah penelitian netnografi.
- Mengoleksi data. langkah ini merupakan inti dari sebuah penelitian etnografi. Langkah ini digunakan untuk memperoleh bahan untuk selanjutnya dianalisis menggunakan teori yang ada.
- Analisis data. Langkah ini digunakan sebagai analisis dan interpretasi yang konsisten dari data-data yang telah diperoleh. Data tersebut haruslah data yang menjadi bahan utama dari objek penelitian netnografi.
- Melaporkan penemuan. Setelah empat langkah di atas dilakukan dengan baik, seorang peneliti netnografi menulis dan menjelaskan tentang penemuan apa saja yang didapat dari data dan analisis yang ia lakukan. Penjelasan ini bersifat ilmiah baik data yang digunakan itu bersifat penelitian kualitatif ataupun kuantitatif.

Ada dua hal yang perlu ditekankan dalam melakukan penelitian netnografi.⁴⁷ Dua hal tersebut adalah; *pertama*, seorang peneliti harus memahami kapan dan bagaimana mengombinasikan antara penelitian etnografi dan penelitian netnografi. Jadi sebelum seorang peneliti

⁴⁷ Ibid.

melakukan lima langkah pedoman netnografi, ia harus lebih dulu paham bagaimana ia menempatkan data yang bisa ditarik kepada sifat-sifat penelitian etnografi, dan bagaimana ia menempatkan data yang hanya bisa ditarik kepada sifat penelitian online (netnografi). *Kedua*, seorang peneliti harus beradaptasi dengan lingkungan online untuk ditarik kepada teknik etnografi secara konsisten.

Berkaitan dengan metode netnografi ini, ada dua istilah penting yang perlu dijelaskan yang berhubungan dengan komunitas atau kultur dari ruang online itu sendiri. Dua istilah tersebut adalah komunitas online dan online komunitas.⁴⁸ Komunitas online (*online communities*) adalah objek di dalam kajian netnografi yang secara khusus membahas tentang sebuah komunitas atau kultur yang ada di dalam ruang online. Contoh dari komunitas online adalah penelitian tentang para pengguna yang baru masuk di dunia online, seperti para pengguna baru *Facebook*, *Twitter*, atau *Instagram*. Istilah kedua adalah online komunitas (*communities online*), yakni objek penelitian yang berkaitan dengan dunia online sebagai fenomena sosial. Online komunitas ini melebihi komunitas online dalam lingkup gerakan sosialnya.⁴⁹ Seperti para pegiat sosial yang yang memanfaatkan dunia online untuk meraup masa. Seorang *influencer* misalnya, yang hendak membantu korban bencana, kemudian dia memanfaatkan ruang online untuk menyalurkan bantuan tersebut, hal ini yang disebut dengan online

⁴⁸ Ibid., 64.

⁴⁹ Ibid.

komunitas. Jadi online komunitas itu fenomena sosial yang memanfaatkan ruang online sebagai alat untuk mencapai tujuannya.

Dalam penelitian ini *channel* youtube yang menjadi objek kajian ada tiga, yakni *channel* Ustadz Abdul Somad Official milik UAS, Khalid Basalamah Official milik Ustaz Khalid Basalamah, dan Adi Hidayat Official milik Ustaz Adi hidayat. Mereka adalah beberapa pelaku *mufti online* yang secara rutin mengunggah konten fatwa. Pengamatan yang saya lakukan tidak merata ke semua *channel* yang mengunggah konten fatwa dari para ustaz tersebut, tetapi pengamatan utama dilakukan pada *channel* resmi (*official*) yang dimiliki oleh para ustaz populer dan juga *channel-channel* lain yang mengunggah video fatwa mereka dengan tema yang sesuai dengan apa yang dipilih dalam penelitian ini

Saya memilih beberapa ustaz yang di dalam kegiatan pengajiannya sering mengajukan tanya jawab. Jawaban dari para ustaz ini yang nanti saya analisis sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun beberapa ustaz yang saya pilih adalah; pertama, ustaz Abdul Somad. Kedua, ustaz Khalid Basalamah. Ketiga, ustaz Adi Hidayat.. Ketiga ustaz ini saya pilih dikarenakan gerakan mereka yang aktif di media sosial (youtube). Mereka masing-masing mempunyai *channel* resmi dan tim yang meng-*upload* konten-konten mereka melalui berbagai platform. Selain itu, mereka mempunyai pengaruh yang cukup kuat di media sosial khususnya di *platform* youtube. Ustaz Abdul Somad dengan *channel* Ustadz Abdul Somad Official sudah mempunyai 1,79 juta *subscribers*. Ustaz Khalid

Basalamah dengan *channel* Khalid Basalamah Official sudah mempunyai 1,69 juta *subscribers*. Ustaz Adi Hidayat dengan channel Adi Hidayat Official menyembunyikan jumlah *subscribers*nya namun video-video yang diunggah rata-rata mencapai ratusan ribu penonton. Saya memilih ketiga ustaz ini karena saya melihat ada praktik persaingan dalam setiap konten yang mereka unggah. Meskipun secara eksplisit masing-masing dari ustaz tidak menyebutkan untuk saling berkompetisi, tetapi dari fatwa-fatwa yang mereka keluarkan terlihat jelas bahwa ada sisipan kampanye terhadap corak keislaman mereka, baik dari segi jawaban, metode menjawab pertanyaan, dan rujukan-rujukan yang digunakan dalam setiap fatwa yang mereka keluarkan.

Penelitian ini juga tidak memungkinkan untuk mengamati keseluruhan fatwa yang dilakukan oleh para mufti *online*. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini hanya tema-tema tertentu yang dijadikan bahan rujukan. Adapun tema yang dibahas dalam penelitian ini adalah fatwa tentang; *pertama*, fatwa tentang perayaan maulid Nabi. *Kedua*, fatwa tentang ziarah kubur. *Ketiga*, fatwa tentang *isbal*. Keempat, fatwa tentang bunga bank. Tema-tema tersebut saya pilih sesuai dengan sudut pandang perbedaan fatwa dan dasar argumen dalam menjawab pertanyaan penanya. Adanya klasifikasi dari empat tema tersebut adalah karena dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan menyangkut tema di atas, para ustaz tersebut mempunyai metode jawaban yang berbeda yang menjadi ciri dan karakteristik dari masing-masing ustaz tersebut. Selain itu, tema-tema yang

tersebut adalah tema populer di media sosial youtube karena tema-tema tersebut juga diunggah oleh beberapa *channel* lain sehingga menimbulkan beragam komentar dari *netizen*, bahkan ada juga yang mengunggah perbandingan fatwa-fatwa dari ketiga ustaz tersebut dalam satu video.⁵⁰

Dengan memetakan tema dan subjek dari para aktor ustaz populer, penelitian ini bisa lebih terarah dan terukur. Selain itu, dengan menggunakan metode ini penelitian ini tidak bisa lepas dari pembahasan poin-poin penting yang berkaitan dengan kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini.

G. Sistematika Pembahasan

Bab pertama membahas tentang pendahuluan yang berisi latar belakang, rumusan masalah, tinjauan pustaka, kerangka teori, dan metode penelitian.

Bab kedua merupakan pengantar dari diskursus tema fatwa dan media baru. Dalam bab ini ada dua subbab yakni pembahasan tentang media lama dan media baru, dan subbab kedua berisi pembahasan tentang transformasi pola *istifta*’ dan *ifta*’ dari media lama ke media baru.

Bab ketiga berisi pembahasan utama tesis ini, yakni otoritas keagamaan, kontestasi, dan fragmentasi yang ada di media sosial. Dalam bab ini ada dua subbab yakni subbab pertama membahas tentang otoritas fatwa di media

⁵⁰ “Hukum Isbal Lengkap Menurut Ust Adi Hidayat, Khalid Basalamah, Dan Abdul Somad,” last modified March 22, 2021, <https://www.youtube.com/watch?v=yDk-tomcv0o>.

sosial dan subbab kedua berisi pembahasan tentang kontestasi dan fragmentasi otoritas keagamaan di media sosial.

Bab keempat merupakan kesimpulan yang berisi jawaban dari rumusan masalah yang disajikan dalam penelitian ini.



BAB IV

Penutup

A. Kesimpulan

Diskursus otoritas keagamaan di media sosial telah mengubah konsep otoritas keagamaan itu sendiri. Media baru tidak dapat dipungkiri telah menggeser pola otoritas keagamaan dari yang dulu bersifat ketat dengan beberapa klasifikasi tertentu menjadi otoritas keagamaan yang lebih demokratis. Para ustaz yang mendiseminaskan fatwa mereka di media sosial adalah mereka yang saling memperebutkan posisi otoritas keagamaan mereka. Perebutan otoritas keagamaan di media sosial dapat dilihat melalui banyaknya *viewers* dan ragamnya komentar dari konten-konten fatwa yang diunggah. Dengan demikian terjadinya pergeseran pola *istifta'* dan *ifta'* dari media lama ke media baru disebabkan oleh ruang publik muslim (*muslim public sphere*) yang memungkinkan adanya narasi bergerak. Narasi bergerak ini yang menjadi alat untuk mempengaruhi penonton untuk melegitimasi otoritas keagamaan mereka.

Kontestasi dan fragmentasi otoritas keagamaan di media sosial cenderung kepada polarisasi kelompok Islam yang masing-masing membawa ideologi mereka. Hal ini tampak dari persaingan konten-konten yang diunggah dari masing-masing ustaz untuk menegaskan posisi mereka sebagai perwakilan dari

kelompok tertentu. Ustaz Abdul Somad konsisten dengan metode jawaban kelompok muslim tradisional dengan cara mengutip pendapat ulama terdahulu. Ustaz Khalid Basalamah juga konsisten dengan metode jawaban kelompok Salafi yang menggunakan al-Quran dan Hadis secara langsung dan cenderung ketat dalam penggunaan dalilnya. Sementara itu ustaz Adu Hidayat konsisten dengan metode jawaban yang mewakili kelompok muslim modernis yakni menjelaskan inti permasalahan, kemudian dicari dalil al-Quran dan Hadisnya dan kemudian dikutip pendapat ulama terdahulu, lalu langkah terakhir memberikan jawaban setelah menganalisis atas pertimbangan-pertimbangan tersebut. Dengan demikian adanya kontestasi dan fragmentasi di media sosial cenderung kepada kampanye dan *branding* mereka terhadap kelompok Islam yang mereka anut.



Daftar Pustaka

- Aliff, Mohd and Hamzah, Mohd, Isa, “Mobile Fatwa; The Integration of Islamic Fatwa Through Mobile Technology”, *Turkish Online Journal of Distance Education* 15 (2014).
- Arung Triantoro, Dony, “Ustaz Abdul Somad: Otoritas Karismatik Dan Media Baru.” Tesis Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, 2019.
- Akmaliah, Wahyudi, “The Demise of Moderate Islam: New Media, Contestation, and Reclaiming Religious Authorities”, *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 10, no. 1 (2020).
- Assyaukani, Lutfi, “Fatwa and Violence in Indonesia”, *Journal of Religion and Society* 11 (2009).
- Awaliyah, Shiyamil, and Masduki. “Kontestasi Dan Adaptasi Otoritas Keagamaan Tradisional” 30 (2019).
- Azra, Azyumardi, *Biografi Sosial-Intelektual Ulama Perempuan Pemberdayaan Historiografi*. Jakarta: Gramedia dan PPIM UIN Jakarta, 2002.
- Aziz, Abdul, “Islam Betawi; Studi Strukturasi Ats Pemikiran Zainuddin MZ.” Skripsi UIN Syarif Hidayatullah, 2019.
- Bo'do, Stepanus, “Memperkenalkan Metode Penelitian Netnografi Untuk Dosen Dan Mahasiswa Komunikasi” 8 (2020).
- Bourk Hoesterey, James, *Rebranding Islam: Piety, Prosperity, and A Self-Help Guru*. California: Stanford University Press, 2016.
- Bunt, Gary, R., . *Hashtag Islam; How Cyber-Islamic Environments Are Transforming Religious Authority*. Carolina: University of North Carolina Press, 2018.
- Bunt, Gary, R., *IMuslims; Rewiring the House of Islam*. Amerika: University of North Carolina Press, 2009.
- Caerio, Alexander, “The Shifting Moral Universe of the Islamic Tradition of Ifta’; A Diachronic Study of Four Adab al-Fatwa Manuals”, *The Muslim World Journal*, 96. 4 (2006).
- Champbell, Heidi, *When Religion Meets New Medis*. London: Routledge, 2010.
- Chawki, Mohamed, “Islam in The Digital Age; Counselling and Fatwas at the Click of a Mouse” 5 (2010).

- Dawson, Lorne, L., *Religion and Cyberspace*. London: Routledge, 2005.
- D.W. Lee. "Resistance Dynamics and Social Movement Theory; Conditions, Mechanisms, and Effects" 10. 4 (n.d.).
- Efendi, Agus, "Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak Di Kabupaten Sukoharjo", *Jurnal Penelitian Humaniora*, 18 (2017).
- Eickelman, Dale, and Anderson, Jon, *New Media in The Muslim World; The Emerging Public Sphere*. Indianapolis: Indiana University Press, 2003.
- Firdaus, Wan Mohd, Khoirul, "The Application of Technology in The Dissemination of Fatwas; A Study on Religious Instituion in Malaysia", *International Journal of Civil Engineering and Technology* 9 (2018).
- Gaborieau, Marc *Redefinition of Religious Authority among South Asean Muslims Form 1919 to 1956*. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies, 2010
- Graf, Bettina, "Sheikh Yusuf Al-Qaradhawi in Cyberspace", *Die Welt Des Islam Journal*, 47 (2007).
- Halimatussa'diah. "Etnisitas Dan Agama Dalam Kontestasi Wacana Kekuasaan Di Media Baru" 17 (2015).
- Hallaq, Wael B. "From Fatwas To Furu'; Growth and Changes in Islamic Substantive Law" 1. 1 (1994).
- Hamdani. *New Religious Preacher in The Changing Religious Authority: The Offline and Online Preacher of Ustaz Abdul Somad*. Singapore: Iseas Publishing, 2020.
- Helland, Christoper, *Digital Religion; Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. New York: Routledge, 2013.
- Hosen, Nadirsyah, "Online Fatwa in Indonesia: From Fatwa Shopping to Googling Kiai", in Martin Van Bruinessen, *Expressing Islam; Religious Life and Politics in Indonesia*. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies, 2008.
- . "Nahdlatul Ulama and Collective Ijtihad", *New Zealand Journal of Asian Studies*, 6 (2004).
- . "Revelation in a Modern Nation State: Muhammadiyah and Islamic Legal Reasoning in Indonesia", *Australian Journal of Asian Law*, 4 (2002).

- Ichwan, Moch., Nur, “Ulama, Negara Bangsa, Dan Etnonasionalisme Religius: Kasus Banda Aceh.” In *Ulama, Politik, Dan Narasi Kebangsaan: Fragmentasi Otoritas Keagamaan Di Kota-Kota Indonesia*. Yogyakarta: PusPIDEp, 2019.
- . “Ulama, State, and Politics; Majelis Ulama Indonesia After Suharto” 12. 1 (2005).
- Jinan, Mutohharun, “Intervensi New Media Dan Impersonalisasi Otoritas Keagamaan Di Indonesia” 3. 2 (2013).
- Kaptein, Nico J.G. “The Voice of The Ulama; Fatwas and Religious Authority In Indonesia” 49 (2004).
- Kaptein, Nico, J.G., “The Voice of The Ulama; Fatwas and Religious Authority in Indonesia.”, *Archives De Sciences Sociales Des Religions* 125 (2004).
- Khoiri, Alfiyah and Nurbaya, Siti “Konvergensi Media Dan Mediamorfosis; Strategi Digitalisasi Majalah Moeslim Choice Dalam Proses Transformasi Basis Kerja” 1 (2019).
- Kiptiyah, Siti Mariyatul, “Kyai Selebriti Dan Media Baru” 19. 3 (2017).
- Kozinets, Robert, V., *Netnography; Doing Ethnographic Research Online*. London: SAGE Publications, 2010.
- Kramer, Gudrun and Schmidtke, Sabin, *Speaking For Islam; Religious Authoroties in Muslim Societies*. Leiden: Brill, 2006.
- Kutscher, Jen, “The Politics of Virtual Fatwa Counseling in the 21 Century” 3, no. 1 (2009).
- Lim, Merlyna, “Archipelago Online: The Internet and The Political Activism in Indonesia.” Disertasi universitas Twente Belanda, 2005.
- Masud, Khalid, *Islam and Modernity*. Edinburgh: Edinburgh Press, 2009.
- Miladi, Noureddine, “Social Media and Social Change” 25 (2016).
- Mulyana. *Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Muttaqin, Ahmad, “Women’s Identity in the Digital Age; Social Media, New Religious Authority, and Gender Bias”, *Qudus Internasional Journal of Islamic Studies*, 8, no. 2 (2020).

Nor Mamat, Mohd, Mahamood, Siti Fatahiyah, and Ahmad, Mohd, Nazir, “E-Fatwa Information Management; Suistainance and Enhacement Towards Friendly and Efficient Online Database” (2008).

Pribadi, Airlangga, “Islam Dan Media; Kontestasi Ideologi Dan Ekonomi Politik Media Era Demokrasi”, *Jurnal Ma'arif*, 13 (2018).

Puspita, Yeni, “Pemanfaatan New Media Dalam Memudahkan Komunikasi Dan Transaksi Pelacur Gay” 18, no. 3. 3 (2018).

Qaradhawi, Yusuf, al, *Al-Fatwa; Bainal Indibat Wa al-Tasayyub*. Kairo: Dar al-Shahwah Li al-Nasyr wa al-Tawzi', 19

Roji, Fatkur, “Media Baru, Pemuda, Dan Gerakan Sosial Di Mesir.” Tesis Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga, 2018.

R. Rusli. “Progressive Salafism in Online Fatwa”, *al-Jami'ah Journal of Islamic Studies*, 52 (2014).

Rusli. “Tipologi Fatwa Di Era Modern; Dari Offline Ke Online”, *Jurnal Studia Islamika*, 8 (2011).

Safitri, Safitri, “Kontestasi Retorika Islam Nusantara Di Media Baru” 11 (2017).

Sainul, and Afrelian, Muhammad Ibnu, “Aspek Hukum Fatwa DSN-MUI Dalam Operasional Lembaga Keuangan Syariah” 3 (2015).

Sari, Diana, “Tasawuf AA Gym; Studi Pesan Dakwah KH. Abdullah Gymnastiar” 3. 2 (2019).

Setyaningrum, Arie and Octaviani, Gita “Aksi Bela Islam Dan Ruang Publik Muslim”, *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 4 (2017).

Turner, Bryan, S., “Religious Autority and The New Media” *Journal of Theory, Culture, and Society*, 24 (2007).

Yudha, Reza Praditya, “Media Baru Digital Sebagai Peretas Konteks Komunikasi Antar Pribadi Dan Kelompok” 3 (2018).

Wadipalapa, Rendy Pahrur, “Meme Culture& Komedi Satire Politik; Kontestasi Pemilihan Presiden Dalam Media Baru” 12 (2015).

Wahid, Din, “Challenging Religious Authority; The Emergence of Salafi Ustaz in Indonesia” 6. 2 (2012).

———. “Who’s Got The Power? Religious Authority and The Internet” 12 (n.d.).98.

Wahid, Umainah, *Komunikasi Politik: Teori, Konsep, Dan Aplikasi Pada Era Media Baru*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2016.

Zaman, Muhammad Qasim, “The Ulama and Contestations on Religious Authority”, in Khalid Masud (ed), *Islam and Modernity*, Edinburgh: Edinburgh Press, 2009.

INTERNET

“Adi Hidayat Official.” Last modified February 22, 2021.

https://www.youtube.com/channel/UC5KW9VowHehb_jHAhDMZpEQ.

“Adi Hidayat Youtube Official.” Accessed October 12, 2020.

https://www.youtube.com/watch?v=1BJViIYx_bo.

“Fatwa Bunga Bank UAH.” Accessed October 12, 2020.

https://www.youtube.com/watch?v=kS1ogTVMX_c&t=109s.

“Fatwa Bunga Bank UAS.” Accessed October 12, 2020.

https://www.youtube.com/watch?v=QV_j7NFtikk.

“Fatwa Bunga Bank UKB.” Accessed October 13, 2020.

<https://www.youtube.com/watch?v=QJWcDySM8cI>.

“Fatwa Isbal UAH.” Accessed October 12, 2020.

<https://www.youtube.com/watch?v=XRek5vAFIDI>.

“Fatwa Isbal UAS.” Accessed October 12, 2020.

<https://www.youtube.com/watch?v=uEfqdJBKJF0>.

“Fatwa Isbal UKB.” Accessed October 13, 2020.

<https://www.youtube.com/watch?v=GX6H3wTQQI0>.

“Fatwa Maulid Nabi UAS.” Accessed October 11, 2020.

<https://www.youtube.com/watch?v=FW6dl9NCfjw>.

“Fatwa Maulid Nabi UKB.” Accessed October 12, 2020.

<https://www.youtube.com/watch?v=A0jI8koFqzs>.

“Fatwa Maulid UAH.” Accessed October 12, 202AD.

<https://www.youtube.com/watch?v=E5v6vkbZfQE>.

- “Fatwa Ziarah Kubur UAH.” Accessed October 12, 2020.
<https://www.youtube.com/watch?v=XIYtiHG-ldc>.
- “Fatwa Ziarah Kubur UAS.” Accessed October 12, 2020.
<https://www.youtube.com/watch?v=jDbmB45kLb0>.
- “Fatwa Ziarah Kubur UKB.” Accessed October 13, 2020.
<https://www.youtube.com/watch?v=Y0vrq0aZgq4>.
- “Felix Siauw Instagram Official.” Accessed March 1, 2021.
<https://www.instagram.com/felixsiauw/?hl=id>.
- “Felix Siauw Youtybe Official.” Accessed March 1, 2021.
<https://www.youtube.com/user/siauwfelix>.
- “Hukum Isbal Lengkap Menurut Ust Adi Hidayat, Khalid Basalamah, Dan Abdul Somad.” Last modified March 22, 2021.
<https://www.youtube.com/watch?v=yDk-tomcv0o>.
- “Khalid Basalamah Official.” Last modified February 22, 2021.
<https://www.youtube.com/user/khalidbasalamah>.
- “Khalid Basalamah Youtube Official.” Accessed October 12, 2020.
<https://www.youtube.com/user/khalidbasalamah>.
- “Penyelenggaraan Salat Jumat Dan Jamaah Untuk Mencegah Penularan Covid 19.” Accessed February 24, 2021.
<https://mui.or.id/produk/fatwa/28161/fatwa-mui-nomor-31-tahun-2020-tentang-penyelenggaraan-shalat-jumat-dan-jamaah-untuk-mencegah-penularan-covid-19/>.
- “Reaksi-Menteri-Agama-Tanggapi-Ustaz-Abdul-Somad-Yang-Larang-Bermain-Catur.” Last modified December 3, 2019.
<https://www.tribunnews.com/nasional/2019/11/22/reaksi-menteri-agama-tanggapi-ustaz-abdul-somad-yang-larang-bermain-catur>.
- “UAS Instagram Official.” Accessed October 11, 2020.
https://www.instagram.com/ustadzabdulsomad_official/?hl=id.
- “Ustadz Abdul Somad Official.” Last modified February 22, 2021.
<https://www.youtube.com/channel/UCIvc6c04-xEYKFFyeP3yjKA>.
- “Ustadz Abdul Somad Youtube Official.” Accessed October 11, 2020.
<https://www.youtube.com/c/UstadzAbdulSomadOfficial/videos> diakses pada tanggal 11 Oktober 2020.