

**EKSISTENSI GERAKAN SALAFI PADA EKSPRESI KEAGAMAAN GENERASI MUDA**

**MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**



Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Bidang Keilmuan Sosiologi

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA  
Savira Amarrasuli  
NIM : 17107020007

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**  
**2021**

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Kepada Yth  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga  
Di Yogyakarta  
*Assalamualaikum. Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberi pentunjuk serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara :

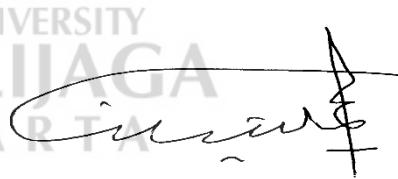
Nama : Savira Amarrasuli  
NIM : 17107020007  
Prodi : Sosiologi  
Judul : EKSISTENSI GERAKAN SALAFI PADA EKSPRESI KEAGAMAAN GENERASI MUDA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu Sosiologi.

Harapan saya semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.  
*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Tulungagung, 30 Maret 2021

  
Achmad Zainal Arifin, M.A., Ph.D  
NIP. 19751118 200801 1 013

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Savira Amarrasuli

NIM : 17107020007

Program studi : Sosiologi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi ini merupakan hasil karya pribadi penulis.

Sejauh yang penulis ketahui, skripsi ini tidak mengandung materi yang telah dipublikasikan oleh orang lain. Namun, beberapa bagian tertentu yang memang penulis jadikan sebagai acuan dasar di dalam skripsi ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar diketahui oleh dewan pengaji.

Tulungagung, 31 Maret 2021



Savira Amarrasuli  
17107020007



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571  
Yogyakarta 55281

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

Nomor : B-537/Un.02/DSH/PP.00.9/07/2021

Tugas Akhir dengan judul : **EKSISTENSI GERAKAN SALAFI PADA EKSPRESI KEAGAMAAN GENERASIMUDA MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SAVIRA AMARRASULI  
Nomor Induk Mahasiswa : 17107020007  
Telah diujikan pada : Selasa, 22 Juni 2021  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

**TIM UJIAN TUGAS AKHIR**

**Ketua Sidang**



**Achmad Zainal Arifin,  
M.A., Ph.D**

SIGNED

Valid ID: 6101168fc0778

**Pengaji I**



**Dr. Yayan  
Suryana, M.Ag**

SIGNED

Valid ID:  
610105f6ef3af

**Pengaji II**



**Ambar Sari Dewi, S.Sos.,  
M.Si., P.hD.**

SIGNED

Valid ID:  
6101177eb60fa

**Yogyakarta, 22**

**Juni 2021 UIN**

**Sunan Kalijaga**

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**

**Dr. Mochamad Sodik, S.Sos.,  
M.Si.**



Valid ID: 61039ad3cc688 SIGNED

## HALAMAN PERSEMPAHAN

Puji syukur kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala yang telah melimpahkan kasih sayangNya kepada kita semua. DariNya kita memohon bantuan, petunjuk, dan memohon ampunan. Selawat serta salam tidak lupa saya haturkan kepada Rasulullah, Muhammad Shalallahu alaihi wa sallam. Beliaulah suri tauladan kita semua yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang. Rasa terima kasih dan skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya yang telah mengupayakan segalanya untuk menghidupi keluarga ini.
2. Saudara kembar saya, Savirna Amarrasuli, yang telah menemani saya sejak dalam rahim ibu.
3. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora dan Program Studi Sosiologi, tempat di mana saya menempa diri, menimba ilmu dan bertemu dengan orang-orang yang baik.
4. Dosen Pembimbing saya, Bapak Achmad Zainal Arifin, Ph.D, yang telah membimbing saya dengan baik
5. Seluruh sahabat saya yang telah memberi kenyamanan bagi saya untuk membagikan keluh kesah saya; Nurhanny Agusti, Mira Arba'atun atau Teh Mira, Feby Kurniati, Muhamad Syamsul Huda, Septiani Nur Utami, Anisa Safitri atau Kak Caca, Fatmawati, dan seluruh teman-teman yang tidak seluruhnya saya sebutkan namanya.

6. Seluruh teman-teman Program Studi Sosiologi 2017
7. Bu Satih Saidiyah, Dipl Psy., M.Si, Mbak Nisa, dan beberapa pihak yang telah banyak membantu saya melewati masa sulit
8. Seluruh teman-teman dalam Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah, tempat saya mengembangkan diri saya dan berbagi pengalaman. Keluarga saya selama di Yogyakarta.
9. Seluruh teman-teman kelompok saya dalam KKN Angkatan 102, yang telah bersedia berbagi keluh kesah dan cerita menarik.
10. Pihak-pihak yang telah mendukung jalannya penelitian.



## HALAMAN MOTTO

*“Hidup sekali untuk dipertaruhkan. Berhati-hatilah dalam mempergunakan  
waktu selama hidup”*

- KH. Ahmad Dahlan -



## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillahirobbil'alamin.* Segala puji saya panjatkan kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala kasih sayangNya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir dengan lancar. Adapun selawat serta salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah, Nabi Muhammad *Sholallahu alaihi wa sallam*. Beliau telah membawa kita dari zaman yang penuh kegelapan menuju zaman yang tercerahkan.

Tidak lupa, penulis sampaikan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah turut membantu dalam penyusunan tugas akhir. Pihak-pihak tersebut antara lain :

1. Ayah, Ibu, saudari kembar saya Savirna Amarrasuli yang telah memberikan dukungan dan kasih sayang yang tiada tara
2. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
3. Bapak Bernando J. Sujibto, M.A selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak membimbing saya selama menempuh pendidikan
4. Bapak Achmad Zainal Arifin, M.A., Ph.D selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing saya selama penyusunan skripsi meskipun dengan baik.

5. Ibu Ambar Sari Dewi, S.Sos., M.Si dan Bapak Yayan Suryana, M.Ag selaku dosen penguji
6. Seluruh dosen Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yang telah memberikan ilmu dan teladan yang baik
7. Teman-teman saya yang tercinta yaitu Nurhanny Agusti, Mira Arba'atun atau Teh Mira, Mohammad Syamsul Huda, Septiani Nur Utami, Feby Kurniati, dan seluruh teman-teman yang telah turut bersedia berbagi keluh kesah hingga informasi selama penyusunan skripsi
8. Teman-teman Program Studi Sosiologi 2017 yang telah menjadi pengisi hari-hari selama menempuh pendidikan
9. Teman-teman Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah, yang telah banyak membantu dalam mengembangkan diri dan menjadi tempat berdiskusi
10. Seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung saya selama penyusunan tugas akhir

Semoga dengan adanya penyusunan tugas akhir ini dapat membawa banyak manfaat bagi penulis, masyarakat hingga ranah akademis. Terima kasih.

Tulungagung, 15 Maret 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

NOTA DINAS PEMBIMBING .....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Kajian Pustaka .....	7
F. Landasan Teoritis .....	12
G. Metode Penelitian .....	23
H. Sistematika Pembahasan .....	25
BAB II .....	27
SEJARAH DAN PERKEMBANGAN SALAFI DI INDONESIA .....	27
A. Sejarah Salafi di Indonesia .....	27
B. Perkembangan Salafi di Indonesia .....	30
C. Tema-tema Dakwah Salafi di Indonesia .....	33
BAB III .....	38
DAKWAH SALAFI DI INSTAGRAM .....	38
A. Variasi Unggahan .....	38
B. Kontroversi Pembahasan dalam Konten Media Sosial .....	43
C. Model Sosialisasi .....	48
D. Tabel Pemetaan Akun .....	54

BAB IV .....	56
PERBANDINGAN AKUN DALAM INSTAGRAM .....	56
A. Konstruksi Sosial dalam Instagram oleh Salafi .....	56
B. Dakwah Salafi pada Pemuda di Instagram.....	62
BAB V.....	69
KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
A. Kesimpulan .....	69
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA .....	72
INSTRUMEN PENELITIAN .....	75
CURRICULUM VITAE.....	77



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1..... 53-54



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 .....	17
Gambar 1.2 .....	18
Gambar 1.3 .....	20
Gambar 1.4 .....	20
Gambar 2.1 .....	33
Gambar 3.1 .....	39
Gambar 3.2 .....	40
Gambar 3.3 .....	40
Gambar 3.4 .....	41
Gambar 3.5 .....	42
Gambar 3.6 .....	44
Gambar 3.7 .....	45
Gambar 3.8 .....	46
Gambar 3.9 .....	46
Gambar 3.10 .....	48
Gambar 3.11 .....	48
Gambar 3.12 .....	49
Gambar 3.13 .....	49
Gambar 3.14 .....	49
Gambar 3.15 .....	50
Gambar 3.16 .....	52
Gambar 3.17 .....	53
Gambar 3.18 .....	53

## ABSTRAK

Penelitian ini mengambil topik penelitian yaitu mengenai ekspresi keagamaan dari kelompok salafi di media sosial. Ekspresi keagamaan dari kelompok salafi ini berupa corak-corak keagamaan dari akun-akun kelompok salafi yang ditampilkan di media sosial Instagram. Topik ini penting untuk dilakukan penelitian sebab diskursus keagamaan terutama untuk kelompok salafi tidak banyak terdapat penelitian. Selain itu, hal ini juga dapat memberikan pandangan bagi masyarakat mengenai eksistensi kelompok keagamaan salafi di media sosial.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini didapatkan melalui media sosial dakwah salafi seperti @salaf.ittiba, @alfawaaidnet, @muslimbikerindonesia dan @muslimahsalafy. Dan analisis data dalam penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konstruksi sosial oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann.

Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat perbedaan ekspresi keagamaan dari kelompok salafi di media sosial. Perbedaan tersebut meliputi jenis unggahan, konten hingga strategi dakwah. Dari beberapa akun yang telah diteliti, penulis menemukan adanya perbedaan yaitu akun @muslimbikerindonesia menjadi akun yang cenderung lebih fleksibel baik dalam hal pemanfaatan fitur-fitur dalam Instagram hingga dalam strategi dakwah. Hal ini terlihat dari variasi unggahan dalam akun tersebut yang lebih beragam dan konten yang lebih mengakomodasi kebutuhan generasi muda. Sedangkan akun @alfawaaidnet memiliki karakteristik yang cenderung kurang fleksibel dan kurang akomodatif terhadap kebutuhan beragama para pemuda, hal ini penulis lihat dari kurangnya variasi dalam memanfaatkan fitur-fitur Instagram, konten, hingga strategi dakwah. Hal ini didasarkan pada pandangan keagamaan yang melandasi pengelolaan akun tersebut.

*Kata kunci : salafi, instagram, tipologi keagamaan, ekspresi keagamaan*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Di tengah gempuran pemberitaan mengenai terorisme dan radikalisme di berbagai media, gerakan salafi saat ini perlahan menjamur di masyarakat Indonesia. Salafi berasal dari kata *salaf* dalam bahasa Arab yang berarti terdahulu. Salafi merupakan penisbatan bagi orang- orang yang mengikuti paham keagamaan generasi terdahulu seperti Rasulullah, sahabat, orang-orang yang mengikuti ajaran Rasulullah (*tabi 'in*) dan orang-orang yang mengikuti *tabi 'in (tabi 'ut tabi 'in)* yang kemudian dikenal dengan *manhaj salaf*.<sup>1</sup>

Gerakan salafi di Indonesia disinyalir muncul karena pengaruh dari paham Wahabi yang dipelopori oleh Muhammad bin Abdul Wahhab. Menurut Deliar Noor dalam buku berjudul “Gerakan Islam Modern di Indonesia,”, wahabisme berkembang pertama kali di Sumatera Barat pada awal abad ke-19 yang dibawa oleh ulama-ulama asal Minangkabau.<sup>2</sup> Hal tersebut kemudian memengaruhi berbagai gerakan keagamaan Islam di Indonesia yang mengusung puritanisme atau lebih dikenal dengan “Kembali kepada al-Quran dan Sunnah”.

Ideologi ini memiliki konsep puritanisme atau pemurnian ajaran, sehingga pemahaman dan nilai-nilai keagamaan dapat ditafsirkan menurut pemahaman generasi terdahulu yang “murni”. Ekspresi religiusitas dapat dinilai dari simbol-

<sup>1</sup> Abu Muhammad Ibnu Shalih bin Hasbullah, *Cara Bermanhaj yang Benar*, Pustaka Ibnu Umar, Jakarta : 2013. Halaman 23.

<sup>2</sup> Muhammad Ali Chozin, *Strategi Dakwah Salafi di Indonesia*, *Jurnal Dakwah*, Vol. XIV, No. 1 Tahun 2013, halaman 7

simbol keagamaan yang melekat pada kelompok tersebut.<sup>3</sup> Ideologi salafi pun tumbuh dan berkembang secara dialektis yang dimonitori oleh Albani<sup>4</sup>

Munculnya salafisme ini turut mewarnai perkembangan dakwah di Indonesia. Banyak gerakan-gerakan keagamaan yang muncul setelah salafisme berkembang di Indonesia. Pemahaman salafisme banyak memberi pengaruh terhadap munculnya gerakan-gerakan keagamaan dengan semangat puritanisme. Seiring berjalannya waktu, dakwah salafi mulai diterima di masyarakat.

Salafisme di Indonesia banyak memengaruhi masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan pengetahuan keagamaan. Dari sekian banyak gerakan Islam transnasional yang ada di Indonesia, eksistensi gerakan salafi cukup banyak diminati oleh masyarakat untuk meningkatkan kualitas agama mereka. Hal ini didukung oleh banyaknya media yang menyebarkan ideologi ini ke masyarakat secara masif. Adanya kebutuhan krusial dalam meningkatkan pemahaman agama secara cepat terkait penyelesaian suatu masalah turut menjadi sebab terjadinya mobilisasi keagamaan pada masyarakat.

Ekspresi keagamaan sering dilekatkan pada narasi-narasi dan pola beragama suatu kelompok agama. Ekspresi keagamaan berasal dari dua kata dalam bahasa Indonesia yaitu ekspresi dan agama. Ekspresi, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti pengungkapan atau proses menyatakan suatu

---

<sup>3</sup> Ninung Farihani Nazwa, *Pengikut Manhaj Salaf di Tengah Gempuran Modernitas*, Jurnal Sosiologi Islam Vol. 3, No.1, April 2013

<sup>4</sup> Andy Dermawan, *Dialektika Dakwah, Politik dan Gerakan Keagamaan Kontemporer*, Jurnal Dakwah, Vol. XIV, No. 2 Tahun 2013

gagasan, pendapat, dan lain sebagainya.<sup>5</sup> Menurut Rudolf Arnheim, salah satu tokoh psikologi, mengemukakan bahwa kualitas ekspresi sangat terikat pada wujud pengalaman seseorang.<sup>6</sup>

Sedangkan agama, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan ajaran atau sistem yang mengatur kepercayaan dan peribadatan kepada Tuhan serta tata kaidah hubungan antarmanusia dan lingkungan.<sup>7</sup> Salah satu tokoh besar dalam Sosiologi yaitu Max Weber, berpendapat bahwa agama adalah kepercayaan kepada suatu hal yang gaib sehingga memengaruhi kehidupan masyarakat. Max Weber menitikberatkan hal ini pada diskursus tindakan sosial.<sup>8</sup>

Menurut Clifford Geertz, agama adalah sistem simbol, yaitu segala hal yang memberikan ide-ide bagi para penganutnya. Ide-ide tersebut tidak bersifat privasi seperti halnya kebudayaan. Simbol-simbol agama tersebut memberikan motivasi yang kuat bagi para penganutnya sehingga terwujud suatu ritual<sup>9</sup>. Dalam konteks ini, agama tidak hanya didefinisikan sebagai kepercayaan saja, namun juga sebagai pedoman hidup dan identitas individu maupun kelompok. Dari ulasan mengenai ekspresi dan agama tersebut dapat diambil suatu penafsiran mengenai ekspresi keagamaan. Ekspresi keagamaan adalah sebuah

<sup>5</sup> Ekspresi (Def. 1) (n.d). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring, diakses melalui <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/ekspresi> pada 31 Maret 2021

<sup>6</sup> Habibi Zaman Riawan Ahmad, *Ekspresi keagamaan, dan Narasi Identitas : Studi Program Pesantren Tahfidz Intensif Daarul Quran Cipondoh Tangerang*, Jurnal Multikultural & Multireligius Vol. 13 No. 2, halaman 55

<sup>7</sup> Agama (n.d). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring, diakses melalui <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/agama> pada 31 Maret 2021

<sup>8</sup> Ahmad Putra, *Konsep Agama dalam Perspektif Max Weber*, AL-ADYAN : Journal of Religious Studies, Volume 1, Nomor 1, Juni (2020)

<sup>9</sup> Habibi Zaman Riawan Ahmad, *Ekspresi keagamaan, dan Narasi Identitas : Studi Program Pesantren Tahfidz Intensif Daarul Quran Cipondoh Tangerang*, Jurnal Multikultural & Multireligius Vol. 13 No. 2, halaman 55

usaha yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dalam menggambarkan penampilan, respon tubuh, kata-kata, simbol dan ungkapan pesan yang didapatkan melalui pengalaman atau ritual keagamaan yang telah dilakukan.<sup>10</sup>

Meskipun salafi lahir dari dasar pemikiran dan gerakan pembaharuan, namun dalam ranah paradigmatis gerakan ini sangat dipengaruhi oleh latar belakang sejarah, budaya dan politik.

Di Indonesia, terdapat 2 kelompok besar salafi. Kelompok tersebut dikenal dengan jama'ah Rodjaiyyun (pengikut Radio Rodja) dan jama'ah RII (Radio Islam Indonesia). Masing-masing kelompok salafi tersebut memiliki misi yang sama yaitu menyebarluaskan dakwah sesuai dengan pemahaman *salafush shalih*. Namun, terdapat perbedaan di dalamnya.

Kedua kelompok besar salafi ini tidak jarang memiliki polemik tersendiri. Polemik tersebut terjadi baik secara luring maupun daring. Polemik tersebut berkaitan dengan gesekan ideologis yang mendasari masing-masing kelompok. Pada taraf yang lebih luas, polemik tersebut pun menjadi polemik antar kelompok Islam mayoritas.

Bentuk-bentuk polemik pada tataran antarkelompok salafi ini terjadi karena perbedaan pendapat yang mendasari pandangan keagamaan kelompok atau *khilafiyah*. Salah satu contoh dari polemik antarkelompok salafi di Indonesia ini adalah terkait bentuk dakwah dengan menampakkan wujud dari pemuka agama yang dinilai dapat menimbulkan fitnah dan menghilangkan muruah bagi para pendakwah. Masing-masing kelompok memiliki anggapan bahwa apa yang

---

<sup>10</sup> Ibid.

menjadi perbedaan pandangan tersebut rentan dengan *syubhat* atau keabu-abuan dalam beragama. Ada pun salah satu contoh polemik antara kelompok salafi dengan kelompok Islam mayoritas yaitu *khilafiyah* mengenai praktik-praktik keagamaan yang dilaksanakan dan dianut oleh kelompok mayoritas.

Narasi-narasi keagamaan yang cenderung kontradiktif satu sama lain kemudian melahirkan perdebatan-perdebatan dan kritikan. Beberapa contoh dari perdebatan tersebut adalah tradisi keagamaan khusus Nisfu Sya'ban, larangan merayakan ulang tahun atau milad, dan lain-lain. Perdebatan-perdebatan mengenai tradisi-tradisi tersebut dianggap menyimpang dari ajaran keagamaan oleh kelompok salafi. Bahkan pada beberapa kasus tertentu, tradisi-tradisi keagamaan serupa dianggap mengada-ada dari ajaran agama Islam.

Tidak dapat dipungkiri, era digital ini dipenuhi teknologi yang semakin canggih. Termasuk dalam media informasi dan komunikasi. Media sosial seperti Twitter, Instagram dan lain-lain menjadi jalan yang lebar untuk menggali banyak informasi dan berkomunikasi lintas negara. Hal ini pun turut berdampak pada tata cara beragama masyarakat.

Hal tersebut dilihat dari menjamurnya komunitas yang berbasis pada keagamaan yang muncul di media sosial. Tidak hanya akun-akun dakwah saja, namun akun-akun komunitas tersebut memiliki agenda menyosialisasikan pemahaman salafi melalui berbagai bentuk kegiatan yang dikembangkan komunitas. Contoh komunitas-komunitas tersebut adalah komunitas *akhwat* atau perempuan salafi, komunitas *rider* salafi, komunitas mahasiswa salafi dan lain-lain.

Unggahan dalam akun-akun tersebut pun cukup beragam, mulai dari bagaimana cara berpakaian yang sesuai, pemahaman yang benar, ketauhidan, dan lain-lain. Namun, antara satu kelompok dengan kelompok lainnya memiliki perbedaan dalam mengekspresikan ideologi masing-masing. Hal ini dipengaruhi oleh dasar ideologi yang dianut dan tokoh-tokoh yang dijadikan tumpuan dasar pemikiran.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas, maka fokus penelitian ini adalah :

Bagaimana ekspresi keagamaan kelompok-kelompok salafi di media sosial?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui segmentasi dakwah salafi dalam mengekspresikan keagamaannya di media sosial

## **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Secara teoritis, penelitian ini bermanfaat untuk mendukung dan memberi tambahan penelitian Sosiologi, khususnya pada diskursus gerakan sosial keagamaan terkait salafisme di Indonesia.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran untuk

pemerintah terkait pengambilan kebijakan gerakan sosial keagamaan.

## **E. Kajian Pustaka**

*Pertama*, penelitian oleh Agnia Addini yang berjudul “*Fenomena Gerakan Hijrah di Kalangan Pemuda Muslim sebagai Mode Sosial*”. Penelitian ini menjelaskan tentang munculnya fenomena gerakan hijrah di kalangan pemuda. Fenomena hijrah tersebut dianggap telah bergeser dari makna dasarnya yaitu sebagai suatu ritus yang bersifat personal, namun telah dimaknai sebagai suatu “tren” yang bersifat komunal. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena tersebut dan memberikan penekanan pada penggambaran fenomena secara deskriptif. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori gerakan sosial, mobilisasi sumber daya. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah analisis data kualitatif.

Hasil dari penelitian tersebut yaitu terdapat pergeseran nilai yang berkaitan dengan ekspresi keagamaan kalangan muda melalui hijrah tersebut. Media sosial menjadi media yang sangat efektif untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan yang dapat memengaruhi aspek keimanan mau pun aspek penampilan. Strategi dakwah dilakukan melalui banyak cara termasuk iklan produk-produk berlabel halal dan syariah. Strategi tersebut perlakan dapat mengubah persepsi masyarakat mengenai hijrah sehingga menghasilkan *value* yang menarik. Namun juga terdapat penyimpangan tren di mana hijrah kini dimaknai secara simbolik dan

dapat memunculkan sifat intoleran<sup>11</sup>.

*Kedua, penelitian oleh Asep Muhammad Iqbal yang berjudul “Agama dan Adopsi Media Baru: Penggunaan Internet oleh Gerakan Salafisme di Indonesia”.*

Penelitian ini menjelaskan tentang hubungan penggunaan internet dengan kasus Salafisme di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif melalui observasi internet yang bertujuan untuk menggali data lebih dalam melalui situs-situs web milik kelompok salafi misalnya [www.salafy.or.id](http://www.salafy.or.id). Metode tersebut dinilai dapat memberikan suatu gambaran umum yang memadai untuk menjelaskan cara kaum salafi dalam memanfaatkan media internet sebagai respon atas teknologi informasi dan komunikasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori sekularisasi yang digunakan untuk menjelaskan interaksi agama dan internet.

Hasil dari penelitian tersebut adalah penggunaan internet oleh kaum salafi adalah untuk mempromosikan identitas kolektif salafisme. Pemanfaatan internet seperti penggunaan situs web adalah untuk mempublikasikan artikel hingga fatwa yang berkaitan dengan ideologi, jihad, dan lain-lain. Ada pun penggunaan internet oleh kaum salafi ini juga untuk *cyberwar* yaitu menyerang pihak-pihak yang dipandang sebagai musuh-musuh mereka. *Cyberwar* yang dilakukan oleh kaum salafi ini adalah melalui kritikan untuk individu maupun kelompok yang dianggap menyimpang dari “metode salaf yang murni” baik berupa pemahaman mau pun praktik keislaman. Ada pun kaum salafi juga menggunakan internet untuk

---

<sup>11</sup> Agnia Addini, *Fenomena Gerakan Hijrah di Kalangan Pemuda Muslim sebagai Mode Sosial*, Journal of Islamic Civilization Volume 1, Nomor 2, Oktober 2019, Hal. 111-116

merespon isu-isu kontemporer hingga membangun jaringan lokal dan global.<sup>12</sup>

*Ketiga*, penelitian oleh Muhammad Fahrudin Yusuf yang berjudul “*Dakwah Simbolik Hijrah dan Moderasi Islam di Media Online*”. Penelitian tersebut menjelaskan wacana hijrah melalui representasi figur publik yang digambarkan dalam media-media. Sebab, hijrah saat ini merupakan isu kontemporer yang kerap muncul di ruang-ruang media. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif melalui observasi media-media daring. Media-media tersebut merupakan situs web yang memuat pemberitaan mengenai figur publik seperti [www.kapanlagi.com](http://www.kapanlagi.com) dan [www.kiblat.net](http://www.kiblat.net). Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori semiotika komunikasi. Teori ini digunakan untuk menguak makna ideologis dalam teks maupun tanda visual.

Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa terdapat sejumlah pemberitaan mengenai hijrah para artis atau figur publik. Pemberitaan tersebut turut menyertakan foto-foto yang dianggap simbol dari hijrah para artis tersebut. Dalam artikel-artikel berita tersebut pesan linguistik dan pesan ikonik yang terkodekan. Misalnya pemberitaan mengenai hijrahnya Peggy Melati Sukma, di mana pesan linguistik yang disampaikan adalah yang telah banyak berubah setelah berhijrah. Ia rela berubah dan meninggalkan profesinya sebagai bintang sinetron dan pembawa acara yang telah membesarkan namanya demi berhijrah dan mendalami agama Islam. Pesan ikonik yang terkodekan yaitu hijrah dimaknai sebagai meninggalkan profesi masa lalu yang dianggap tidak mengandung unsur

<sup>12</sup> Asep Muhammad Iqbal, *Agama dan Adopsi Media Baru: Penggunaan Internet oleh Gerakan Salafisme di Indonesia*, Jurnal Komunikasi Indonesia, Volume II Nomor 2 Oktober 2013 halaman 80-85

“islami” dan hijrah dimaknai sebagai perubahan penampilan, seperti mengenakan cadar yang dilakukan oleh Peggy Melati Sukma. Ada pun pesan ikonik yang tidak terkodekan yaitu meski pun perubahan penampilan Peggy menjadi lebih “islami”, namun ia masih menyisakan gambaran kemewahan kehidupan artis. Terdapat suatu banalitas atau penurunan keilmuan status da’i dari tampilnya da’iyah secara “dadakan” tanpa didahului dengan proses belajar ilmu agama secara mendalam. Sehingga, hijrah secara ideologis dipertanyakan dengan munculnya hijrah secara simbolik sebagai representasi hijrah.<sup>13</sup>

*Keempat*, penelitian oleh Aflahal Misbah yang berjudul “*Kesenangan dan Otoritas Keagamaan: Sosialisasi Anti-Musik di Instagram*”. Penelitian tersebut mengulas karakter dan pola sosialisasi dari akun @kajianislam, @ikhwan\_kendari, dan @daeng\_indonesia mengenai tagar-tagar #musikharam dan #hukummusik sebagai kampanye anti-musik. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Teori yang digunakan adalah teori otoritas.

Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa proses sosialisasi anti-musik dilakukan melalui tagar oleh media-media salafi. Sosialisasi anti-musik pun didukung oleh figur-figur pemilik otoritas keagamaan salafi. Hal tersebut mampu memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan sosialisasi anti-musik melalui tagar tersebut. Tagar-tagar anti-musik ini ditujukan untuk mengkritik fenomena sosial berupa suatu kesenangan masyarakat sebagai suatu

<sup>13</sup> Muhamad Fahrudin Yusuf, *Dakwah Simbolik Hijrah dan Moderasi Islam di Media Online*, JURNAL AQLAM : Journal of Islam and Plurality, Volume 4, Nomor 2, Desember 2019, halaman 174-179

hal yang menyimpang dari ajaran Islam hingga dinilai sebagai suatu hal yang bidah dan *tasyabuh* (menyerupai) kaum kafir. Justifikasi tersebut berdasarkan pada al-Qur'an dan Sunnah sesuai dengan pemahaman *salafus shalih*.<sup>14</sup>

*Kelima*, penelitian oleh Abdul Jamil Wahab yang berjudul "*Reading New Phenomenons Salafi Movements in Solo*". Penelitian tersebut mengulas tentang eksistensi kelompok salafi yang berkembang di Solo yang terbagi menjadi tiga jenis yaitu salafi puritanis yang direpresentasikan oleh Ma'had Imam Bukhari; salafi haraki yang direpresentasikan oleh Pesantren Al-Mukmin Ngeruki dan Ma'had Isy Karima; dan yang terakhir salafi jihadis yang direpresentasikan oleh Jama'ah Anshoru Tauhid (JAT). Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif. Teori yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah teori sekte gereja (*sect-church theory*) oleh Weber. Teori tersebut digunakan untuk membaca suatu fenomena munculnya sekte-sekte sosial keagamaan yang disebabkan karena perasaan dirugikan (*deprived*). Sehingga munculnya sekte-sekte baru dalam gerakan keagamaan merupakan tanda dari kekacauan sosial dan penyempalan keagamaan yang kemudian membuat sekte yang "lebih unggul".

Hasil dari penelitian tersebut adalah penemuan suatu fenomena baru, bahwa kelompok salafi puritanis dapat berkoeksistensi dengan paham keagamaan lain sehingga dapat berkembang di beberapa tempat. Selain itu, tidak seperti salafi haraki dan jihadis yang cenderung menunjukkan penolakan terhadap dasar negara dan konstitusi, salafi puritanis lebih terbuka terhadap pemerintah. Tiga kelompok

---

<sup>14</sup> Aflahal Misbah, *Kesenangan dan Otoritas Keagamaan : Sosialisasi Anti-Musik di Instagram*, Jurnal Masyarakat & Budaya, Volume 21 No. 2 Tahun 2019, halaman 154-158

salafi tersebut cukup banyak tersebar di Solo. Tiga kelompok salafi tersebut memiliki institusi pendidikan masing-masing sebagai bentuk transfer keilmuan dan dakwah keagamaan mereka.<sup>15</sup>

Berdasarkan beberapa kajian pustaka tersebut dapat dilihat bahwa banyak penelitian terdahulu yang meneliti topik gerakan salafi, maka dapat diketahui persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini. Persamaan antara penelitian-penelitian terdahulu tersebut adalah topik yang diangkat dalam penelitian yaitu tentang gerakan salafi hingga dakwah yang dilakukan melalui media sosial. Ada pun perbedaan dengan penelitian ini adalah objek penelitian. Objek penelitian kali ini fokus kepada media sosial Instagram dengan berbagai propaganda atau kampanye pemahaman salafi di akun-akun Instagram. Ada pun objek penelitian ini adalah akun-akun salafi tersebut dengan beberapa orang yang terkait dengan akun tersebut sebagai konfirmasi data. Posisi penelitian ini adalah untuk menginterpretasi tipologi yang ada dalam unggahan media sosial.

## **F. Landasan Teoritis**

Gerakan sosial keagamaan saat ini mengalami banyak perubahan. Dinamika yang terjadi di dalam gerakan sosial keagamaan tersebut juga banyak dipengaruhi oleh banyak faktor salah satunya juga dari adanya gerakan sosial keagamaan baru. Gerakan-gerakan tersebut didominasi oleh gerakan keagamaan transnasional seperti Ikhwanul Muslimin, Hizbut Tahrir dan lain-lain. Munculnya gerakan sosial keagamaan salafi di Indonesia cukup banyak dipengaruhi oleh adanya

---

<sup>15</sup> Abdul Jamil Wahab, *Reading New Phenomenons Salafi Movements in Solo*, Jurnal Dialog Vol. 42, No.2, Des 2019, halaman 221-225

organisasi transnasional di Timur Tengah.

### 1. Pemuda

Pemuda atau generasi muda ini memiliki cukup banyak definisi. Secara sosiologis, pemuda dilihat sebagai bagian dari unit sosial, dan bagaimana interaksi dengan masyarakat hingga keterlibatannya dalam relasi sosial. Di dalam buku yang berjudul Milenial Nusantara karya Hasanuddin Ali dan Lilik Purwandi (2017), dijelaskan bahwa generasi milenial merupakan penduduk yang lahir pada tahun 1981 hingga tahun 2000<sup>16</sup>. Terdapat pula definisi menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan. Undang-undang tersebut menjelaskan bahwa pemuda adalah warga negara Indonesia yang berusia 16 hingga 30 tahun.<sup>17</sup>

### 2. Salafi

Salafi berasal dari kata dalam bahasa Arab yaitu *salaf* yang secara epistemologi memiliki makna orang-orang terdahulu. Secara terminologis, *salaf* memiliki makna yaitu generasi setelah Rasulullah wafat tepatnya pada generasi ketiga abad pertama. Dalam hal ini mencakup para sahabat, *tabi'in*, dan *tabi'ut tabi'in*.<sup>18</sup>

<sup>16</sup> Kementerian Perlindungan Perempuan dan Anak, Statistik Gender Tematik : Profil Generasi Milenial Indonesia, 2018, halaman 16

<sup>17</sup> Kementerian Pemuda dan Olahraga, dikutip dari dokumen yang diakses melalui [www.kemenpora.go.id](http://www.kemenpora.go.id) , pada tanggal 31 Maret 2021 pukul 10:49 WIB.

<sup>18</sup> Abdul Jamil Wahab, Membaca Fenomena Baru Gerakan Salafi di Solo, Jurnal Dialog, Vol. 42, No.2, Des 2019 halaman 223

Salafi pun merupakan bentuk penisbatan dari kata *salaf* tersebut. Orang-orang atau kelompok yang menisbatkan dirinya kepada salafi disebut dengan *salafiyyun*. Bentuk penisbatan tersebut bersifat eksklusif. Sebab, hanya diyakini dan digunakan oleh anggota kelompok salafi.

Menurut As'ad Said Ali dalam buku Ideologi Gerakan Pasca-Reformasi: Gerakan-Gerakan Sosial-Politik dalam Tinjauan Ideologis, istilah salafi tersebut dipopulerkan oleh Muhammad Nashiruddin al-Bani pada sekitar tahun 1960. Pada awalnya kelompok ini dikenal dengan *Jama'ah as-Salafiyyah al-Muhtasibah*. Istilah tersebut kemudian dinamakan ulang sebagai Salafi.

### 3. Media Sosial Instagram

Instagram menjadi salah satu media sosial yang populer di masyarakat. Instagram menyediakan layanan berbagi foto dan video secara luas di jaga maya. Layanan tersebut dapat berjalan melalui akses internet. Selain itu para pengguna dapat saling berkirim pesan satu sama lain melalui fitur *Direct Messages* atau pesan langsung. Terdapat pula fitur-fitur lain yang menarik bagi masyarakat dalam menggunakan media sosial Instagram.

Media sosial Instagram yang menjadi wadah bagi masyarakat untuk mengakses informasi dan berkomunikasi satu sama lain. Masyarakat pengguna Instagram ini dapat berkomunikasi secara mudah dan cepat melintas ruang dan waktu yang cenderung tanpa batas.

Demikian pula dalam hal mengakses informasi, masyarakat pengguna Instagram dapat dengan mengakses dengan mudah dan fleksibel.

Kemudahan dalam mengakses informasi tersebut dapat dimanfaatkan sebagai agenda dalam menyebarluaskan informasi bahkan dalam menyebarluaskan ideologi. Dalam konteks ini, penyebaran ideologi tersebut dilakukan oleh akun-akun gerakan sosial hingga kelompok masyarakat. Penyebaran ideologi tersebut salah satunya adalah ideologi salafi.

Aktivitas digital kelompok-kelompok hingga komunitas salafi di media sosial sangat beragam. Mulai dari aktivitas dakwah, rangkaian kegiatan sosial, kegiatan pengembangan minat atau hobi, dan lain-lain. Namun seperti kelompok keagamaan pada umumnya, aktivitas digital dalam akun-akun Instagram salafi didominasi oleh aktivitas keagamaan seperti kajian.

Aktivitas keagamaan di akun-akun media sosial Instagram salafi sangat beragam. Adanya fitur-fitur yang menarik dapat dimanfaatkan dalam mengembangkan variasi dakwah dengan sentuhan kreativitas. Fitur-fitur dalam Instagram yang sering digunakan dalam akun-akun salafi adalah fitur *stories* yang dapat membagikan gambar atau video yang memiliki jangka waktu 24 jam, fitur berbagi foto atau video pendek, dan fitur *live streaming* atau siaran langsung yang dapat menampilkan kegiatan secara langsung misalnya untuk kegiatan kajian dan lain-lain.

Fitur-fitur media sosial Instagram tidak hanya dimanfaatkan untuk kepentingan keagamaan saja, namun juga terkait bisnis. Semakin berkembangnya teknologi, Instagram pun mengembangkan fitur perniagaan daring. Fitur ini pun dimanfaatkan oleh kelompok salafi. Perniagaan daring ini pun berkisar pada barang-barang yang dapat menunjang kegiatan keagamaan. Bahkan ada pun perniagaan properti seperti perumahan muslim. Aktivitas tersebut menjadi salah satu jalan untuk mempromosikan ideologi salafi melalui media sosial Instagram.

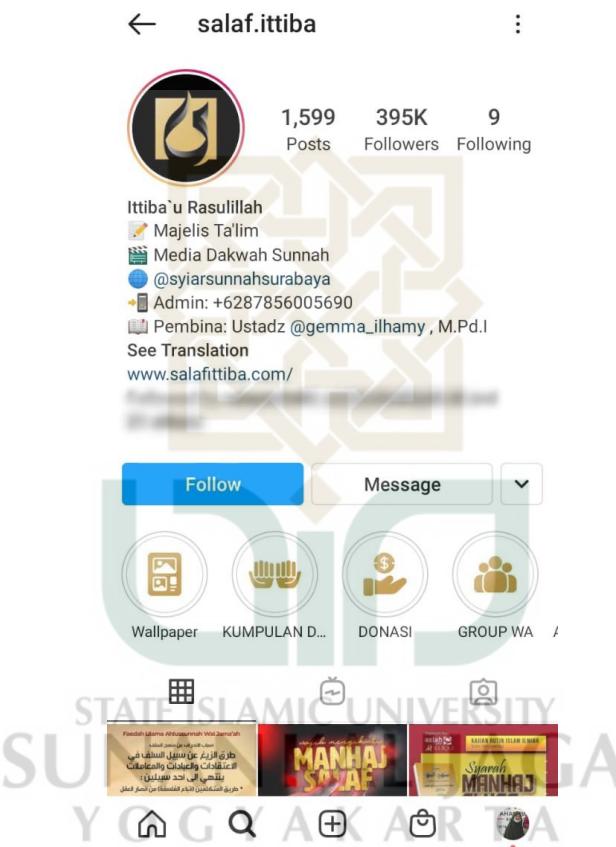
Akun-akun kelompok salafi tersebut ada berbagai macam, berikut beberapa akun salafi tersebut :

a) Salaf Ittiba (@salaf.ittiba)

Akun Instagram dengan nama pengguna @salaf.ittiba ini merupakan salah satu akun yang berafiliasi dengan kelompok keagamaan salafi. Akun ini merupakan akun yang dikelola komunitas muslim dan muslimah salafi. Akun ini memiliki aktivitas keagamaan yang divisualkan secara menarik melalui unggahan-unggahannya. Pembina akun ini adalah Ustaz Gemma Ilhamy, M.Pd.I . Akun ini merupakan bagian dari Yayasan Syiar Sunnah Surabaya.

Akun tersebut telah bergabung dengan Instagram sejak 12 Juli 2013. Pengikut akun tersebut berjumlah sekitar 395 ribu

pengikut dengan total sebanyak 1.599 unggahan<sup>19</sup>. Unggahan-unggahan tersebut berisi mengenai poster-poster dakwah, kajian, hingga video pendek. Tak jarang, akun tersebut mengadakan aksi sosial seperti donasi untuk korban bencana dan lain-lain.



Gambar 1.1

b) Alfawaaidnet (@alfawaaidnet)

Akun instagram dengan nama pengguna @alfawaaidnet, merupakan akun yang dikelola oleh salah satu kelompok salafi di Indonesia. Akun ini memiliki jumlah pengikut berkisar 25,9 ribu

<sup>19</sup> Data diambil pada tanggal 27 Desember 2020, pukul 8.45 WIB

pengikut dengan jumlah total unggahan sebanyak 2.629<sup>20</sup>. Dalam deskripsi singkat profil Instagram akun ini, terdapat situs web dengan nama serupa yaitu [www.alfawaaid.net](http://www.alfawaaid.net) dengan alamat domisili yaitu Ampang, Kuala Lumpur, Malaysia.

Akun instagram ini berafiliasi dengan Radio Islam Indonesia. Radio Islam Indonesia atau RII ini merupakan salah satu kelompok salafi di Indonesia. Di mana hal ini dapat terlihat dari unggahan berikut ini :



Gambar 1.2

<sup>20</sup> Data diambil pada tanggal 5 Desember 2020, pukul 10:42 WIB

c) Muslimah Salafy (@muslimah.salafy)

Akun Instagram dengan nama pengguna @muslimah.salafy ini merupakan salah satu akun Instagram yang dikelola oleh kelompok salafi. Jumlah pengikut akun ini adalah 378 ribu, dengan jumlah unggahan sebanyak 5.164 unggahan.<sup>21</sup> Akun ini dikelola oleh admin yang juga merupakan muslimah.

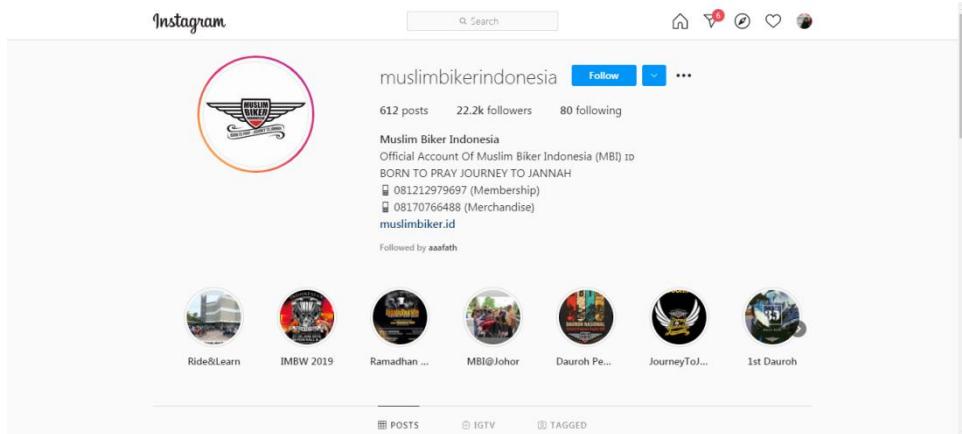
Akun ini merupakan akun komunitas muslimah salafi, di mana di dalamnya memiliki agenda dakwah untuk muslimah. Tidak hanya dakwah saja, namun juga agenda sosial seperti tebar sedekah, donasi untuk korban bencana alam, dan lain-lain.

d) Muslim Biker Indonesia (@muslimbikerindonesia)

Akun Instagram ini pun merupakan salah satu akun komunitas dari kelompok salafi yaitu Muslim Biker Indonesia. Jumlah pengikut dari akun Instagram ini adalah Sesuai dengan namanya, komunitas ini merupakan wadah bagi masyarakat Islam terutama laki-laki yang memiliki hobi berkendara (*riding*). Komunitas ini tidak hanya sekadar untuk menyalurkan hobi dan menjalin silaturahmi antar anggota, namun juga untuk menambah ilmu agama karena seringkali mengadakan kajian khusus untuk anggota komunitas.

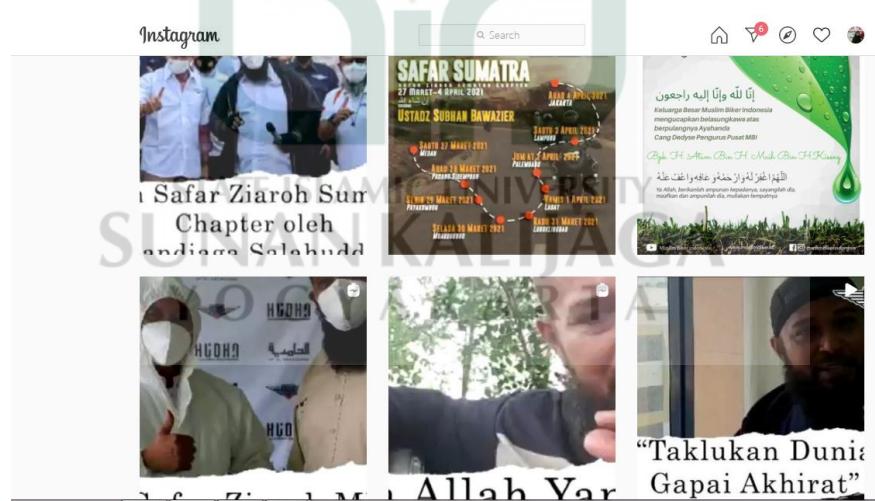
---

<sup>21</sup> Data diambil pada tanggal 6 April 2021 pukul 09:44 WIB



Gambar 1.3

Akun Instagram Muslim Biker Indonesia ini berfungsi sebagai dokumentasi kegiatan, informasi kegiatan, dan dakwah. Unggahan-unggahan di dalam akun Instagram ini berkisar pada hal tersebut. Contoh unggahan tersebut adalah sebagai berikut :



Gambar 1.4

#### 4. Teori Konstruksi Sosial

Untuk mengkaji gerakan keagamaan di media sosial, penulis menggunakan teori konstruksi sosial oleh Peter L. Berger dan Thomas

Luckmann. Teori ini digunakan untuk memahami latar belakang suatu gerakan keagamaan dalam menginternalisasi nilai-nilai yang dianut. Teori ini difokuskan kepada dialog-dialog keagamaan yang kemudian dapat digunakan untuk mengupas kehidupan sehari-hari. Teori ini menggunakan pendekatan fenomenologi dengan memberikan penekanan pada pentingnya pengalaman keagamaan manusia yang dilembagakan dalam berbagai tradisi maupun institusi yang dapat memberikan pengetahuan dan mengendalikan perilaku masyarakat pemeluknya.<sup>22</sup>

Gerakan keagamaan sendiri pasti memiliki realitas keagamaan. Dan realitas keagamaan tersebut menurut Berger bersifat mutlak sebab selalu didasarkan pada keimanan. Realitas keagamaan pun rentan terhadap hal-hal keduniawian. Teori ini memiliki pemahaman bahwa kenyataan dibangun secara sosial dan pengetahuan. Hal tersebut merupakan kunci untuk memahami teori konstruksi sosial.<sup>23</sup>

Kunci teori konstruksi sosial ini adalah pada konsep yang dikembangkan Berger yaitu eksternalisasi, obyektivasi, dan internalisasi. Eksternalisasi menurut Berger dan Luckmann, di dalamnya terdapat suatu tatanan sosial sebagai produk manusia. Manusia pun selalu mengeksternalisasikan diri dalam aktivitasnya. Sehingga kestabilan dalam hubungan dengan lingkungan dapat

<sup>22</sup> Ferry Adhi Dharma, *Konstruksi Realitas Sosial*, Kanal : Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 7 September 2018 : 4

<sup>23</sup> I. B. Putera Manuaba, *Memahami Teori Konstruksi Sosial*, Jurnal Masyarakat Kebudayaan dan Politik Volume 21 Nomor 3, Juli-September 2008 : 221

terjaga.<sup>24</sup>

Ada pun obyektivasi adalah kelembagaan yang dibangun oleh manusia. Objektivasi dihasilkan melalui interaksi dengan dunia intersubjektif yang dilembagakan. Dalam tahap ini, masyarakat mengalami proses membangun tempatnya dalam lingkup sosial. Terdapat dialektika antara agama dengan dunia realitas yang berada di “luar dirinya” sehingga memunculkan “pemaknaan baru”.<sup>25</sup>

Dan yang terakhir adalah internalisasi. Internalisasi merupakan identifikasi yang dilakukan oleh individu dengan lembaga-lembaga sosial di tempat di mana ia menjadi bagian atau anggota dari lembaga tersebut. Hal penting yang terdapat dalam internalisasi ini adalah sosialisasi yang dilakukan melalui dua cara yaitu sosialisasi primer dan sosialisasi sekunder. Sosialisasi primer ini didapatkan melalui keluarga di mana pemahaman dan tindakan suatu individu didasarkan pada penafsiran yang dianut dalam keluarga. Kemudian sosialisasi sekunder yaitu melalui organisasi yang diikuti. Organisasi dalam hal ini berperan penting dalam mengkonstruksi pemahaman.

Dalam penelitian ini terdapat suatu preposisi bahwa dalam Instagram yang merupakan media baru masyarakat terdapat tipologi keagamaan. Hal tersebut dapat berupa perbedaan ideologi, pemahaman dan lain-lain. Tipologi tersebut diekspresikan melalui

<sup>24</sup> Ferry Adhi Dharma, *Konstruksi Realitas Sosial*, Kanal : Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 7 September 2018 : 6

<sup>25</sup> Dr. HM. Zainuddin, MA, *Teori Konstruksi Sosial*, diakses pada 25 November 2020 pukul 19:15 WIB di <https://uin-malang.ac.id/r/131101/teori-konstruksi-sosial.html>

unggahan dengan menyiratkan ideologi masing-masing kelompok.

## G. Metode Penelitian

### 1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu jenis penelitian yang menekankan pada elaborasi interpretasi dari suatu fenomena yang diteliti tanpa menggunakan pengukuran yang bersifat numerik.<sup>26</sup> Penelitian tersebut menggunakan pendekatan yang empiris guna mengkaji fenomena sosial yang berkaitan dengan isu penelitian. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah fenomenologis.

### 2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memenuhi dan melengkapi informasi yang digunakan dalam penelitian. Ada pun sumber data penelitian ini berupa data langsung, wawancara, dan dokumen.

#### a. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data kualitatif yang mendasarkan pada data empiris dari fakta-fakta di lapangan mau pun melalui teks. Observasi melibatkan pengindraan untuk menyajikan pengalaman dan data tanpa manipulasi apa pun.<sup>27</sup>

<sup>26</sup> Afdan Rojabi, *Penelitian Kualitatif (Research Methodology)*, diakses pada 3 April 2020 pukul 18:56 WIB di <https://medium.com/@afdanrojabi/penelitian-kualitatif-research-methodology-4bfaa9ad2912>

<sup>27</sup> Hasyim Hasanah, *TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial)*, Jurnal at-Taqaddum, Volume 8, Nomor 1, Juli 2016 halaman 25

Pada penelitian ini, peneliti melakukan observasi media sosial Instagram. Observasi dilakukan pada beberapa akun Instagram milik kelompok salafi yaitu @salaf.ittiba, @alfawaaidnet, @muslimbikerindonesia, dan @muslimahsalafy. Peneliti melakukan pengamatan pada setiap unggahan di dalam akun-akun tersebut yang sesuai dengan topik penelitian kemudian melakukan dokumentasi berupa tangkapan layar (*screenshot*).

Awalnya peneliti menggunakan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara. Namun, karena adanya suatu kendala seperti penolakan dari beberapa narasumber. Alasan yang mendasari penolakan tersebut ialah topik penelitian ini yang dianggap memiliki stereotip negatif terhadap dakwah salafi. Hal tersebut membuat peneliti mengubah teknik pengumpulan data menjadi observasi saja.

Data-data yang ada dalam penelitian ini merupakan unggahan pamflet, siniar, situs web yang dicantumkan dalam akun Instagram, dan lain-lain. Beberapa informasi tambahan berasal dari beberapa rekan saya yang menjadi salah satu bagian dari kelompok salafi. Hal ini peneliti gunakan untuk melengkapi informasi dari data yang telah didapatkan.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data berupa mengumpulkan bukti-bukti dari penelitian agar gambaran penjelasan data lebih mendalam. Dokumen dalam penelitian ini

berupa tangkapan layar dari akun-akun media sosial Instagram salafi dan beberapa catatan dari beberapa informan.

### 3. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui :

#### a. Reduksi data

Reduksi merupakan suatu proses menyeleksi, penyederhanaan dan abstraksi. Dalam mereduksi data dapat dilakukan dengan cara merangkum, memilih dan memfokuskan kepada hal-hal yang penting, dan mencari pola. Hal ini bertujuan untuk mengetahui relevansi data dengan tujuan penelitian.

#### b. Penyajian data

Penyajian data merupakan proses penyusunan kumpulan informasi sehingga penarikan kesimpulan data dapat dilakukan dengan lebih mudah. Penyajian data digunakan dengan cara mengumpulkan data dan memilah data.

#### c. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah proses penggerucutan data sehingga dapat ditemukan suatu makna data yang terkumpul. Penarikan kesimpulan ini bertujuan untuk melihat adakah temuan baru dalam penelitian.

## H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan digunakan agar mempermudah dalam memberikan

gambaran dalam penelitian. Penelitian ini terbagi menjadi lima bab, sebagai berikut :

*Bab I*, berisi pendahuluan yang di dalamnya terdapat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, landasan teoritis, metode penelitian hingga sistematika pembahasan.

*Bab II*, berisi tentang gambaran mengenai salafi di Indonesia.

*Bab III*, berisi tentang tipologi-tipologi keagamaan salafi di Indonesia. Hal ini berkaitan dengan corak-corak keagamaan masing-masing kelompok salafi di Indonesia, hingga doktrin-doktrin di dalamnya.

*Bab IV*, berisi analisis dari data yang telah didapatkan. Data tersebut kemudian diulas dengan teori yang relevan.

*Bab V*, berisi kesimpulan dari temuan yang disajikan oleh peneliti. Selain itu, terdapat saran yang dikemukakan oleh peneliti kepada para peneliti dengan diskursus penelitian serupa.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis dengan judul “Eksistensi Gerakan Salafi pada Ekspresi Keagamaan Generasi Muda melalui Media Sosial Instagram” dan menggunakan teori konstruksi sosial, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa tipologi keagamaan pada media sosial instagram salafi apabila dilihat melalui teori tersebut gerakan dakwah salafi menjangkau segmen pemuda.

Peneliti mengamati beberapa akun media sosial yang dikelola oleh kelompok salafi. Dalam penelitian tersebut, segmentasi sasaran dakwah salafi terlihat luas. Di mana sasaran dakwah salafi menjangkau seluruh kalangan, termasuk pemuda sebagai bagian dari masyarakat. Hal ini terlihat dari unggahan-unggahan dan topik dakwah yang disesuaikan dengan minat pemuda. Topik-topik kontemporer tersebut menjadikan pemuda sebagai sasaran utama dengan visualisasi yang menarik. Adapun dengan cara membentuk komunitas hobi sebagai sarana dakwah menjadi salah satu bukti bahwa dakwah salafi turut menjangkau pemuda.

Inovasi-inovasi yang menonjolkan kreativitas dalam memanfaatkan teknologi dan media sosial pun turut menarik minat pemuda. Hal ini ditampilkan melalui jenis konten unggahan yang beragam. Sebab, pemuda sangat dekat dengan teknologi dan memiliki kecenderungan dalam menyukai hal-hal dengan

visualisasi yang menarik.

Eksternalisasi nilai-nilai pemahaman salafi digambarkan melalui unggahan seperti pamflet, video singkat, siniar (*podcast*). Tidak hanya melalui visualisasi unggahan, eksternalisasi nilai juga dibuat nyata melalui bahasa atau narasi-narasi keagamaan. Dengan bahasa yang persuasif sehingga dapat mengajak dan menarik minat warganet di Instagram.

Kemudian, nilai-nilai tersebut diobjektifikasi ke dalam dunia sosial setelah melalui eksternalisasi. Perlahan nilai-nilai pemahaman salafi masuk dengan cara seperti pengadaan donasi dan lain-lain yang melibatkan pengguna atau pengikut akun-akun tersebut. Sehingga nilai-nilai tersebut perlakan menjadi bagian dari kesadaran. Kesadaran tersebut dapat menuntut kepada anggapan sebagai sebuah kebenaran.

Dan yang terakhir adalah internalisasi. Internalisasi nilai menjadi tahap terakhir setelah para pengikut Instagram menjadikan nilai-nilai yang digambarkan di media sosial Instagram tersebut sebagai suatu pemahaman. Nilai-nilai yang dicerminkan dalam media sosial salafi tersebut dianggap sebagai suatu kebenaran sehingga dapat diterima. Internalisasi nilai dapat dinilai berhasil apabila telah menjadi bagian dari cara masyarakat dalam melihat dan memahami lingkungannya.

## **B. Saran**

Melalui penelitian yang telah dilakukan dan hasil penelitian yang ditemukan, maka peneliti mengajukan beberapa saran yaitu sebagai berikut :

1. Pemanfaatan media baru seperti media sosial Instagram yang semakin meluas dalam ranah keagamaan harus diikuti dengan sikap yang bijak dari masyarakat pengguna dalam mengaksesnya. Sebab, terdapat kerentanan pada pengguna media sosial ini terpapar pemahaman yang mengantarkan pada tindakan yang melanggar hukum.
2. Media sosial Instagram perlu dijadikan sebagai media yang ramah bagi masyarakat sehingga tidak menimbulkan perselisihan.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Berger, Peter L., Thomas Luckmann. 2013. *Tafsir Sosial atas Kenyataan*, Jakarta: LP3ES

### Jurnal

Ahmad, Habibi Zaman Riawan. *Ekspresi keagamaan, dan Narasi Identitas : Studi Program Pesantren Tahfidz Intensif Daarul Quran Cipondoh Tangerang*, Jurnal Multikultural & Multireligius Vol. 13 No. 2

Chaplin, Chris. 2018, *Salafi activism and the promotion of a modern Muslim identity: Evolving mediums of Da'wa amongst Yogyakarta university students*. South East Asia Research. 2018;26(1):3-20. doi:[10.1177/0967828X17752414](https://doi.org/10.1177/0967828X17752414)

Chozin, Muhammad Ali *Strategi Dakwah Salafi di Indonesia*, Jurnal Dakwah, Vol. XIV, No. 1 Tahun 2013 : halaman 4

Dermawan, Andy. 2013. *Dialektika Dakwah, Politik dan Gerakan Keagamaan Kontemporer*, Jurnal Dakwah, Vol. XIV, No. 2 Tahun 2013

Dharma, Ferry Adhi. 2018. *Konstruksi Realitas Sosial*, Kanal : Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 7 September 2018

Hasanah, Hasyim. 2016. *TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial)*, Jurnal at-Taqaddum, Volume 8, Nomor 1, Juli 2016

Hasbullah, Abu Muhammad Ibnu Shalih. 2013. *Cara Bermanhaj yang Benar*, Pustaka Ibnu Umar, Jakarta : 2013

Hidayat, Dadi. 2012. *Gerakan Dakwah Salafi di Indonesia*, Vol 17, No 2 (2012)

Iqbal, Asep Muhammad dan Z. Zulkifli *New Media Technology and Religious Fundamentalist Movements: Exploring the Internet Use by Salafi Movement in Indonesia*. Proceedings of the 1st International Conference on Recent Innovations (ICRI 2018), pages 1566-1573 ISBN: 978-989-758-458-9

Iqbal, Asep Muhammad. 2017. *Cyber-Activism and the Islamic Salafi Movement in Indonesia* , Thesis for the Degree of Doctor of Philosophy, Murdoch

## University

- Kodina, Elce Yohana, dkk. 2016. *HAKIKAT MATERI AKIDAH PERSPEKTIF PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DALAM KURIKULUM SEKOLAH DASAR KELAS V*, Jurnal Diskursus Islam Volume 04 Nomor 3, Desember 2016
- Manuaba, I. B. Putera. 2008. *Memahami Teori Konstruksi Sosial, Jurnal Masyarakat Kebudayaan dan Politik*. Volume 21 Nomor 3, Juli-September 2008 : 221
- Misbah, Aflahal. 2019. *Kesenangan dan Otoritas Keagamaan : Sosialisasi Anti-Musik di Instagram*, Jurnal Masyarakat & Budaya, Volume 21 No. 2 Tahun 2019, halaman 154-158
- Nazwa, Ninung Farihani. 2013. *Pengikut Manhaj Salaf di Tengah Gempuran Modernitas*, Jurnal Sosiologi Islam Vol. 3, No.1, April 2013
- Putra, Ahmad. 2020. *Konsep Agama dalam Perspektif Max Weber*, AL-ADYAN : Journal of Religious Studies, Volume 1, Nomor 1, Juni 2020
- Rosadi, Aden. 2015. *Gerakan Salaf*, TOLERANSI: Media Komunikasi Umat Bergama, Vol.7, No.2 Juli-Desember 2015
- Sulaiman, Aimie. 2016. *MEMAHAMI TEORI KONSTRUKSI SOSIAL PETER L. BERGER*, Jurnal Society, Volume VI, Nomor I, Juni 2016
- Wahab, Abdul Jamil. 2019. *Membaca Fenomena Baru Gerakan Salafi di Solo*, Jurnal Dialog, Vol. 42, No.2, Des 2019
- Watie, Errika Dwi Setya. 2011. *Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media)*, THE MESSENGER, Volume III, Nomor 1, Edisi Juli 2011
- Yusuf, Muhamad Fahrudin. 2019. Dakwah Simbolik Hijrah dan Moderasi Islam di Media Online, JURNAL AQLAM : Journal of Islam and Plurality, Volume 4, Nomor 2, Desember 2019, halaman 174-179

## Situs web

Foto dan Televisi Haram, Kenapa? Diakses melalui <https://www.alfawaaid.net/2016/09/artikel-foto-dan-televi...kenapa.html> pada 28 Desember 2020 pukul 9:44 WIB

Foto dari Kami Bersama Ulama Kibar, diakses melalui [https://www.alfawaaid.net/2015/01/mutiara-salaf-keberkahan-bersama-para\\_18.html](https://www.alfawaaid.net/2015/01/mutiara-salaf-keberkahan-bersama-para_18.html) pada 8 April 2021 pukul 8.31 WIB

Kementerian Pemuda dan Olahraga, dikutip dari dokumen yang diakses melalui [www.kemempora.go.id](http://www.kemempora.go.id) , pada tanggal 31 Maret 2021 pukul 10:49 WIB.

Fred R. Vor den Mehden. 2014. “Saudi Religious Influence in Indonesia”. diakses melalui <https://www.mei.edu/publications/saudi-religious-influence-indonesia> pada 08 Maret 2021 pukul 10:29 WIB

Jurusan Pendidikan Agama Islam, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, UIN Alauddin Makassar, “Fiqh, Ushul Fiqih dan Fiqh Syari’ah”, [http://pai.ftk.uin-alauddin.ac.id/artikel/detail\\_artikel/225](http://pai.ftk.uin-alauddin.ac.id/artikel/detail_artikel/225) diakses pada 06 Maret 2021 pukul 9:53 WIB

