

**Pelebagaan Otoritas Keagamaan: Telaah Kritis Wacana
Dakwah Ustaz Das'ad Latif di YouTube**



Oleh:
Muhammad Arif Hidayatullah Bina
Nim: 19200010142

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

**Diajukan kepada
Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Master of Art (M.A)
Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam**

**Yogyakarta
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mohamad Arif Hidayatullah Bina
NIM : 19200010142
Jenjang : Magister
Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi : Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam

Menyatakan tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Yogyakarta, 02 Agustus 2023



Mohamad Arif Hidayatullah Bina
NIM: 19200010142

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mohamad Arif Hidayatullah Bina

NIM : 19200010142

Jenjang : Magister

Program Studi : Interdisciplinary Islamic Studies

Konsentrasi : Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam

Menyatakan bahwa karya ini bebas dari plagiasi. Apabila di kemudian hari terbukti melakukan plagiasi maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Yogyakarta, 02 Agustus 2023



Mohamad Arif Hidayatullah Bina
NIM: 19200010142

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PASCASARJANA

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

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-823/Un.02/DPPs/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : Pelembagaan Otoritas Keagamaan: Telaah Kritis Wacana Dakwah Ustaz Das'ad Latif di YouTube

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MOHAMMAD ARIF HIDAYATULLAH BINA, S.Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 19200010142
Telah diujikan pada : Rabu, 12 April 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

dinyatakan telah diterima oleh Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I
Dr. Amanah, M.A
SIGNED

Valid ID: 64b80393d5b9d



Penguji II
Prof. Dr. Iswandi Syahputra, S.Ag., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 64dc21e807ad2



Penguji III
Dr. Moh Soehadha, S.Sos.M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 643c3914315a1



Yogyakarta, 12 April 2023
UIN Sunan Kalijaga
Direktur Pascasarjana
Prof. Dr. H. Abdul Mustaqim, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 64ed4ffa4024

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,
Direktur Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamualaikum wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul: **Fenomena Pelebagaan Otoritas Keagamaan: Telaah Kritis Wacana Dakwah Ustaz Das'ad Latif di *Youtube*** yang ditulis oleh:


Nama : Mohammad Arif Hidayatullah Bina
NIM : 19200010142
Fakultas : Pascasarjana
Jenjang : Magister
Program Studi : *Interdisciplinery Islamic Studies*
Konsentrasi : Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister (S2) *Interdisciplinery Islamic Studies* Fakultas Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar *Master of Art*.

Wassalamualaikum wr. wb.

Yogyakarta, 20 Maret 2023
Pembimbing

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA


Prof. Dr. Iswandi Syahputra, S.Ag, M.Si
NIP: 19730423 200501 1 006

ABSTRAK

Muhammad Arif Hidayatullah Bina, 2023. Pelembagaan Otoritas Keagamaan: Telaah Kritis Otoritas Keagamaan Ustaz Das'ad Latif di *YouTube*. Tesis. Program Magister Interdisipliner Islamic Studies. Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Tesis ini mengkaji fenomena pelembagaan otoritas keagamaan di media sosial khususnya di *YouTube* dengan ustaz Das'ad Latif sebagai objek penelitian. Kemunculan internet dengan beragam media sosial sebagai turunannya menjadikan memberikan dampak yang sangat signifikan dan sangat mendasar bagi perubahan lanskap otoritas keagamaan dalam Islam. Fenomena ini dapat dengan mudah kita temukan dalam kemunculan berbagai ustaz dengan beragam varian dakwah dan materinya di media sosial khususnya di *YouTube*. Bryan S. Turner menyebutkan bahwa kehadiran internet menggeser peran-peran otoritas tradisional. Masing-masing paham keagamaan yang mewakili Islam ini kemudian saling berkontestasi di media sosial. Penelitian ini adalah studi kualitatif dengan menerapkan metode *netnografi* dalam pengumpulan datanya kurang lebih enam bulan dan melakukan wawancara kepada sejumlah responden dan objek penelitian ini. Pengumpulan data juga dilakukan dengan cara pengamatan audio visual atau lebih tepatnya pengamatannya melalui sejumlah video Ustaz Das'ad Latif yang dipublikasikan di akun *YouTube* miliknya. Sebagai data sekunder, peneliti juga menambahkan media sosial pribadi lain dan informasi melalui sejumlah portal berita yang memuat tentang Ustaz Das'ad Latif.

Tesis ini menunjukkan bahwa otoritas keagamaan yang dimiliki oleh seseorang tidak pernah berdiri tunggal. Meskipun dalam keseharian kita hanya mengenal dirinya tapi ada aktor belakang layar yang secara terlembaga meneguhkan otoritas dari Ustaz Das'ad Latif. Perwujudan pelembagaan otoritas tersebut diaplikasikan dalam kerja produksi konten di *YouTube* milik Ustaz Das'ad Latif. Selain itu, kesadaran untuk membentuk tim kerja dalam rangka melembagakan otoritas ini tidak lahir dari ruang hampa. Terlebih dahulu pemilik otoritas mendapatkan hak otoritatifnya secara pribadi, selanjutnya pelembagaan otoritas muncul sebagai sebuah upaya untuk mempertahankan dan meneguhkan hal tersebut.

Kata Kunci: Pelembagaan Otoritas, Media Sosial, Otoritas Keagamaan

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Tesis ini sepenuhnya saya persembahkan untuk kedua orang tua yang terkasih,
adik-adik saya yang tercinta.”



MOTO

“Tetaplah menjadi manusia. Bagaimanapun, di manapun dan dalam kondisi apapun”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur kepada Allah SWT. Atas limpahan segala rahmat dan nikmat-Nya penulis bisa menyelesaikan Tesis yang berjudul **“Fenomena Pelembagaan Otoritas Keagamaan: Telaah Kritis Wacana Dakwah Ustaz Das’ad Latif di *YouTube*”** meskipun melebihi waktu dari yang ditentukan. Dengan penuh kesadaran, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan yang tentunya masih membutuhkan kritik maupun saran dari pembaca.

Salawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan alam, baginda Nabi Muhammad Saw. berkat beliau umat muslim berada di jalan yang lurus, di mana masa sebelumnya manusia berada pada masa Jahiliyah yang penuh dengan kegelapan. Berkat beliau al-Qur’an sampai kepada umat muslim untuk dijadikan sebagai pedoman hidup manusia, dan menjadi objek penelitian untuk penulis.

Penulis menyadari bahwa ada banyak pihak yang membantu dalam mengerjakan Tesis ini, tanpa mereka mungkin penulis tidak dapat menyelesaikan Tesis ini. Oleh sebab itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah Swt. Yang Maha Pemurah atas segala nikmat kesehatan, kesempatan, serta nikmatnya yang begitu banyak tak dapat dihitungkan jumlahnya. Alhamdulillah Robbal ‘Alamin.
2. Keluarga: Ayah Tahir Bina, Ibu Marian Tomayahu, kedua adik perempuan saya Rahayu dan Amel. Dengan penuh kesadaran penulis meyakini bahwa tanpa restu, dukungan baik moril maupun materil dari kedua orang tua dan adik-adik saya, penulis tidak akan sampai pada titik ini.
3. Prof. Dr. Phil. Al Makin, M.A Selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
4. Prof. Dr. H. Abdul Mustaqim, S.Ag, M.Ag. Selaku Direktur Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Dr. Nina Mariani Noor, M.A. selaku Ketua Prodi Interdisciplinary Islamic Studies Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga.
6. Ro’fah, MA., PH.D
7. Prof. Dr. Iswandi Syahputra, S.Ag., M.Si, selaku pembimbing dalam menyelesaikan tesis ini. dari beliau saya banyak belajar dan mendapatkan ilmu dan perspektif baru dalam penelitian, terutama dalam hal melihat tema diskursus yang lebih luas. Penulis sangat berterima kasih atas kesediaannya dalam meluangkan waktu selama membimbing penulis dalam menyelesaikan tesis ini dan mohon maaf kalau selama proses bimbingan penulis kerap mengganggu waktu dan kenyamanan beliau. Sekali lagi, terima kasih.

8. Saya juga ucapkan terima kasih kepada Dosen-dosen yang mengampu kuliah sejak awal hingga akhir, diantaranya adalah Dr. Sunarwoto, M.A., Najib Kailani, M.A., Ph.D., Prof. Dr. Iswandi Syaputra, S.Ag., M.Si., Dr. Lukas S. Ispandriano, M.A., Drs. Bono Setyo, M.Si., dan Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si.
9. Sahabat di kelas Kajian Komunikasi dan Masyarakat Islam (KKMI), Nikmah, Hopizal, Mubin, Amar, Eri, Habibi, Ike, Arif Kurniawan, Saipudin Ikhwan, Annisa, Aan dan Nur Afni. Terima kasih telah menjadi partner diskusi yang baik selama menjalani program S2.
10. Kepada penghuni Asrama Gorontalo, Ical, Kipu, Iqbal, Bagas, Isal, Enda, Gani, Mawan, Iwan, Markus, Said, Anja, Mato. Terimakasih sudah menemani proses belajar penulis selama di Jogja.
11. Kepada Tita Ananda Putri Papatungan. Terimakasih untuk peran yang tidak sedikit, suntikan semangat yang tidak pernah habis dan sabar yang begitu luas.
12. Kepada kawan-kawan jaringan Koalisi Lintas Isu Jogja. Terimakasih sudah menjadi tempat belajar yang menyenangkan.

Semua yang telah disebutkan maupun yang tidak disebutkan yang telah membantu penulis, semoga mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah. Inilah hasil penulis yang penuh kekurangan, dan tesis ini bukti bahwa saya masih dalam proses belajar serta saya ingin terus belajar lebih banyak lagi.

Yogyakarta, 20 Maret 2023



Muhammad Arif Hidayatullah Bina
NIM: 19200010142

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	ii
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
MOTO	iv
KATA PENGANTAR	v
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kajian Pustaka	8
E. Kerangka Teori	12
1. Otoritas Keagamaan dan Intervensi Media Sosial	12
2. Analisis Wacana Kritis Norman Fairlough	16
F. Metodologi Penelitian	19
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	19
2. Sumber dan Data Penelitian	20
3. Teknik Pengumpulan Data	20
4. Metode Analisis Data.....	22
G. Sistematika Pembahasan	22
BAB II	24
MEDIA SOSIAL DAN DINAMIKA OTORITAS KEAGAMAAN DI INDONESIA	24
A. Pendahuluan	24
B. Relasi Media dan Agama	24
1. Dakwahtaiment/delokalisasi.....	27
2. Konsumsi Islam	29
3. Munculnya Otoritas Keagamaan Baru.....	29
C. Media Sosial dan Reduksi Otoritas Keagamaan	31
D. Dakwah Media Sosial dan Pembentukan Otoritas <i>Online</i>	33

E. Das'ad Latif, Wacana dan Ideologi Keislaman	39
BAB III.....	46
PELEMBAGAAN OTORITAS: <i>BRANDING</i> DAN WACANA KEAGAMAAN.....	46
A. Pendahuluan.....	46
B. Pelembagaan Otoritas Online	47
C. Perkembangan Pelembagaan Otoritas Keagamaan.....	55
a. Pembentukan Otoritas.....	59
b. Pelembagaan Otoritas	59
c. Pengaruh Otoritas	59
D. Pelembagaan Otoritas: Sebuah Upaya Mempertahankan Eksistensi.....	59
E. Warga Net dan Struktur Otoritas Keagamaan	62
BAB IV	64
ISLAM POLITIK DAN DESENTRALISASI DAKWAH	64
A. Pendahuluan	64
B. Islam Politik dalam Wacana Dakwah Online.....	65
C. Das'ad Latif dan Narasi Islam Politik	71
BAB V.....	76
PENTUP	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran.....	78
Daftar Pustaka	80

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Modernisasi dengan segala macam perangkatnya seperti negara, lembaga sipil dan rasionalitas serta perkembangan ilmu pengetahuan sebagaimana yang diyakini Durkheim dan Weber dapat menggeser dan melemahkan peran-peran agama¹, hari ini justru menunjukkan fakta sebaliknya. Agama melalui pergumulannya dengan media sampai dengan hari ini masih terus bisa mempertahankan eksistensinya. Demokratisasi yang difasilitasi oleh media telah memungkinkan pemeluk agama untuk mengakses teks-teks keagamaan yang sebelumnya hanya bisa dijangkau oleh segelintir orang. Hal ini kemudian berdampak pada tumbunya pengetahuan keagamaan.²

Mobilisasi media terhadap agama dalam beberapa kasus terbukti telah berhasil menciptakan popularitas aktor-aktor agama. Sebelum kemunculan media sosial misalnya, banyak televangelisme Islam yang lahir dari televisi dan diminati banyak kalangan masyarakat pada tahun 2000-an diantaranya; Aa Gym, Yusuf Mansur dan Arifin Ilham.³ Sampai dengan saat ini, media semakin punya pengaruh besar perannya membentuk popularitas aktor-aktor agama sekalipun oleh sebagian orang

¹Melissa Hardy, Vegard Skirbekk, and Marcin Stonawski, "The Religiously Unaffiliated in Germany, 1949–2013: Contrasting Patterns of Social Change in East and West," *Sociological Quarterly* 61, no. 2 (2020): hlm. 257, <https://doi.org/10.1080/00380253.2019.1593064>.

²Bryan S. Turner, "Religious Authority and the New Media," *Theory, Culture & Society* Vol. 24, no. 2 (2007): 117–34, <https://doi.org/10.1177/0263276407075001>.

³Greg Fealy dan Sally White, *Expressing Islam: Religious and Politics in Indonesia* (Pasir Panjang: Institute of Southeast Asian Studies, 2008).

pemanfaatan internet untuk kepentingan agama kerap kali ditolak karena tidak jarang internet dianggap sebagai ancaman bagi norma-norma sosial agama dan otoritas agama yang telah mapan.⁴

Meskipun begitu, hal lain yang tidak bisa kita pungkiri adalah popularitas aktor agama yang difasilitasi oleh media baik media konvensional seperti televisi maupun media baru seperti *Facebook*, *Instagram*, *YouTube* dan semacamnya ini telah berdampak kemunculan otoritas keagamaan baru yang relatif berbeda dengan otoritas tradisional. Kemampuan khusus yang dimiliki oleh otoritas keagamaan baru dalam mengemas pesan keagamaan menjadi lebih menarik melalui beragam medium media sosial dan sebarannya yang menjangkau pemirsa yang lebih luas telah menjadikan mereka lebih populer meskipun mereka tidak lahir dari latar belakang pendidikan keagamaan yang formal seperti otoritas tradisional. Dalam penyebutannya, otoritas tradisional sering kali disebut sebagai *religious scholar* sedangkan otoritas baru disebut sebagai *religious entrepreneur*.⁵

Ketersediaan akses yang demokratis meniscayakan konsekuensi korosif bagi pembelajaran agama berbasis teks sebagaimana yang diajarkan oleh ulama dan pemegang otoritas keagamaan tradisional lainnya, sehingga tidak mengherankan dewasa ini banyak fenomena fragmentasi otoritas keagamaan. Fragmentasi otoritas ini tidak muncul begitu saja, Zaman menyebutkan sedikitnya ada tiga alasan mengapa fragmentasi otoritas ini muncul. Pertama, hal ini disebabkan oleh

⁴Heidi Campbell, (Ed.). *Digital Religion: Understanding religious practice in new media worlds*. London: Routledge, 2012

⁵Suhadi and Miftahun Ni'mah Suseno, "Ulama Dan Negara-Bangsa Dalam Survei," in *Ulama Dan Negara Bangsa: Membaca Masa Depan Islam Politik Di Indonesia*, ed. Hasan. Noorhaidi (Yogyakarta: Pusat Pengkajian Islam, Demokrasi, dan Perdamaian (PusPIDeP), 2019), hlm. 18-19.

kelahiran institusi pendidikan modern berbasis islam. Potret ini bisa kita lihat dengan menjamurnya institusi pendidikan islam di berbagai level dan tingkat pendidikan mulai dari taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi. Kedua, potret menjamurnya institusi pendidikan islam ini turut didukung dengan kemudahan menemukan literatur-literatur keislaman yang dibukukan seperti kitab-kitab klasik, novel dan majalah. Terakhir, Zaman menyebutkan fragmentasi otoritas ini tidak bisa dipisahkan dari munculnya medium komunikasi yang memudahkan kita dalam mentransmisikan pesan-pesan dakwah seperti radio dan televisi⁶. Lebih jauh, Zaman menjelaskan bahwa kehadiran beragam medium yang memfasilitasi tampilnya aktor-aktor agama tidak lantas menggeser otoritas keagamaan tradisional. Menurutnya, otoritas tradisional akan tetap memiliki panggungnya sendiri selama mereka terus melakukan penyesuaian dengan konteks perubahan zaman.

Ketersediaan akses yang demokratis meniscayakan konsekuensi korosif bagi pembelajaran agama berbasis teks sebagaimana yang diajarkan oleh ulama dan pemegang otoritas keagamaan tradisional lainnya, sehingga tidak mengherankan dewasa ini banyak fenomena fragmentasi otoritas keagamaan. Fragmentasi otoritas ini tidak muncul begitu saja, Zaman menyebutkan sedikitnya ada tiga alasan mengapa fragmentasi otoritas ini muncul. Pertama, hal ini disebabkan oleh kelahiran institusi pendidikan modern berbasis islam. Potret ini bisa kita lihat dengan menjamurnya institusi pendidikan islam di berbagai level dan tingkat pendidikan mulai dari taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi. Kedua, potret

⁶ Muhammad Qasim Zaman, *The Ulama in Contemporary Islam: Custodians of Change*, Princeton University Press, 2002, hal. 1-6

menjamurnya institusi pendidikan islam ini turut didukung dengan kemudahan menemukan literatur-literatur keislaman yang dibukukan seperti kitab-kitab klasik, novel dan majalah. Terakhir, Zaman menyebutkan fragmentasi otoritas ini tidak bisa dipisahkan dari munculnya medium komunikasi yang memudahkan kita dalam mentransmisikan pesan-pesan dakwah seperti radio dan televisi⁷. Lebih jauh, Zaman menjelaskan bahwa kehadiran beragam medium yang memfasilitasi tampilnya aktor-aktor agama tidak lantas menggeser otoritas keagamaan tradisional. Menurutnya, otoritas tradisional akan tetap memiliki panggungnya sendiri selama mereka terus melakukan penyesuaian dengan konteks perubahan zaman.

Feomena ini membuktikan bahwa dewasa ini agama semakin termediasi sehingga tidak menutup kemungkinan agama sebagai sebuah institusi mengalami ketergantungan terhadap media sehingga agama dalam hal ini aktor-aktor agama berusaha mengakomodasi logika media agar tetap bisa menjangkau masyarakat dan bisa terus berkomunikasi dengan institusi-institusi lain. Lebih jauh, media sosial dengan karakteristiknya yang khas, fleksibel dan dinamis memungkinkan pengembangan orientasi pengetahuan baru oleh individu dan memfasilitasi siapapun untuk dapat berbagi informasi serta berbagai pandangan secara luas.⁸

Media sosial khususnya *YouTube* pada akhirnya menjadi tempat perjumpaan antara aktor agama dan jamaahnya. Bukan tanpa alasan, pemilihan *YouTube* sebagai medium dakwah ini karena popularitasnya sangat kuat. Di Indonesia

⁷ Muhammad Qasim Zaman, *The Ulama in Contemporary Islam: Custodians of Change*, Princeton University Press, 2002, hal. 1-6

⁸Mark Poster, *Cyber Democracy: The Internet and The Public Sphere* (London: Routledge, 2013), <https://doi.org/10.4324/9781315078663>.

sendiri dalam rentang waktu januari 2016 hingga januari 2017 jumlah konten *YouTube* yang diunggah di Indonesia meningkat hingga 278% dari tahun 2016. Dari segi durasi menonton pun *YouTube* mengalami peningkatan hingga 155%.⁹ Tidak mengherankan apabila *YouTube* oleh banyak da'i dipandang sangat efisien dan optimal dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah sehingga dewasa ini muncul banyak sekali da'i yang membagikan konten-konten dakwah di kanal *YouTube*. Konten dakwah dengan berbagai genre tersebut bahkan hampir tidak pernah sepi dari pengunjung setiap harinya.¹⁰

Adaptasi *YouTube* sebagai medium dakwah oleh aktor-aktor agama dengan membentuk akun *YouTube* khusus untuk membagikan video-video dakwah inilah yang disebut pelembagaan otoritas oleh penulis dalam penelitian ini. Merujuk Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pelembagaan berasal dari kata baku lembaga yang secara spesifik dapat diartikan sebagai badan atau organisasi yang bertujuan melakukan penyelidikan keilmuan atau suatu usaha.¹¹ Secara lebih luas, konsep tentang pelembagaan ini oleh Huntington disebut sebagai upaya agar sebuah organisasi dapat memperoleh nilai baku yang stabil sehingga pelembagaan dalam uraian Huntington dapat ditentukan dari segi kemampuannya menyesuaikan diri dengan perubahan.¹²

⁹Gilang Muhammad Dwijaya, Amanda Dinda, and S E Zuliestiana, "Analisis Positioning Youtuber Indonesia Berdasarkan Persepsi Penonton Youtube Dengan Menggunakan Metode Perceptual Mapping (Studi Pada Kategori Entertainment Dengan Konten Berbasis Vlog)," *E-Proceeding of Management* 4, no. 3 (2017): 2267–71.

¹⁰Ferdi Arifin, "Mubalig Youtube Dan Komodifikasi Konten Dakwah," *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* Vol. 4 (2019): 91–119, <https://doi.org/https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1718>.

¹¹"Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI Daring)," accessed September 4, 2022, <https://kbbi.web.id/>.

¹²Samuel P. Huntington, *Political Order in Changing Societies* (New Haven: Yale University Press, 1968), 83.

Dari argumentasi-argumentasi di atas penulis menangkap satu benang merah bahwa fenomena otoritas keagamaan di media sosial terjadi secara bertahap dan berkala. Pertama; aktor agama populer bukan berdasarkan inisiatif individu tapi berkat postingan beberapa jamaah yang disebarluaskan di media sosial yang kemudian mendapatkan atensi dari publik atau netizen. Kedua, atensi dari netizen ini kemudian memecah jamaah menjadi terfragmentasi sehingga secara otomatis otoritas keagamaan pun menjadi terfragmentasi dan melahirkan otoritas-otoritas baru yang saling berkotestasi. Ketiga, pada tahap ini penulis berargumen otoritas-otoritas baru yang saling berkontestasi ini melembagakan otoritasnya dengan membentuk tim kerja. Tahap ini yang akan menjadi fokus penelitian yang akan penulis kaji lebih dalam di tesis ini.

Peneliti menyadari bahwa kemunculan sejumlah aktor agama atau ustaz di televisi tidak lahir dari ruang hampa. Kehadiran mereka seturut dengan narasi yang mereka sampaikan telah melalui proses panjang yang terstruktur dan terlembaga. Artinya, otoritas yang mereka dapatkan tidak berdiri karena faktor tunggal. Ada aktor belakang layar yang terlembaga secara sistematis yang turut melanggengkan otoritas mereka. Sehingga, otoritas bukan lagi sesuatu yang didapatkan melainkan direncanakan dan dilembagakan. Berbeda dengan televisi, sistem kerja media sosial memungkinkan siapapun untuk memproduksi narasi dan wacana keagamaan secara individual. Meskipun demikian peneliti melihat praktek pelembagaan otoritas ini tidak hilang dan masih dipraktikkan sampai saat ini.

Jika pada studi-studi sebelumnya pembahasan otoritas keagamaan dan media baru selalu berfokus pada pengaruh dan pemanfaatan media baru oleh

pemilik otoritas maka dalam tesis ini aktor agama, terutama yang muncul di media baru dalam asumsi penulis merasa perlu melebarkan otoritas mereka. Hal tersebut dikarenakan pelembagaan otoritas ini bisa terjadi akibat banyak faktor diantaranya, komodifikasi agama dan berhubungan erat dengan gerakan Islam politik. Untuk membuktikan asumsi tersebut, maka penulis merasa perlu untuk menuangkan hal tersebut dalam penelitian tesis ini.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini akan difokuskan pada pembahasan tentang bagaimana wacana dakwah Das'ad Latif bisa meneguhkan pelembagaan otoritasnya di *YouTube* sebagai platform yang digunakan dalam memproduksi dan menyebarkan wacana keagamaan? Penulis merasa hal ini sangat menarik mengingat dalam kesehariannya Ustaz Das'ad Latif turut mengikuti tren yang sedang berkembang. Selain itu, Ustaz Das'ad Latif juga sangat representatif karena sejauh ini dakwah-dakwah beliau dikelola secara profesional dan juga sering dipublikasikan melalui akun *YouTube* miliknya.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian tentang otoritas keagamaan di media digital memang bukan hal baru dan sebagai sebuah objek yang menarik, fenomena ini sudah diteliti oleh banyak peneliti sebelumnya, sehingga penelitian ini dimaksudkan untuk memperkaya wacana pengetahuan tentang media baru dan relasinya dengan otoritas keagamaan. Selain itu, dengan memahami dan menelaah pelembagaan otoritas keagamaan di ruang *online* ini turut memberikan gambaran kepada kita bahwa lembaga-lembaga otoritas *offline* seperti pesantren dan masyarakat pada

umumnya memiliki lanskap yang berbeda dengan lembaga otoritas keagamaan secara *online*.

Lebih jauh, fenomena pelembagaan otoritas keagamaan yang menjadi fokus dari penelitian ini merupakan upaya untuk menghadirkan sebuah diskursus yang berbeda dengan banyak penelitian sebelumnya yang berfokus pada kontestasi dan adaptasi agama dengan media baru. Secara lebih spesifik tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk menjelaskan bagaimana wacana keagamaan diproduksi melalui akun *YouTube* Ustaz Das'ad Latif bisa menjadi faktor paling berpengaruh dalam pelembagaan otoritas.

Ustaz Das'ad Latif yang menjadi objek dari penelitian ini sengaja dipilih karena sangat representatif mengingat dirinya mendapatkan otoritas keagamaannya di media baru. Selain itu potret pelembagaan otoritas keagamaan yang menjadi fokus dari penelitian ini juga nampak dari sepak terjang dakwahnya secara *online* di platform dakwah yang beliau pilih.

D. Kajian Pustaka

Studi tentang relasi media dan otoritas keagamaan di media digital bukan lagi hal yang baru. Sebagai sebuah fenomena kekinian, studi ini menyita perhatian banyak akademisi untuk menelitinya, diantaranya Studi yang dilakukan Bryan S. Turner. Dalam studinya yang bertajuk *New Media and Religious Authority* dirinya menguraikan bahwa tidak ada pemilik otoritas tunggal dalam Islam. Hal ini berbeda dengan agama-agama lain seperti protestan yang memiliki sistem kepausan terpusat. Sehingga menurutnya kehadiran internet memberikan peluang kepada siapapun untuk menjadi seorang *mufti*. Lebih jauh dirinya menjabarkan

bahwa demokratisasi seturut dengan kehadiran internet ini meniscayakan setiap orang dapat mengambil peran sebagai seorang *imam*.¹³ Sederhananya, internet mengakibatkan pertumbuhan literasi dan telah memperluas akses teks-teks keagamaan yang akhirnya berakibat pada perluasan penafsiran tentang Islam dan memunculkan persaingan tentang siapa yang lebih berhak berbicara tentang Islam.

Selanjutnya studi tentang otoritas keagamaan yang berfokus pada kontestasi antar otoritas. Studi yang dilakukan oleh Eko Saputra dan Fadhli ini memotret kontestasi otoritas tradisional di Aceh dengan otoritas baru di media sosial. Eko dalam penelitiannya berkesimpulan bahwa tidak semua otoritas baru yang hadir di media sosial dapat dikatakan sebagai *lumpen-intelegnsia*. Lebih jauh, Eko juga berpendapat kehadiran ustad-ustaz salafi di media baru menggeser otoritas-otoritas tradisional yang sudah ada. Hal ini dikarenakan *determinism of technology* yang akhirnya melahirkan demokratisasi pengetahuan keagamaan. Fenomena ini oleh Eko turut mengakibatkan Islam di Aceh tidak lagi diwakili oleh satu pemahaman keagamaan yang tunggal melainkan menjadi beragam dengan ideologi keagamaan yang beragam pula.¹⁴

Selain mengalami kontestasi dan menggeser otoritas keagamaan tradisional secara individual, kehadiran media sosial juga turut menggeser otoritas dan peran-peran lembaga keagamaan yang telah mapan seperti Muhammadiyah dan Nahdatul Ulama. Dalam studi yang dikembangkan oleh Nadirsyah Hosen diuraikan bahwa kemunculan otoritas *online* turut menghadirkan diskursus baru

¹³Turner, "Religious Authority and the New Media."

¹⁴Eko Saputra dan Fadhli F, "New Media, Shifting And Contestation Of Religious Authority In Aceh: From Ulama Lokal to Ustad's," *Jurnal Lektur Keagamaan* Vol. 18 (2020): 429–62.

tentang *online* fatwa sehingga banyak masyarakat yang mulai meninggalkan otoritas dan lembaga keagamaan yang telah mapan dan beralih menyandarkan pedoman keagamaannya pada fatwa-fatwa *online*.¹⁵

Pergumulan aktor agama dengan media baru oleh banyak peneliti sering kali memunculkan fenomena fragmentasi otoritas. Selain itu, sebagian peneliti menilai bahwa media baru bisa menggeser otoritas keagamaan tradisional bahkan mengganti otoritas tradisional. Berbeda dengan hal tersebut, Sunarwoto dan Najib Kailani menunjukkan bahwa otoritas tradisional bisa bertahan dan tetap eksis dengan tetap memanfaatkan media baru.¹⁶

Studi lain itu tentang relasi media dan otoritas keagamaan juga dilakukan oleh Nabil Echchaibi. Dalam studi yang dilakukan di Mali dirinya menemukan fakta bahwa otoritas keagamaan lokal bisa saja mengait pendengar internasional. Berdasarkan objektifikasinya terhadap dakwah yang dilakukan oleh Amr Khaled, Moez Masoud dan Ali Ardekani, dirinya membuktikan bahwa pendakwah lokal bisa menembus pasar pendengar internasional hingga ke Dubai, London, Paris dan Los Angeles dengan sebaran rekaman melalui *audio blog*.¹⁷

Di media sosial otoritas dapat dibentuk dengan membangun otoritas karismatik. Hal ini digambarkan Hayley L. Cocker dan James Cornin dalam studinya tentang *video blogger* di *YouTube* yang membangun otoritas di kalangan

¹⁵Nardisyah Hosen, "Online Fatwa in Indonesia: From Fatwa Shopping to Gogging Kyai," in *Expressing Islam: Religious Life and Politics In Indonesia*, ed. Greg Fealy dan Sally White (Singapore: Institute of Southeast Asian Studies, 2008), 159–72.

¹⁶Najib Kailani dan Sunarwoto, "Televangelisme Islam Dalam Lanskap Otoritas Keagamaan Baru," in *Ulama Dan Negara Bangsa: Membaca Masa Depan Islam Politik Di Indonesia*, ed. Noorhaidi Hasan (Yogyakarta: Pusat Pengajian Islam, Demokrasi dan Perdamaian, 2019), 179–200.

¹⁷Nabil Echchaibi, "From Audio Tapes to Video Blogs: The Delocalisation of Authority in Islam," *Nations and Nationalism* Vol. 17, no. 1 (2011): 25–44, <https://doi.org/10.1111/j.1469-8129.2010.00468.x>.

penggemarnya berdasarkan karisma. Meski demikian, dalam uraiannya, Cocker dan Cornin berkesimpulan bahwa otoritas karismatik yang dibangun oleh *video blogger* tersebut memudar seiring dengan komersialisasi yang dilakukan oleh *video blogger* tersebut dalam banyak video mereka.¹⁸ Pemanfaatan otoritas karismatik oleh *video blogger* untuk kepentingan komersialisasi ini kurang mendapat minat dari pengikut, Cocker dan Cornin menjelaskan bahwa hal ini bukan berarti kultur selebriti yang mereka bangun akan berumur pendek.

Studi lain yang mengkaji tentang popularitas seorang da'i atau aktor agama yang dimobilisasi oleh teknologi dapat kita lihat dalam penelitian yang dilakukan oleh C.W. Watson. Dalam studi yang menjadikan Aa Gym sebagai objek dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa tingkat popularitas Aa Gym meningkat seiring dengan perkembangan teknologi terlebih pasca runtuhnya rezim orde baru.¹⁹

Penulis melihat studi tentang otoritas keagamaan masih berkuat pada fragmentasi dan kontestasi antar otoritas keagamaan baik otoritas baru maupun otoritas tradisional. Sementara otoritas keagamaan, dalam asumsi peneliti baik di televisi maupun di *YouTube* tidak berdiri tunggal. Ada aktor belakang layar yang turut melanggengkan otoritas tersebut secara sistematis. Untuk melengkapi studi kesarjanaan yang telah ada, penelitian ini akan secara spesifik mengulas tentang bagaimana pelembagaan otoritas keagamaan bisa terbentuk, penelitian ini juga

¹⁸Hayley L. Cocker and James Cronin, "Charismatic Authority and the YouTuber: Unpacking the New Cults of Personality," *Marketing Theory* Vol. 17, no. 4 (2017): 455–72, <https://doi.org/10.1177/1470593117692022>.

¹⁹C. W. Watson, "A Popular Indonesian Preacher: The Significance of Aa Gymnastiar," *Journal of the Royal Anthropological Institute* 11, no. 4 (2005): 773–92, <https://doi.org/10.1111/j.1467-9655.2005.00261.x>.

berargumen bahwa kontestasi dan fargmentasi otoritas juga terjadi dipengaruhi oleh konsep pelembagaan otoritas keagamaan. Untuk mengurai hal tersebut, penulis menggunakan *critical discourse analisis* Norman Fairclough sebagai pisau analisis dalam membedah permasalahan dalam penelitian ini.

E. Kerangka Teori

1. Otoritas Keagamaan dan Intervensi Media Sosial

Media Sosial dalam khususnya *YouTube* har-hari ini telah menggeser popularitas televisi sebagai saluran komunikasi massa. Sejak kehadirannya, pengguna televisi mengalami penurunan sangat drastis tiap tahunnya. Hal ini sangat mungkin mengingat lebih dari setengah populasi penduduk Indonesia sudah menggunakan internet. Muhammad Arif, Ketua Umum Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) saat gelaran Indonesia Digital Outlook 2022 mengungkapkan saat ini pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 77%. Itu artinya ada sekitar 210 juta penduduk Indonesia yang aktif menggunakan internet.²⁰

Berkaca pada data pengguna internet di atas, tidak mengherankan apabila pengguna *YouTube* sebagai anak kandung dari internet juga mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan. Saat ini jumlah pengguna platform media sosial berbasis video itu di Indonesia sudah mencapai 127 juta pengguna. Jumlah ini menempatkan Indonesia pada posisi ke tiga sebagai pengguna *YouTube*

²⁰ Intan Rahkmayati Dewi, "Data Terbaru! Berapa Pengguna Internet Indonesia Tahun 2022?," CNBC, 2022, <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740/data-terbaru-berapa-pengguna-internet-indonesia-2022>. Diakses 25 Oktober 2022

terbesar di dunia mengalahkan Brazil dan Rusia yang masing-masing berada di peringkat ke empat dan ke lima di bawah Indonesia.²¹

YouTube terus menjadi platform yang digemari banyak kalangan. Hal ini terbukti dengan jumlah pengguna *YouTube* yang terus mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya. Di tahun 2020 hingga tahun 2021, *YouTube* menempati posisi teratas media sosial paling sering diakses dan paling populer di Indonesia. Kalau dipresentasikan, jumlah penggunanya kala itu mencapai 94% dengan rata-rata penggunaannya berusia 16 sampai dengan 64 tahun. Jumlah ini mengungguli pengguna *WhatsApp*, *Facebook* dan *Instagram*.²²

Kehadiran *YouTube* sebagai platform untuk berbagi video dengan jumlah pengguna yang setiap tahunnya mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan terang saja memberikan pengaruh dan dampak perubahan yang luar biasa, khususnya dalam hal akses informasi dan pencarian hiburan oleh masyarakat. Semua hal yang dulunya hanya bisa diakses melalui televisi di ruang-ruang keluarga, kini dengan kehadiran *YouTube* baik informasi maupun hiburan berbasis video bisa dengan mudah diakses hanya dengan ponsel genggam. Hanya butuh waktu kurang dari dua dekade sejak pertama kali diluncurkan pada tahun 2005 *YouTube* berhasil menggeser popularitas televisi sebagai saluran komunikasi massa berbasis video.

²¹ Shilvina Widi, "Pengguna YouTube Di Dunia Capai 2,41 Miliar Pada Kuartal II/2022," dataindonesia.id, 2022, <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-youtube-di-dunia-capai-241-miliar-pada-kuartal-ii2022>. Diakses 25 Oktober 2022

²² Yudo Dahono, "Data: Ini Media Sosial Paling Populer Di Indonesia 2020-2021," [Beritasatu.com](https://www.beritasatu.com), 2021, <https://www.beritasatu.com/news/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>. Diakses 25 Oktober 2022

Presentase pengguna televisi kian menurun sejak kemunculan internet dengan beragam media sosial termasuk *YouTube* yang turut mengiringi kehadirannya. Pada tahun 2021 penduduk Indonesia dalam seminggu yang hanya 86,96% yang masih aktif untuk menonton televisi. Jumlah ini lebih sedikit dibanding dengan 2018. Di tahun itu, pengguna televisi di Indonesia dalam seminggu masih mencapai angka 93,21%. Adapun klasifikasi rata-rata usia penduduk Indonesia yang masih aktif menonton televisi didominasi oleh anak-anak berusia 5-17 tahun. Presentase jumlah penonton televisi ini terus berkurang seiring dengan bertambahnya usia.²³

Kehadiran *YouTube* adalah gagasan kunci dari mediamorfosis yang disebut oleh Roger Fidler. Dirinya menyebut ini merupakan bagian dari konvergensi, titik di mana terjadi persilangan dan peleburan antar dua entitas media yang berbeda.²⁴ Sebelum sampai di tahap ini, televisi setidaknya sudah melewati banyak penyempurnaan sejak awal kemunculannya pada tahun 1925 yang pada waktu itu hanya berupa konvergensi antar gelombang pemancar radio dan audio visual. Pada periode kedua, kita mulai mengenal konsep tentang televisi digital. Di tahap ini tidak ada lagi ketergantungan pada pemancar dan penerima dari stasiun televisi. Selanjutnya sebelum memasuki era internet, muncul televisi berlangganan yang disediakan oleh provider penyedia jasa.²⁵

²³ Dimas Bayu, "Persentase Penduduk Yang Menonton TV Dan Mendengarkan Radio Dalam Seminggu Terakhir," dataindonesia.id, 2022, <https://dataindonesia.id/ragam/detail/makin-sedikit-orang-indonesia-nikmati-tv-dan-radio-pada-2021>.

²⁴ Roger Fidler, *Mediamorfosis* (Yogyakarta: Bentang, 2003).

²⁵ Rahmad M Arsyad, *Bunga Rampai Revolusi Ilmu Komunikasi* (Sulawesi Selatan: Wahana Visual Indonesia, 2020).

Proses konvergensi inilah yang pada akhirnya yang menggeser popularitas televisi dan menaikkan popularitas *YouTube*. Hal ini tentu sangat berlawanan karena dalam setiap tahap mediamorfosis setiap media selalu menawarkan kemudahan dalam penggunaannya. Dalam hal menonton, saat ini kita sudah semakin mudah dengan kehadiran *YouTube* yang bisa diakses kapan dan di mana pun. Untuk menikmati sebuah tontonan kita tidak lagi menonton beramai-ramai di ruang keluarga atau di fasilitas publik. Sederhananya, *YouTube* telah merubah televisi dari media massa yang dinikmati secara bersama-sama menjadi kian personal. Hal lain yang turut menjadikan popularitas *YouTube* terus menanjak yakni dampak dari konvergensi yang tidak hanya melahirkan media-media baru seperti *YouTube*, melainkan juga turut melahirkan konten yang beragam dan ini jelas sangat berbeda dengan televisi yang mayoritas kontennya seragam.²⁶

YouTube telah memungkinkan siapapun memproduksi wacana apapun yang bisa dinikmati dan diakses oleh siapapun tanpa harus terikat dengan ruang dan waktu. Dengan jumlah pengguna yang sangat tinggi dan terus mengalami kenaikan setiap tahunnya serta fleksibilitas yang ditawarkannya, tidak mengherankan jika saat ini *YouTube* menjadi ladang pertarungan wacana termasuk di dalamnya wacana-wacana keagamaan populer.

YouTube sebagai anak kandung dari internet memberikan pandangan baru tentang relasi antara manusia dengan agama. Lebih jauh, di era internet dan media sosial yang sangat masif saat ini agama kian diposisikan sebagai objek yang keotentikannya selalu dipertanyakan. Artinya, media sosial dengan fleksibilitas

²⁶ Ibid.

dan dinamisasi yang dibawanya telah memberi ruang bagi penggunaanya untuk mengembangkan pengetahuan baru, memfasilitasi dan menyediakan tempat untuk pandangan yang lebih luas.²⁷ Artinya, media sosial menciptakan peluang seluas-luasnya bagi perpindahan pusat penyebaran agama. Tidak hanya itu, media sosial juga memberikan kesempatan bagi siapapun untuk terlibat dalam produksi pengetahuan agama.²⁸

Pada prinsipnya telah terjadi perubahan mendasar dalam hal komunikasi agama yang awalnya bersifat tradisional-generik bergeser pada komunikasi berbasis internet. Hal semacam ini berkaitan erat dengan ruang partisipasi publik yang semakin terbuka.²⁹ Jika sebelumnya publik merupakan objek dalam komunikasi agama, hari ini hal tersebut mengalami perubahan. Publik menjadi subjek aktif dalam mekanisme produksi pengetahuan agama.³⁰ Pada titik ini agama harus dimaknai secara komprehensif dengan melihat latar belakangnya dan kepentingan publik yang turut mempengaruhi produksi wacana-wacana keagamaan.

2. Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough

Media sosial yang dalam penelitian ini adalah YouTube tidak lagi bisa didefinisikan sebagai benda mati. Kehadiran media sosial sebagai produsen

²⁷ Mark Poster, "Cyber Democracy: The Internet and the Public Sphere," in *Reading Digital Culture*, ed. David Trend (Inggris: Blackwell Publisher, 2001).

²⁸ Irwan Abdullah, "Di Bawah Bayang-Bayang Media; Kodivikasi, Konvergensi Dan Kooptasi Agama Di Era Internet," *Sabda: Jurnal Kebudayaan* Vol. 12, no. 1 (2017): 116–21, <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.

²⁹ Ibid.

³⁰ Dorothea Von Mucke, "Authority, Authorship, and Audience: Enlightenment Models for a Critical Public," *Representations* 3, no. 1 (2010): 60–87, <https://doi.org/10.1525/rep.2010.111.1.60.understood>.

wacana tiurut memproduksi dan memuat ideologi-ideologi tertentu berdasarkan ideology yang dianut oleh penggunanya.

Critical Discourse Analysis atau analisis wacana kritis dalam banyak dirskursus kerap kali digunakan oleh banyak peneliti sosial dalam melihat bagaimana wacana atau diskursus digunakan oleh kelompok sosial untuk memperebutkan kekuasaan. Kekinian, wacana atau bahasa yang dimaksud tidak hanya dalam betuk lisan, melainkan juga dalam bentuk tulisan. Sederhananya, analisis wacana digunakan untuk mendalami maksud kuasa dalam setiap proses bahasa.³¹

Secara lebih spesifik, analisis wacana dalam pengertian yang dikemukakan oleh Norman Fairlough memberikan konsep penting lain dalam membaca dan menganalisis sebuah wacana. Dalam uraiannya, Fairlough merumuskan bahwa intertekstualitas mengafirmasi interrelasi berbagai teks dan diskursus dalam sebuah teks. Tidak hanya itu, konsep yang ditawarkan Fairlough ini juga menghasilkan dampak ideologis berupa strukturasi dan re-strukturasi tatanan diskursus yang ada. Hal semacam ini dimungkinkan saat kekuasaan dan ideologi melekat dalam sebuah diskursus, maka selanjutnya intertekstualitas bertindak sebagai mekanisme untuk menjaga atau mengubah relasi dominan.³²

Fairclough dalam bahasanya meyakini dan berusaha membuktikan bahwa dalam satu diskursus atau wacana berpotensi terjadi proses transformasi sosial. Merujuk pada argumentasi tersebut, maka pembahasan dalam penelitian ini akan

³¹ Eriyanto, Dedy N. Hidayat, and Nurul Huda S.A, *Analisis Wacana : Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta: LKiS, 2001), hlm. 6.

³² Elya Munfarida, "Analisis Wacana Kritis Dalam Perspektif Norman Fairclough" 8, no. 1 (1978): 1–19.

dibagi menjadi tiga berdasarkan definisi wacana *critical discourse analysis* yang menjadi basis paradigma CDA yang dipaparkan Fairclough, yakni; pertama, wacana dimaknai sebagai sebuah penggunaan bahasa sebagai praktik sosial. Kedua, wacana diartikan sebagai sejenis bahasa yang digunakan dalam bidang tertentu. Terakhir, wacana digunakan untuk merujuk cara berbicara yang memberikan makna terhadap pengalaman-pengalaman tertentu.³³ Ketiga basis paradigma ini kemudian membentuk dimensi analisis diskursus yakni, teks, praktek diskursif dan praktek sosio-kultur.

Basis paradigma CDA Fairclough tersebut berusaha menjelaskan bahwa sebuah wacana lahir dari praktik-praktik sosial. Tahapan ini disebut sebagai tahapan *language practice*. Tidak hanya itu, praktik sosial tersebut menurut Fairclough kemudian mekonstruksi dunia sosial, relasi dan identitas sosial seseorang. Bahkan, eksistensi dari sebuah wacana berhubungan dan dibentuk langsung oleh struktur-struktur sosial yang lain.³⁴ Sederhananya, Fairclough hendak mengatakan bahwa satu wacana atau diskursus tidak pernah berdiri tunggal. Setiap wacana tidak semata-mata buah dari refleksi realitas, melainkan sebuah akibat dari hubungan dialektis dengan sebuah realitas.

Selanjutnya, tahapan *social practice*. Pada tahapan ini, wacana dilihat sebagai sebuah proses sosial. Sebagaimana masyarakat yang dapat berkembang, wacana juga berproses dan berkembang. Dan tahapan paling terakhir, wacana dimaknai sebagai sebuah proses dialektika antara bahasa dan kondisi sosial. Antara keduanya ada semacam hubungan mutualisme yang dapat saling

³³ Norman Fairclough, *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language* (New York: Longman, 1995).

³⁴ Ibid.

mempengaruhi. Bahasa dipengaruhi oleh kondisi sosial, begitu juga sebaliknya, bahwa kondisi sosial dapat saja dipengaruhi oleh bahasa. Sehingga, Fairclough mendefinisikan bahwa hubungan antar wacana dan struktur sosial bukan hubungan satu arah. Selain ditentukan oleh struktur sosial, wacana juga mempengaruhi struktur sosial, sekaligus berkontribusi dalam perubahan struktur sosial itu sendiri. Dialektika menunjukkan adanya hubungan dua arah, wacana dan struktur sosial saling mempengaruhi satu sama lain.³⁵

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Untuk menjawab pertanyaan inti dari penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian *kualitatif-deskriptif*.³⁶ Dengan metode ini, fenomena sosial dapat dilihat dan didekati dengan cara khusus seperti melihat lebih dekat alasan orang berperilaku dan bertindak.³⁷ Sederhananya, dengan metode ini peneliti bermaksud untuk mengamati tindakan dan perilaku serta alasan-alasan dari tindakan aktor agama dalam hal ini adalah Das'ad Latif.

Adapun data dalam penelitian ini dihimpun dengan pendekatan *netnografi*. Pendekatan ini digunakan khusus untuk melakukan pelacakan, penelusuran dan pengumpulan data di internet dan aktivitas virtual.³⁸ Adapun data yang dihimpun didapatkan melalui penelusuran sejumlah teks atau berita *online*, gambar maupun

³⁵ Norman Fairclough, *Language and Power* (London, United Kingdom: Longman, 1992), hlm. 37.

³⁶Teuku Zulyadi, "Komunikasi Pembangunan Masyarakat; Sebuah Model Audit Sosial Multistakeholder," *Media Kajian Komunikasi Islam* Vol. 1, no. 1 (2018): 1–15, <http://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/peurawi>.

³⁷Baverley Hancock, Elizabeth Ockleford, and Kate WIndridge, *An Introduction to Qualitative Research* (Yorkshire, United Kingdom: The National Institute Health Research for Yorkshire and the Humber, 2009), hlm. 4.

³⁸Stephanie O'Donohoe, *Netnography: Doing Ethnographic Research Online* (Singapore: Sage Publication, 2010), hlm. 95-117, <https://doi.org/10.2501/S026504871020118X>.

video yang memuat informasi tentang Ustaz Das'Ad Latif. Tidak berhenti di situ, penelusuran dan analisis data media secara mendalam diperlukan dalam pengumpulan data.

2. Sumber dan Data Penelitian

Peneliti, dalam penelitian ini menggunakan istilah subjek dan objek penelitian. Dalam menentukan dan memetakan keduanya, peneliti menggunakan metode sampel bertujuan atau *purposive sample*.³⁹ Adapun pemilihan informan dalam penelitian ini menyesuaikan dengan kebutuhan peneliti agar informasi yang diterima ataupun dikumpulkan berasal dari sumber kredibel yang berkaitan dengan kebutuhan penelitian.

a. Subjek

Subjek penelitian merupakan sumber informasi utama dalam penelitian. Informasi dari subjek penelitian dikumpulkan dengan cara observasi baik virtual maupun langsung, wawancara dan dokumentasi. Peneliti memetakan subjek dalam penelitian ini yakni kanal *YouTube* Ustaz Das'ad Latif yang dikelolanya secara pribadi.

b. Objek

Adapun objek dalam penelitian ini adalah yang memuat sumber data penunjang dari subjek yang akan diteliti. Objek dalam penelitian ini bisa berupa surat kabar baik *online* maupun cetak, atau objek yang memiliki kedekatan dan data yang memuat informasi tentang Das'ad Latif.

3. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti dalam penelitian ini melakukan wawancara dan observasi sebagai upaya untuk mendapatkan informasi yang komprehensif terkait dengan subjek

³⁹Lexy J. Muleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosdakarya, 2011), hlm.224.

yang akan diteliti. Observasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kegiatan yang menggunakan alat indra khususnya pengamatan dalam menghimpun data dari sumber-sumber penelitian.⁴⁰ Sebagaimana sudah dijelaskan di atas, observasi dalam penelitian ini dilakukan secara virtual dengan mengamati kanal *YouTube* milik Ustaz Das'ad Latif dan sejumlah media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter serta situs berita baik *online* maupun cetak yang memuat informasi yang berkaitan dan relevan dengan penelitian ini.

Selain observasi, peneliti juga menghimpun informasi dan data penelitian dengan melakukan wawancara terhadap sejumlah informan kunci dalam penelitian ini. wawancara dilakukan dengan mengajukan sejumlah pertanyaan penelitian kepada informan, dengan begitu apa yang menjadi jawaban dari informan disebut sebagai data dalam penelitian ini.⁴¹ Wawancara dilakukan dengan Ustaz Das'ad Latif secara virtual sebagai subjek dalam penelitian. Untuk melengkapi data tersebut, peneliti juga melakukan wawancara dengan sejumlah informan lain seperti admin media sosial milik ustaz Das'ad Latif dan *follower* atau *subscriber* Ustaz Das'ad Latif.

Terkahir, peneliti tidak lupa melakukan dokumentasi untuk membantu peneliti dalam menganalisis data. Dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang menghasilkan catatan-catatan penting dalam penelitian seperti rekaman hasil wawancara, tulisan dan gambar hasil observasi dan semacamnya.⁴²

⁴⁰Basri MS, *Metodolgi Penelitian Sejarah* (Jakarta: Restu Agung, 2006), hlm. 58.

⁴¹Ibid., hlm. 60.

⁴²Suwandi Basrowi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2008), hlm. 158.

4. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *critical analisis discourse* atau analisis wacana kritis Norman Fairclough melalui tiga tahapan; Pertama, *Langue practice*. Pada tahapan ini peneliti menganalisis bahasa yang digunakan Ustaz Das'ad Latif dalam ceramahnya. Peneliti berusaha menguraikan bagaimana bahasa yang digunakan meneguhkan otoritas keagamaan miliknya. Kedua, *Social Practice*. Tahapan ini penulis menganalisis apakah bahasa yang dipilih punya korelasi atau hubungan dengan lingkungan sosial Ustaz Das'ad Latif. Terakhir, *discourse practice*. Pada tahapan ini peneliti berusaha menghubungkan hasil kedua analisis pertama tadi dengan diskursus yang lebih luas, yakni tempat di mana wacana itu diproduksi dan dikonsumsi serta bagaimana implikasinya pada proses pelembagaan otoritas keagamaan Ustaz Das'ad Latif di *YouTube*.⁴³

G. Sistematika Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini disajikan dalam beberapa bab yang dalam masing-masing bab tersebut berisi beberapa sub-bab. Hal ini dilakukan guna mempermudah rancangan penelitian, adapun sistematikanya sebagai berikut:

Bab I pendahuluan, Bab ini berisi uraian tentang latar belakang masalah dari penelitian yang hendak diangkat penulis. Penulis menguraikan tentang dinamika otoritas keagamaan yang terjadi di media digital dan bagaimana pelembagaan otoritas itu terbangun dan terbentuk di media digital. Selain itu, bab ini juga berisi rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.

⁴³Fairclough, *Language and Power*, hlm. 39.

Bab II penulis menguraikan tentang relasi media baru dan agama. Dalam uraian di bab ini, penulis juga akan menjelaskan tentang dinamika dakwah di media baru selanjutnya memaparkan kemunculan Ustaz Das'ad Latif. Lebih jauh pembahasan akan dilanjutkan dengan spirit dan ideologi dakwah serta bagaimana pendekatan dakwah yang dilakukan dalam menjangkau khalayak yang lebih luas.

Bab III penulis hendak membahas bagaimana pelebagaan otoritas yang dibentuk oleh Ustaz Das'ad Latif ini dalam perjalanannya mampu mempengaruhi dan membentuk standar moralitas publik bagi pendengar setianya. Tidak berhenti di situ, di bab ini penulis juga akan menguraikan bagaimana kontinuitas produksi konten dan pelebagaan otoritas ini bukan lagi dilakukan untuk kepentingan dakwah semata. Lebih dari itu, hal tersebut berdampak pada terciptanya komodifikasi agama.

Bab IV penulis akan menguraikan tentang dampak pelebagaan otoritas ini lebih jauh. Secara spesifik pelebagaan otoritas ini berdampak pada preferensi pilihan politik masyarakat terkhusus para pendengar dari Ustaz Das'ad Latif. Tidak berhenti di situ, pelebagaan otoritas ini akan diuraikan dalam perjalanannya sangat identik dengan bangkitnya Islam politik.

Bab V Penutup. Pada bab ini penulis akan menyimpulkan keseluruhan uraian penelitian di bab sebelumnya. Kemudian bab ini diakhiri dengan saran untuk memberikan gambaran topik penelitian serupa bagi peneliti selanjutnya yang hendak mengembangkan dan mengriktik penelitian ini.

BAB V

PENTUP

A. Kesimpulan

Media sosial sebagai anak kandung dari modernitas dengan perkembangannya yang masif telah mematahkan argumentasi banyak akademisi yang bertumpu pada pemikiran sekuler dengan keyakinan bahwa rasionalitas masyarakat modern akan memudahkan peran-peran agama. Kehadiran media sosial terbukti menjadikan eksistensi agama masih bisa terus bertahan di tengah arus modernitas. Selain itu, media sosial yang hadir dengan beragam variannya dan demokratisasi yang diusungnya menjadikan agama direpresentasikan dengan berbagai macam tampilannya oleh siapapun dan tidak mengikat pada satu tokoh agama seperti kyai di pesantren atau ulama tertentu.

Lebih jauh, pergumulan agama dan media sebagai produk budaya turut melahirkan sub kultur baru dan juga melahirkan wacana keagamaan baru. Salah satu hal yang paling merasakan dampak dari pergumulan media sosial dan agama adalah otoritas keagamaan. Otoritas keagamaan yang sebelumnya hanya dipegang oleh orang-orang tertentu yang memiliki akses terhadap kitab-kitab keislaman, akibat pergumulan keduanya otoritas keagamaan menjadi sangat cair dan bisa dimiliki oleh siapapun. Sehingga mengaburkan otoritas-otoritas tradisional yang telah mapan.

Fenomena ini kemudian berlanjut dengan munculnya fragmentasi dan kontestasi otoritas keagamaan di media sosial.

Otoritas tradisional yang sebelumnya kian tergerus saat munculnya varian otoritas-otoritas keagamaan baru tidak sepenuhnya menghilang dan tergantikan.

Dalam beberapa hal mereka masih memungkinkan untuk kembali mendapatkan hak otoritatifnya dalam hal agama selama menghubungkan dirinya dengan aksesibilitas publik melalui media sosial. Sekalipun tidak melakukan hal tersebut, otoritas fatwa yang dimiliki oleh ulama-ulama tradisional yang telah mapan menjadikan mereka tetap menjadi rujukan dari otoritas-otoritas keagamaan baru yang muncul di media sosial.

Selain mengalami fragmentasi dan kontestasi sebagaimana dijelaskan di atas, fenomena otoritas keagamaan ini dalam argumentasi penulis yang telah dituangkan dalam tesis ini turut mengalami proses institusionalisasi atau pelebagaan. Pelebagaan yang dimaksud adalah sebuah tindakan yang disengaja oleh aktor agama guna mempertahankan eksistensi dari otoritas keagamaan yang dimilikinya di media sosial sebagaimana telah dipotret dari kegiatan dakwah ustaz Das'ad Latif melalui kanal *YouTube* sebagai saluran yang digunakan untuk melebagaan otoritas keagamaan yang dimilikinya. Hal tersebut dilakukan dengan cara memproduksi wacana-wacana keagamaan yang populer berdasarkan minat dan keinginan audiens atau jamaah.

Pelebagaan otoritas sebagaimana dijelaskan penulis, terjadi selalu berangkat dari kesadaran individu yang otoritatif terhadap pengakuan jamaahnya terhadap dirinya. Institusionalisasi atau pelebagaan otoritas keagamaan ini pada akhirnya berdampak pada penguatan wacana keislaman yang diproduksi oleh mereka yang otoritatif atau Ustaz Das'ad Latif yang dimaksud dalam penelitian ini. Di samping itu, secara tidak langsung proses pelebagaan otoritas ini menjadikan Das'ad Latif tidak kehilangan pengaruhnya.

Tesis ini juga berkesimpulan bahwa pelembagaan otoritas yang dilakukan oleh Das'ad Latif dengan mengelola akun *YouTube* miliknya ini didasari atas dorongan mempertahankan pengaruh yang dimilikinya melalui produksi wacana keagamaan yang masif disebarluaskan melalui kanal tersebut.

Lebih jauh, otoritas keagamaan yang dilembagakan lengkap dengan wacana keagamaan yang diproduksi melalui kanal *YouTube* tersebut juga turut menguatkan wacana Islam politik. Ini karena dalam banyak ceramahnya, Das'ad Latif sebagai objek dalam penelitian ini kerap menghadirkan wacana-wacana politik sebagai tema dalam ceramahnya. Selain itu, karakter media sosial khususnya *YouTube* yang sangat impersonal didukung oleh algoritmanya berpotensi memudahkan pengaruh pemilik otoritas bisa sangat kuat pada jamaahnya. Sehingga bukan hal yang mengherankan apabila ini kemudian mempengaruhi ketertarikan masyarakat atau jamaahnya dalam hal preferensi politik mereka.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, kurang tepat apabila kajian yang penulis tuangkan dalam tesis ini dikatakan sempurna secara keseluruhan karena penulis sendiri merasa masih banyak yang perlu dilengkapi untuk menyempurnakan sekaligus mengembangkan penelitian ini lebih lanjut khususnya dalam kajian digital religion secara spesifik dalam diskursus otoritas keagamaan di media sosial. Penulis, melalui penelitian ini berharap bisa memberikan satu wacana untuk peneliti selanjutnya dalam melahirkan kajian-kajian baru yang lebih fresh dan komperhensif yang berkaitan dengan tema yang penulis tuangkan ini. Sebagaiman penelitian ini yang dilihat dari sudut pandang produksi konten

sebagai tumpuan utama pelebagaan otoritas keagamaan, peneliti selanjutnya diharapkan bisa melahirkan penelitian baru yang lebih variatif melalui pengembangan penelitian-penelitian yang sudah ada.



Daftar Pustaka

- Aguilar, Gabrielle K, Heidi A Campbell, Mariah Stanley, Ellen Taylor, Gabrielle K Aguilar, Heidi A Campbell, Mariah Stanley, and Ellen Taylor. "Communicating Mixed Messages About Religion Through Internet Memes." *Information, Communication & Society* 0, no. 0 (2016): 1–23. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1229004>.
- Annisa, Firly. "Hijrah Milenial: Antara Kesalehan Dan Populism." *Maarif* 13, no. 1 (2018): 38–54. <https://doi.org/10.47651/mrf.v13i1.11>.
- Apriadi, Tamburaka. *Literasi Media Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2013.
- Arifin, Ferdi. "Mubalig Youtube Dan Komodifikasi Konten Dakwah." *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* Vol. 4 (2019): 91–119. <https://doi.org/https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1718>.
- . "Mubalig YouTube Dan Komodifikasi Konten Dakwah." *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 4, no. 1 (2019): 91–120. <https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1718>.
- Arsyad, Rahmad M. *Bunga Rampai Revolusi Ilmu Komunikasi*. Sulawesi Selatan: Wahana Visual Indonesia, 2020.
- Azra, Azyumardi. *Konteks Berteologi Di Indonesia: Pengalaman Islam*. Edited by Thaha Idris. Jakarta: Paramadina, 1999.
- . *The Origins of Islamic Reformism in Southeast Asia : Networks of Malay-Indonesian and Middle Eastern Ulama in the Seventeenth and Eighteenth Centuries*. Honolulu: University of Hawaii Press., 2004.
- Basrowi, Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2008.
- Bayat, Asef. *Making Islam Democratic: Social Movements and The Post-Islamis Turn*. California: Stanford University Press, 2017.
- Bayu, Dimas. "Persentase Penduduk Yang Menonton TV Dan Mendengarkan Radio Dalam Seminggu Terakhir." dataindonesia.id, 2022. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/makin-sedikit-orang-indonesia-nikmati-tv-dan-radio-pada-2021>.
- Bunt, Gary R. *Hashtag Islam: How Cyber-Islamic Environments Are Transforming Religious Authority*. The University of North Carolina Press, 2018.
- . *Islam in the Digital Age: E-Jihad, Online Fatwas and Cyber Environments*. London: Pluto Press, 2003. <https://doi.org/10.4000/assr.3479>.
- Burhanudin, Jajat, and Ahmad Baedhowi. *Transformasi Otoritas Keagamaan: Pengalaman Islam Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama bekerja

- sama dengan PPIM, UIN Jakarta dan Basic Education Project, Depag, 2003.
- Campbell, Heidi. "Who's Got the Power? Religious Authority and the Internet." *Journal of Computer-Mediated Communication* 12, no. 3 (2007): 1043–62. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00362.x>.
- Cocker, Hayley L., and James Cronin. "Charismatic Authority and the YouTuber: Unpacking the New Cults of Personality." *Marketing Theory* Vol. 17, no. 4 (2017): 455–72. <https://doi.org/10.1177/1470593117692022>.
- Cowan, Douglas E. *Religion on the Internet: Research Prospects and Promises*. New York: JIA, 2020.
- Dahono, Yudo. "Data: Ini Media Sosial Paling Populer Di Indonesia 2020-2021." *Beritasatu.com*, 2021. <https://www.beritasatu.com/news/733355/data-ini-media-sosial-paling-populer-di-indonesia-20202021>.
- Dewi, Intan Rahkmayati. "Data Terbaru! Berapa Pengguna Internet Indonesia Tahun 2022?" *CNBC*, 2022. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220609153306-37-345740/data-terbaru-berapa-pengguna-internet-indonesia-2022>.
- Dwijaya, Gilang Muhammad, Amanda Dinda, and S E Zuliestiana. "Analisis Positioning Youtuber Indonesia Berdasarkan Persepsi Penonton Youtube Dengan Menggunakan Metode Perceptual Mapping (Studi Pada Kategori Entertainment Dengan Konten Berbasis Vlog)." *E-Proceeding of Management* 4, no. 3 (2017): 2267–71.
- Echchaibi, Nabil. "From Audio Tapes to Video Blogs: The Delocalisation of Authority in Islam." *Nations and Nationalism* Vol. 17, no. 1 (2011): 25–44. <https://doi.org/10.1111/j.1469-8129.2010.00468.x>.
- Eickelman, Dale F., and James Piscatori. *Muslim Politics*. Princeton: Princeton University Press, 1996.
- Eko Saputra dan Fadhli F. "New Media, Shifting And Contestation Of Religious Authority In Aceh: From Ulama Lokal to Ustadz's." *Jurnal Lektur Keagamaan* Vol. 18 (2020): 429–62.
- Eriyanto, Dedy N. Hidayat, and Nurul Huda S.A. *Analisis Wacana : Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS, 2001.
- Fairclough, Norman. *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. New York: Longman, 1995.
- . *Language and Power*. London, United Kingdom: Longman, 1992.
- Fakhruroji, Moch. "Muslims Learning Islam on the Internet." *Handbook of Contemporary Islam and Muslim Lives*, 2019, 1–17. https://doi.org/10.1007/978-3-319-73653-2_70-1.
- Fealy, Greg. "Mengonsumsi Islam: Agama Yang Dijadikan Jualan Dan Kesalehan

Yang Diidam-Idamkan.” In *Ustaz Seleb, Bisnis Moral & Fatwa Online: Ragam Ekspresi Islam Kontemporer Indonesia*, edited by Greg Fealy and Sally White. Depok: Komunitas Bambu, 2012.

Fidler, Roger. *Mediamorfosis*. Yogyakarta: Bentang, 2003.

Gaborieau, Marc. “Redefining Religious Authority in South Asian Muslims.” In *Varieties of Religious Authority: Changes and Challenges in 20th Century Indonesian Islam*, edited by Azyumardi Azra, Van Kees Djik, and J. G. Nico Kaptein, 3. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies, 2010.

Greg Fealy dan Sally White. *Expressing Islam: Religious and Politics in Indonesia*. Pasir Panjang: Institute of Southeast Asian Studies, 2008.

Hancock, Beverley, Elizabeth Ockleford, and Kate Windridge. *An Introduction to Qualitative Research*. Yorkshire, United Kingdom: The National Institute Health Research for Yorkshire and the Humber, 2009.

Hardy, Melissa, Vegard Skirbekk, and Marcin Stonawski. “The Religiously Unaffiliated in Germany, 1949–2013: Contrasting Patterns of Social Change in East and West.” *Sociological Quarterly* 61, no. 2 (2020): 254–86. <https://doi.org/10.1080/00380253.2019.1593064>.

Haryadi, Didid. “Otoritas Keagamaan Baru: Habituasi Dan Arena Dakwah Era Digital.” *Islamic Insights Journal* 2, no. 2 (2020): 69–82. <https://doi.org/10.21776/ub.iiij.2020.002.02.01>.

Hasan, Noorhaidi. “Pendahuluan.” In *Ulama Dan Negara Bangsa*, edited by Noorhaidi Hasan. Yogyakarta: Pusat Pengkajian Islam, Demokrasi, dan Perdamaian (PusPIDeP), 2019.

Hjarvard, Stig. “The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change.” *Northern Lights: Film and Media Studies Yearbook* Vol. 6, no. 1 (2008): 9–26. https://doi.org/10.1386/nl.6.1.9_1.

Hoesterey, James B. “Pemasaran Moralitas: Naik, Jatuh, Dan Pembentukan Ulang Cap-Merek Aa Gym.” In *Ustaz Seleb, Bisnis Moral & Fatwa Online: Ragam Ekspresi Islam Kontemporer Indonesia*, edited by Greg Fealy and Sally White. Depok: Komunitas Bambu, 2012.

Hoover, Stewart M., and Lynn Schofield Clark. *Practicing Religion in The Age of The Media: Explorations in Media, Religion and Culture*. New York: Colombia University Press, 2021.

Hoover, Stewart M. *Religion in the Media Age*. London: Routledge, 2006.

Hosen, Nardisyah. “Fatwa Online Di Indonesia: Dari Shopping Fatwa Hingga Meng-Google Kiai.” In *Ustaz Seleb, Bisnis Moral & Fatwa Online: Ragam Ekspresi Islam Kontemporer Indonesia*, edited by Greg Fealy dan Sally White, 166. Depok: Komunitas Bambu, 2012.

Huntington, Samuel P. *Political Order in Changing Societies*. New Haven: Yale

University Press, 1968.

- Ikhwan, Munirul. "Produksi Wacana Islam(Is) Di Indonesia: Revitalisasi Islam Publik Dan Politik Muslim." In *Literasi Keislaman Generasi Milenial: Transmisi, Apriorisasi, Dan Kontestas*, edited by Noorhaidi Hasan, 70. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Press, 2018.
- Irwan Abdullah. "Di Bawah Bayang-Bayang Media; Kodivikasi, Konvergensi Dan Kooptasi Agama Di Era Internet." *Sabda: Jurnal Kebudayaan* Vol. 12, no. 1 (2017): 116–21. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Jinan, Mutohharun. "Intervensi New Media Dan Impersonalisasi Otoritas Keagamaan Di Indonesia." *Jurnal Komunikasi Islam* 3, no. 2 (2013): 322–48.
- . "New Media Dan Pergeseran Otoritas Keagamaan Islam Di Indonesia." *Jurnal Lektur Keagamaan* 10, no. 1 (2012): 181–208. <https://jurnallekturkeagamaan.kemenag.go.id/index.php/lektur/article/view/178>.
- Julia Day Howel. "Variasi-Variasi Kesalehan Aktif: Profesor Dan Pendakwah Televisi Sebagai Penganjur Sufisme Indonesia." In *Ustaz Seleb, Bisnis Moral & Fatwa Online: Ragam Ekspresi Islam Kontemporer Indonesia*, edited by Greg Fealy and Sally White, 41–42. Depok: Komunitas Bambu, 2012.
- "Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI Daring)." Accessed September 4, 2022. <https://kbbi.web.id/>.
- Khamis, Susie, Lawrence Ang, and Raymond Welling. "Self-Branding, 'Micro-Celebrity' and the Rise of Social Media Influencers." *Celebrity Studies* 8, no. 2 (2017): 191–208. <https://doi.org/10.1080/19392397.2016.1218292>.
- Kiptiyah, Siti Mariatul. "Kyai Selebriti Dan Media Baru the Celebrity'S Kyai and New Media." *Jurnal Masyarakat & Budaya* Vol. 19, no. 3 (2017): 339–52.
- Krämer, Gudrun, and Sabine Schmidtke. *Speaking for Islam: Religious Authorities in Muslim Societies. Social, Economic and Political Studies of the Middle East and Asia*. Vol. 100. Leiden: Brill, 2006.
- Leiws, Reina. *Modest Fashion: Styling Bodies, Mediating Fait*. London: I.B Tauris, 2013.
- Lyansari, Kirana Nur. "Kultur Selebriti, Komodifikasi Dan Kesalehan Narasi Hijrah Peggy Melati Sukma." Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2020.
- Mark Poster. *Cyber Democracy: The Internet and The Public Sphere*. London: Routledge, 2013. <https://doi.org/10.4324/9781315078663>.
- Meuleman, Johan. "Dakwah, Competition for Authority, and Development." *Bijdragen Tot de Taal-, Land- En Volkenkunde* 167, no. 2–3 (2011): 236–69. <https://doi.org/10.1163/22134379-90003591>.

- Minan, Ihdal. "Relasi Media Massa Dan Dakwah Kontemporer." *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 1, no. 2 (2016): 197–214. <https://doi.org/10.22515/balagh.v1i2.349>.
- Moll, Yasin. "Storytelling, Sincerity, and Islamic Televangelism in Egypt." In *Global and Local Televangelism*, edited by Pradip N. Thomas and Philip Lee. London: Palgrave Macmillan, 2012.
- MS, Basri. *Metodolgi Penelitian Sejarah*. Jakarta: Restu Agung, 2006.
- Mucke, Dorothea Von. "Authority, Authorship, and Audience: Enlightenment Models for a Critical Public." *Representations* 3, no. 1 (2010): 60–87. <https://doi.org/10.1525/rep.2010.111.1.60.understood>.
- Muleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya, 2011.
- Munfarida, Elya. "Analisis Wacana Kritis Dalam Perspektif Norman Fairclough" 8, no. 1 (1978): 1–19.
- Muzakki, Akh. "Islamic Televangelism in Changing Indonesia: Transmission, Authority, and the Politics of Ideas." In *Global and Local Televangelism*, edited by Pradip N. Thomas and Philip Lee. London: Palgrave Macmillan, 2012.
- Najib Kailani dan Sunarwoto. "Televangelisme Islam Dalam Lanskap Otoritas Keagamaan Baru." In *Ulama Dan Negara Bangsa: Membaca Masa Depan Islam Politik Di Indonesia*, edited by Noorhaidi Hasan, 179–200. Yogyakarta: Pusat Pengajian Islam, Demokrasi dan Perdamaian, 2019.
- Nardisyah Hosen. "Online Fatwa in Indonesia: From Fatwa Shopping to Goggling Kyai." In *Expressing Islam: Religious Life and Politics In Indonesia*, edited by Greg Fealy dan Sally White, 159–72. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies, 2008.
- Nisa Nur Aulia. "Islam Dan Mediatisasi Agama." *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol. 1 (2017): 123–36. <http://journal.uinsgd.ac.id/index.php/cjik>.
- O'Donohoe, Stephanie. *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Singapore: Sage Publication, 2010. <https://doi.org/10.2501/S026504871020118X>.
- Pamungkas, Arie Setyaningrum. "Mediatisasi Dakwah, Moralitas Publik Dan Komodifikasi Islam Di Era Neoliberalisme." *Maarif: Arus Pemikiran Islam Dan Sosial* Vol. 13, no. 1 (2018): 55–75. <https://doi.org/10.47651/mrf.v13i1.12>.
- Poster, Mark. "Cyber Democracy: The Internet and the Public Sphere." In *Reading Digital Culture*, edited by David Trend. Ingggris: Blackwell Publisher, 2001.
- Rakhmani, Inaya. *Pengarusutamaan Islam Indonesia: Televisi, Identitas Dan Kelas Menengah*. Bandung: Mizan Publishing, 2021.

- Ritzer, George, and Jeffrey Stepnisky. *Teori Sosiologi*. Kesepuluh. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019.
- Rohman, Nur. "Memilih Ustaz Di Media Sosial Pada Masa Pandemi." In *Wacana Keagamaan Di Indonesia Pasca Reformasi*, edited by Agus Wedi, Abraham Zakky Zulhasmi, and M Zainal Anwar. Jawa: IAIN Surakarta Press, 2020. [http://eprints.iain-surakarta.ac.id/826/1/Wacana Keagamaan-Final.pdf](http://eprints.iain-surakarta.ac.id/826/1/Wacana%20Keagamaan-Final.pdf).
- Shofan, Mohammad. "Politisasi Agama Di Ruang Publik: Ideologis Atau Politis?" *Maarif: Arus Pemikiran Islam Dan Sosial*, 2018, 3–6.
- Stark, Rodney. "Secularization, R.I.P." *Sociology of Religion* Vol. 60, no. 3 (1999).
- Suhadi, and Miftahun Ni'mah Suseno. "Ulama Dan Negara-Bangsa Dalam Survei." In *Ulama Dan Negara Bangsa: Membaca Masa Depan Islam Politik Di Indonesia*, edited by Hasan. Noorhaidi, 18–19. Yogyakarta: Pusat Pengkajian Islam, Demokrasi, dan Perdamaian (PusPIDeP), 2019.
- Syahputra, Iswandi. "Agama Di Era Media: Kode Religius Dalam Industri Televisi Indonesia." *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 17, no. 1 (2016): 125. <https://doi.org/10.14421/esensia.v17i1.1283>.
- Turner, Bryan S. "Religious Authority and the New Media." *Theory, Culture & Society* Vol. 24, no. 2 (2007): 117–34. <https://doi.org/10.1177/0263276407075001>.
- Watson, C. W. "A Popular Indonesian Preacher: The Significance of Aa Gymnastiar." *Journal of the Royal Anthropological Institute* 11, no. 4 (2005): 773–92. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9655.2005.00261.x>.
- Weber, Max. *Theory of Social and Economic Organization*. Edited by Talcott Parsons. Translated by A.M. Henderson and Talcott Parsons. New York: Oxford University Press, 1947.
- Widi, Shilvina. "Pengguna YouTube Di Dunia Capai 2,41 Miliar Pada Kuartal II/2022." dataindonesia.id, 2022. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-youtube-di-dunia-capai-241-miliar-pada-kuartal-ii2022>.
- Zulyadi, Teuku. "Komunikasi Pembangunan Masyarakat; Sebuah Model Audit Sosial Multistakeholder." *Media Kajian Komunikasi Islam* Vol. 1, no. 1 (2018): 1–15. <http://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/peurawi>.