

TESIS
MANUSIA DI BALIK CHANNEL:
KONSTRUKSI MODERASI AGAMA PADA KONTEN YOUTUBE
GUS MUWAFIQ CHANNEL



Oleh :
Moh. Iqbal Ramadhan
NIM: 19205022058

Diajukan Kepada Program Studi Magister (S2) Studi Agama-Agama
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Magister Agama

Yogyakarta
2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Moh Iqbal Ramadhan, S.Sos.
NIM : 19205022058
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Studi Agama-Agama
Konsentrasi : Sosiologi Agama

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

26 Agustus 2022 Yogyakarta

Saya yang menyatakan,



Moh Iqbal Ramadhan

NIM: 19205022058

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Moh Iqbal Ramadhan, S.Sos.
NIM : 19205022058
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Studi Agama-Agama
Konsentrasi : Sosiologi Agama

Menyatakan bahwa naskah **tesis** ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah **tesis** ini, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 26 Agustus 2022

Saya yang menyatakan,



Moh Iqbal Ramdhan

NIM: 19205022058



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512156 Fax. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1658/Un.02/DU/PP.00.9/09/2022

Tugas Akhir dengan judul : MANUSIA DI BALIK CHANNEL : KONTRUKSI MODERASI AGAMA PADA KONTEN YOUTUBE GUS MUWAFIQ CHANNEL

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MOH IQBAL RAMADHAN, S. Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 19205022058
Telah diujikan pada : Selasa, 13 September 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Munawar Ahmad, S.S. M.Si.
SIGNED

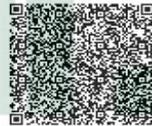
Valid ID: 632a883cc6ee7



Penguji I

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

Valid ID: 6329bd125fc07



Penguji II

Dr. Rr. Siti Kurnia Widiastuti, S.Ag M.Pd.
M.A.
SIGNED

Valid ID: 632927c12316d



Yogyakarta, 13 September 2022

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A.
SIGNED

Valid ID: 632be47b0b51d

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

**Manusia di Balik Channel: Konstruksi Moderasi Agama Pada Konten
YouTube Gus Muwafiq Channel**

yang ditulis oleh :

Nama : Moh Iqbal Ramadhan, S.Sos.
NIM : 19205022058
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Studi Agama-Agama
Konsentrasi : Studi Agama dan Resolusi Konflik

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister (S2) Studi Agama-Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Agama.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 26 Agustus 2022
Pembimbing,


Dr. Munawar Ahmad, SS, M.Si.
NIP. 19691017-200212-1-001

Halaman Motto

Berfikir luas dan terbuka adalah bentuk upaya dalam menciptakan keharmonisan



ABSTRAK

Hadirnya media baru sebagai ruang baru dalam proses penyampaian pesan dan nilai agama, menyebabkan banyak masyarakat memanfaatkan media baru seperti YouTube sebagai ruang-ruang ekspresi mereka. Bentuknya tidak hanya menjadi sebagai ruang dalam proses mendapatkan pengetahuan dengan tinggal hanya mengetik dan mengklik apa yang mereka inginkan, yang berhubungan dengan Islam, melainkan juga terlibat dalam memproduksi sebagai bentuk penawaran konten untuk mereka yang menginginkannya. Bentuk konten Islam yang diproduksi juga tidak hanya sebatas Islam yang terkesan eksklusif, melainkan banyak konten-konten Islam yang dicitrakan memiliki moderasi beragama dalam penayangannya, salah satunya adalah Gus Muwafiq Channel yang terlibat dalam proses produksi konten sebagai tayangan alternatif. Peran penting pelaku admin dalam proses menayangkan konten, tidak jauh berbeda dari apa yang dipersepsikan admin. Latar belakang admin, terkait yang mereka persepsikan, cara kerja mereka dalam menayangkan konten, menjadi satu hal penting untuk dilihat.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara langsung terhadap pelaku konten kreator dari tim YouTube Gus Muwafiq Channel. Selain itu, juga melihat dari konten-konten YouTube-nya untuk memperoleh data tentang ceramah-ceramah agama yang disampaikan Gus Muwafiq. Selain itu juga dari buku, hasil penelitian ilmiah yang membahas tentang peran konten kreator dan pemanfaat media baru sebagai ruang baru dalam proses penyampaian pesan agama. Pendekatan yang digunakan dengan pendekatan sosiologis adalah menggunakan teori konstruksi pengetahuan Peter L Berger sebagai pisau analisis dalam menjelaskan pengetahuan admin dalam menayangkan Gus Muwafiq sebagai objek konten yang mereka produksi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk kegagalan objektivikasi moderasi agama yang diciptakan oleh admin Gus Muwafiq Channel terjadi dikarenakan tiga sebab. Sebab pertama adalah kuatnya kuasa pemaknaan admin terhadap performatif yang objektif. Kedua, disebabkan oleh pemaksaan proses tampilan konten YouTube yang dominan dengan kuatnya basis kelompok sebagai sumber realitas subjektif mereka, yang kemudian menjadi bentuk dominasi. Ketiga disebabkan oleh kegagalan komunikasi moderasi yang dibangun hanya bersifat kompetitas identitas, sehingga secara umum, bentuk moderasi beragama yang diciptakan oleh Gus Muwafiq Channel melalui tayangan-tayangan ceramah Gus Muwafiq pada akhirnya nyatanya juga terjebak pada bentuk *self objectivication*.

Kata kunci: Admin Gus Muwafiq Channel, Konstruksi Pengetahuan, Moderasi Beragama

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya kepada kita semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis dengan judul **“Manusia Di Balik Channel: Konstruksi Moderasi Agama Pada Konten YouTube Gus Muwafiq Channel”** dengan baik dan lancar. Solawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai sosok suri tauladan yang baik bagi seluruh umat manusia.

Dengan rasa hormat dan segenap kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak yang telah memberikan bantuan moral maupun material, tenaga dan pikiran sehingga tesis ini berjalan dengan lancar. Oleh karenanya, tidak lupa penulis menghaturkan rasa takdzim dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Phil Al Makin, M. A selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Inayah Rohmaniyah, M. Hum, M. A selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sekaligus Dosen Penasihat Akademik yang telah memberikan arahan dan nasihat kepada penulis.
3. Bapak Dr. Ustadhi Hamzah, S.Ag., M.Ag., selaku Ketua Prodi Magister Studi Agama-Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah banyak memberikan arahan kepada penulis dalam proses penyelesaian tugas akhir.
4. Bapak Dr. Munawar Ahmad, S.s. M.Si., selaku Dosen Pembimbing Tesis yang sudah berkenan membimbing penulis, memberi arahan, serta teknis penyusunan tesis yang baik dengan sabar dan ikhlas yang sudah banyak direpotkan. Terima kasih banyak.

5. Kedua orang tua Bapak Nurhadi Idris dan Ibu Aisyah serta adik-adik yang selalu memberi semangat dan mendoakan penulis dan tiada hentinya menanamkan jiwa optimis, serta selalu menjadi motivasi bagi penulis, sehingga tesis ini dapat selesai dengan maksimal.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah banyak memberikan wawasan, motivasi pencerahan kepada penulis selama masa perkuliahan. yang memberikan berbagai wacana ilmu pengetahuan semoga menjadi amal jariyah dan dibalas oleh Allah swt.
7. Seluruh teman-teman Magister Studi Agama-Agama Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang sudah berkontribusi dalam diskusi untuk menginspirasi dalam tulisan ini. Semoga ikatan persaudaraan kita terus terjalin dalam keadaan apapun.
8. Kepada Alya sebagai editor yang selalu *support* dan bantu penulis.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua yang sudah memberikan dukungan, bantuan dan bimbingan. Semoga dengan seluruh ketulusan dan keikhlasan semua pihak dicatat sebagai amal kebaikan di sisi Tuhan. Semoga hasil dari penelitian ini dapat dikembangkan oleh penulis selanjutnya untuk perkembangan ilmu Studi Agama-Agama.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 26 Agustus 2022

Moh Iqbal Ramadhan, S.Sos.

NIM. 19205022058

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iv
NOTA DINAS.....	vi
Halaman Motto.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUN.....	1
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	14
D. Kajian Pustaka.....	15
E. Kerangka Teori.....	23
F. Metode Penelitian.....	33
G. Sistematika pembahasan	41
BAB II	44
A. Awal Mula Terbentuknya Admin Gus Muwafiq Channel.....	44
B. Kontestasi Kegaduhan Klaim Islam di Media Sosial.....	51
C. Konsep dan Batasan Moderasi Beragama.....	57
BAB III.....	62
A. Konten Gus Muwafiq Channel.....	62
B. Representasi Moderasi Agama Pada Gus Muwafiq Channel.....	69
C. Gus Muwafiq Channel di Tengah Kontestasi Pemikiran Islam Kontemporer di YouTube	76

BAB IV	86
A. Negosiasi Antara Realitas Subjektif dan Objektif Pada Admin Gus Muwafiq Channel.	86
B. Tinjauan Ulang Terhadap Moderasi Agama Pada Gus Muwafiq Channel	94
BAB V	104
PENUTUP	104
A. Kesimpulan	104
B. Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	110
CURIKULUM VITAE	116



DAFTAR BAGAN

Tabel 1	Struktur Kepengurusan Gus Muwafiq Channel
Tabel 2	Bagan Judul Tayangan Pada <i>Channel</i> YouTube



DAFTAR GAMBAR

Gambar I	Gus Muwafiq terhadap ceramah Neno
Gambar II	Tema ceramah Gus Muwafiq
Gambar III	Tema ceramah Gus Muwafiq
Gambar IV	Tema yang dibahas di <i>channel</i> lain
Gambar V	Tema yang dibahas di <i>channel</i> lain
Gambar VI	Kontestasi ceramah Gus Muwafiq dengan <i>channel</i> lain
Gambar VII	Kontestasi ceramah Gus Muwafiq dengan <i>channel</i> lain
Gambar VIII	Kontestasi ceramah Gus Muwafiq dengan <i>channel</i> lain
Gambar IX	Respons Gus Muwafiq Channel
Gambar X	Kutipan ceramah Gus Muwafiq
Gambar XI	Kutipan ceramah Gus Muwafiq

BAB I

PENDAHULUN

A. Latar belakang

Di tengah perkembangan zaman yang menuntut banyak kemudahan, pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadi satu hal yang memberikan banyak dampak kemudahan dalam kehidupan. Perkembangan teknologi yang awalnya hanya sebatas perkembangan komputerisasi yang digunakan untuk menulis, menggambar, menyimpan berkas dan lain sebagainya, saat ini dengan bantuan jaringan internet, komputer berkembang menjadi media komunikasi. Kehadiran media baru sebagai pusat informasi dan komunikasi seperti YouTube, Instagram, WhatsApp, sangat mempengaruhi bagaimana bentuk komunikasi dalam kehidupan masyarakat modern. Menurut Purnomo, bahwa hadirnya teknologi informasi dan komunikasi merubah banyak sektor dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari cara seseorang belajar, mencari kerja, hingga dapat banyak menyelesaikan permasalahannya juga melalui teknologi informasi dan internet.¹

Pesatnya perkembangan sosial media dan internet saat ini, banyak memberikan kemudahan terhadap penggunanya untuk mengakses apa pun yang mereka inginkan, tanpa ada batas ruang dan waktu sebagai penghalang.² Selain

¹. Daryanto Setiawan, "Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya," *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study (E-Journal)* 4, no. 1 (2018): 62–72.

². Nisa Khairuni, "Dampak Positif dan Negatif Sosial Media Terhadap Pendidikan Akhlak Anak (Studi Kasus Di Smp Negeri 2 Kelas Viii Banda Aceh)," *JURNAL EDUKASI: Jurnal Bimbingan Konseling* 2, no. 1 (2016): 91–106.

itu, dengan adanya media digital yang difasilitasi dengan jaringan internet, akses-akses terhadap dunia informasi dan hiburan tidak hanya terbatas pada daerah-daerah tertentu, melainkan cakupannya sudah dari berbagai penjuru dunia, hal tersebut dapat dicari dengan sangat mudah melalui hadirnya teknologi. Tanpa disadari, kebiasaan masyarakat modern tersebut telah menggeser tradisi dan budaya pada masyarakat saat ini, misalnya, dalam mendapatkan informasi yang sebelumnya berasal dari koran, akan tetapi saat ini, cukup hanya dengan membaca koran digital ataupun media sosial yang tersambung dengan jaringan internet sudah mendapatkan tentang apa yang mereka inginkan. Kebiasaan baru tersebut merupakan kebiasaan yang sulit untuk dihindari lagi, karena pada saat ini setiap masyarakat selalu mengandalkan media digital atau internet sebagai pusat komunikasi dan informasi.

Fenomena baru yang terjadi pada masyarakat modern saat ini, salah satunya ditandai dengan menjadikan media sosial sebagai kebutuhan bagi mereka untuk mencari informasi penting, atau hanya sekedar mencari hiburan semata. Begitupun dengan tingkatan usia penggunaannya, para pengguna media sosial saat ini, tidak hanya terbatas pada kalangan tertentu, melainkan sudah lintas kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang tua. Hadirnya media digital salah satunya memberikan banyak perubahan, salah satunya tentang bagaimana media sosial dapat membentuk pola pembelajaran yang sangat mudah dan dapat dipahami. Para pelajar saat ini, cenderung mencari informasi atau materi tentang yang berhubungan dengan mereka, misalnya tentang yang berkaitan dengan

agama dan banyak lainnya dengan melalui internet, daripada membaca buku ataupun bertanya pada orang yang lebih mengetahui sebagai referensinya, sehingga akibat dari fenomena tersebut dapat mengakibatkan timbulnya banyak pemahaman baru terhadap agama pada masyarakat modern disebabkan banyaknya opsi yang mereka akses di media.³

Menurut Efa Rubawati dalam penelitiannya, masyarakat modern saat ini telah menjadikan media sebagai agama baru mereka, bisa jadi agama mereka tetap Islam, akan tetapi tingkah laku sehari-hari banyak dipengaruhi oleh media sebagai sumbernya, misalnya mencari informasi agama melalui media, mendengarkan ceramah agama melalui media, begitupun jika ada masalah dalam hidup, curhatnya ke sosial media. Pada sisi lain, hadirnya media baru juga dipahami sebagai salah satu ruang dalam proses penyampaian pesan agama, menjadi hal baru yang lebih kompleks tentang bagaimana agama dipahami. Di satu sisi memberikan kemudahan akses dan sisi lain, lahirnya media juga sangat berpengaruh besar terhadap perubahan paradigma baru dalam agama yang disebabkan oleh adanya internet dengan karakteristik interaktivitas dan konektivitasnya.⁴

Selain itu, hadirnya internet rupanya juga berdampak terhadap berubahnya posisi pendakwah yang awalnya dianggap sebagai orang yang memiliki otoritas agama melalui pesan-pesan yang disampaikan, kemudian menjadi tidak begitu

³. Dwi Wahyuni, "Agama Sebagai Media dan Media Sebagai Agama," *Jurnal Ilmu Agama: Mengkaji Doktrin, Pemikiran, Dan Fenomena Agama* 18, no. 2 (2017).

⁴. Efa Rubawati, "Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah," *Jurnal Studi Komunikasi* 2, no. 1 (2018).

dominan ketika sudah berhubungan dengan media. Selain itu, hadirnya media baru turut memfasilitasi seseorang yang mungkin kurang mumpuni dalam otoritas keagamaan, kemudian mengambil alih posisi dan juga turut memiliki pengaruh terhadap agama di ruang publik.⁵ Terlepas dari kekurangan itu, kehadiran mereka juga turut memberikan alternatif-alternatif lain tentang bagaimana wajah agama ditampilkan dan dipahami, dari pada sebelum-sebelumnya.

Di era digital saat ini, agama yang nyata (*real religion*) bahkan tergeser atau digantikan dengan apa yang biasa disebut dengan agama dunia maya (*cyber religion*), dari pergeseran tersebut juga berdampak pada perubahan masyarakat, seperti fenomena majlis ilmu. Fenomena pergeseran majlis ilmu yang biasanya dihadiri secara *offline* atau pertemuan yang dilakukan secara langsung, saat ini bergeser menjadi pertemuan-pertemuan yang dilakukan secara maya atau dikenal sebagai pertemuan *online*.

Hal tersebut tidak hanya memberikan kemudahan pada jamaahnya saja, melainkan juga pada penceramah yang mengisi majlis ilmu tersebut. Apa yang terjadi saat ini, kaitannya dengan penceramah di media sosial, bahwa seorang pendakwah juga turut memanfaatkan sosial media untuk menyampaikan dakwah mereka dengan maksud memberikan kemudahan-kemudahan pada jamaahnya, misalnya memberikan ceramah atau dakwah agama melalui YouTube. Dengan

⁵. Moh Muhtador, "Studi Kritis Atas Transmisi dan Otoritas Keagamaan di Media Sosial," *Fikrah* 6, no. 2 (2018): 323–40.

adanya konten-konten dakwah tersebut, saat ini banyak masyarakat modern yang mengakses tentang pengetahuan keagamaan melalui YouTube.⁶

Ketika wajah agama ditampilkan secara *online* di tengah kompleksitas pemahaman penganutnya, rupanya memiliki sederet kajian baru. Mulai dari perebutan otoritas hingga terhadap siapa dan bagaimana agama harusnya ditampilkan. Dalam Islam misalnya, seperti terdapat anggapan yang mengatakan bahwa yang hanya memiliki otoritas tunggal dalam agama hanyalah Allah semata seperti yang termaktub dalam Al-Quran, jika menyesuaikan dengan definisi yang demikian, maka yang dianggap berhak memiliki otoritas selain Allah dalam menyampaikan pesan agama, adalah mereka yang memiliki kemampuan dan dapat mengarahkan sesuai dengan pesan Al-Quran, misalnya ulama atau ustaz yang dapat memberikan interpretasi dari kitab suci kaitannya sebagai rujukan umat untuk dapat memecahkan persoalan yang mereka hadapi.⁷

Definisi yang hanya mengatakan bahwa ulama atau ustaz saja yang dapat dijadikan sebagai otoritas agama, pada saat ini memiliki lingkup yang kurang memadai di tengah adanya media baru sebagai salah satu wadah dalam penyampaian pesan agama. Menjadi persoalan ketika otoritas keagamaan hanya disandingkan kepada beberapa sosok kiai atau ulama tertentu yang berhak berbicara agama. Menurut penelitian Norshahril, di tengah maraknya penggunaan media baru sebagai ruang penyampai pesan agama, otoritatif agama

⁶. Habibi Malik, "YouTube Sebagai Guru Agama di Era Cyber Religion," *AdZikra: Jurnal Komunikasi & Penyiaran Islam* 12, no. 1 (2021): 12–26.

⁷. Mutohharun Jinan, "New Media dan Pergeseran Otoritas Keagamaan Islam di Indonesia," *Jurnal Lektur Keagamaan* 10, no. 1 (2012): 181–208.

yang awalnya hanya disandingkan kepada ulama dan ustaz saja, pada saat ini menjadi kabur, karena berkat kemajuan teknologi informasi dan komunikasi suara kelompok-kelompok yang dahulu sempat terpinggirkan, saat ini sudah mengalami kemudahan dalam penyampaian gagasan tentang agama yang mereka pahami di media baru.⁸ Sehingga keikutsertaan mereka dalam menampilkan wajah agama menjadi beberapa alternatif bagaimana wajah agama ditampilkan di media baru.

Melihat sejarah dalam lingkup ke-Indonesia-an, pada awalnya wajah tafsir agama didominasi oleh kelompok arus utama seperti Nahdlatul Ulama, Muhammadiyah, Persatuan Tarbiyah Islamiyah, dan Persis. Pada masa selanjutnya di era reformasi yang membuka keran kebebasan yang lumayan besar, memberikan porsi untuk organisasi non-arus utama seperti pemahaman Salafi-Wahabi dan organisasi-organisasi transnasional juga turut memberikan corak baru tentang bagaimana tafsir Islam diinterpretasikan.⁹

Lebih jauh lagi, dalam konteks terbaru, hadirnya kelompok-kelompok baru seperti kelompok hijrah, Islam populis, dan Islam politik turut hadir dengan memanfaatkan media baru dalam membingkai agama yang ditampilkan dengan bingkai yang lebih *instagramable* dan *YouTubeable* yang kemudian banyak

⁸. Anggi Afriansyah, "Konstruksi, Kontestasi, Fragmentasi, dan Pluralisasi Otoritas Keagamaan Indonesia Kontemporer," *Studia Islamika* 28, no. 1 (2021): 227–44.

⁹. As'ad Said Ali, "Ideologi Gerakan Pasca-Revormasi: Gerakan-gerakan Sosial Politik dalam Tinjauan Ideologis". (Jakarta: LP3ES,2012), 45.

menarik masyarakat lebih luas.¹⁰ Hal ini kemudian menjadi menarik tentang bagaimana hubungan agama dengan media baru sebagai salah satu wadah dalam merepresentasikan tampilan nilai-nilai agama di media baru.

Corak tafsir Islam yang disampaikan dengan bermacam tampilan baru dalam memanfaatkan media sosial, pada saat yang sama juga turut membawa kepada kontestasi wacana Islam antar kelompok. Menurut peneliti Hidayatullah, hadinya kontestasi wacana keIslaman yang demikian mengakibatkan pada citra Islam yang dianggap kurang baik. Pasalnya, kehadiran kontestasi wacana keislaman kerap kali mengandung aktivitas yang kurang baik, seperti maraknya ujaran kebencian, masifnya berita bohong atau hoaks, propaganda negatif hingga aktivitas yang ditenggarai sebagai aktivitas terorisme.¹¹

Selain itu, masifnya konten atau tayangan-tayangan yang dapat menimbulkan kebencian hanya karena perbedaan pandangan, misalnya kepada pemerintahan, aparat negara, kelompok yang berbeda dan lain sebagainya yang dianggap tidak sesuai dengan ideologi mereka. Beberapa isu yang menjadi perdebatan di dalam dunia maya seperti isu khilafah vs pancasila, hukum Indonesia vs *syariah*, hubungan non-muslim, saling mengkafirkan, jihad,

¹⁰. Syafiq Hasyim, "New Contestation in Interpreting Religious Texts: Fatwa, Tafsir, and Shariah," *The New Santri: Challenges to Traditional Religious Authority in Indonesia*, 2020, 48.

¹¹. Moch Syarif Hidayatullah et al., "The Cyber Islam Contestation In Indonesia," *International Journal of Advanced Science and Technology* 29, no. 7 (2020): 34–44.

liberalisme juga tidak lupur dari isu yang terakumulasi dalam perdebatan wacana keIslaman di dunia maya.¹²

Banyaknya kelompok agama di Indonesia yang dalam proses menyebarkan ajarannya melalui teknologi yang dibingkai dengan corak yang bermacam-macam, menjadikan kehadirannya merupakan keniscayaan. Hadirnya teknologi menurut McLuhan, hadirnya media baru menjadi satu hal penting dalam kehidupan manusia. Media tidak hanya dipandang sebagai perantara penting dalam proses tersampainya pesan, lebih dari itu “hadirnya media itu sendiri” juga jauh lebih penting dalam kehidupan manusia. Hal penting itu termanifestasikan dalam bentuk bahwa media dapat membentuk dan mengontrol setiap pergaulan dan tindakan manusia, bagaimana media juga memberikan dampak terhadap segala hal yang berkaitan dengan manusia. Pada media apapun, menurut Marshall McLuhan memiliki kekuatan untuk memaksa asumsi sendiri pada mereka yang tidak waspada. Hadirnya teknologi baru sebagai salah satu era komunikasi, menjadi sesuatu yang tidak bisa disangkal adanya.¹³

Lebih spesifik lagi, di tengah kompleksitas pertarungan wacana keislaman, khususnya di media YouTube, rupanya memiliki ragam wajah yang berbeda. Dari beberapa wajah yang ditampilkan, yang menjadi isu menarik belakangan adalah tentang Islam moderat. Bagaimana pemerintah, melalui kementarian agama yang selalu mengkampanyekan Islam moderat sebagai salah

¹² Moch Syarif Hidayatullah et al., “The Cyber Islam Contestation In Indonesia,” *International Journal of Advanced Science and Technology* 29, no. 7 (2020): 34–44.

¹³ Robert K Logan, *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan* (Peter Lang, 2010), 7.

satu usaha pemerintah untuk memproteksi terhadap paham Islam yang dianggap sebagai Islam keras, atau biasa disebut sebagai Islam radikal. Dalam penelitian Puji Harianto tentang Islam radikalisme di media sosial, bahwa media YouTube menjadi salah satu panggung baru dalam menyebarkan paham radikalisme, baik berupa ceramah, film dokumenter, video amatir yang berisikan perang yang disambungkan dengan jihad merupakan konten-konten yang selalu ditampilkan. Paling tidak dalam penelitian ini menyebutkan bahwa konten YouTube yang dianggap sebagai konten radikalisme berdasarkan tiga bentuk, yakni ceramah yang menolak pada sistem negara yang sudah sah, konten yang berisikan ujaran kebencian suku, ras, agama, dan ceramah yang mengajarkan tentang puritanisme.¹⁴

Menanggapi tentang maraknya isu radikalisme di Indonesia, pemerintah sejak tahun 2019 membuat buku saku tentang moderasi beragama yang diterbitkan oleh kementerian agama yang di dalamnya memuat tentang standarisasi moderasi beragama di Indonesia. Secara umum pengertian moderasi beragama sesuai dengan yang diterbitkan oleh kementerian agama adalah cara beragama yang tetap memilih jalan tengah yang terbaik di antara tindakan ekstrem dan tidak berlebih-lebihan dalam menjalani ajaran agamanya.¹⁵ Selain buku saku, pemerintah dalam menangkal paham radikalisme agama juga melalui usaha-usaha sosialisasi dan kerjasama dengan sekolah, kampus, maupun institusi

¹⁴. Puji Harianto, "Radikalisme Islam Dalam Media Sosial (Konteks; Channel YouTube)," *Jurnal Sosiologi Agama* 12, no. 2 (2018): 297.

¹⁵ Kementerian Agama RI, *Tanya Jawab Moderasi Beragama* (Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementraian Agama RI, 2019), 1–3.

yang ada di bawah naungan pemerintah. Hal ini menjadi kerja-kerja serius pemerintah dalam memberantas paham ekstremisme di Indonesia.

Hadirnya tayangan kiai yang tradisionalis dan moderatis di media sosial saat ini merupakan tren baru di tengah banyaknya tayangan ustaz seleb atau ustaz millennial. Alih-alih membangun jarak dari media *online*, para kiai tradisional juga semakin melibatkan diri di dunia maya, terbukti dari banyaknya *channel* YouTube yang dikelola sendiri sebagai akun resmi media dakwah, salah satunya seperti tayangan Gus Muwafiq Channel. Gus Muwafiq dilihat dari judul dan tayangan di konten YouTube-nya dikenal dengan sosok kiai yang moderat dalam menyampaikan pesan-pesan agama.

Gus Muwafiq yang dikenal sebagai kiai yang dalam proses penyampaian pesan dakwahnya menggunakan basis sejarah dengan kemudian dihubungkan dengan pesan-pesan moral keagamaan menjadi keunikan tersendiri. Dalam cara ceramahnya moderasi bisa dilihat dari konten ceramah-ceramahnya yang lebih menekankan terhadap bukti kesejarahan yang kemudian dielaborasi dengan keadaan kontekstual yang terjadi. Mulai dari pentingnya menjaga tradisi, pentingnya menjaga tali persaudaraan, hingga sikap untuk saling menghargai.¹⁶

Hal yang kerap kali ditemui dalam tayangan konten Gus Muwafiq sebagai kiai yang dianggap sebagai kiai yang moderat, bisa dilihat dari

¹⁶. Syaifuddin Syaifuddin and Mohd Ali Azis, "Dakwah Moderat Pendakwah Nahdatul Ulama (Analisis Konten Moderasi Beragama Berbasis Sejarah)," *Hikmah* 15, no. 1 (2021): 1–16.

pemberian judul dan penggalan video yang ditayangkan di Gus Muwafiq Channel, misalnya tentang memberikan penjelasan dari versi lain tentang fenomena pawang hujan, di tengah banyaknya pemberitaan tentang dianggap syiriknya pawang hujan. Selain itu, penjelasan epistemologi wayang dalam menanggapi pernyataan salah satu ustaz yang mengatakan bahwa pagelaran wayang adalah haram, juga bisa dilihat dari pemberian judul pada konten YouTube “Pesan untuk Edy Mulyadi” di saat maraknya pemberitaan tentang pernyataan Edy Mulyadi yang menyebut Kalimantan sebagai tempat jin buat anak, dan masih banyak contoh lainnya.

Hadirnya tayangan konten Gus Muwafiq Channel di tengah arus teknologi informasi, nyatanya tidak hanya sekadar pemberian informasi tentang ceramah yang disampaikan kepada khalayak umum, akan tetapi, di balik itu terdapat kelompok media yang menggerakkan dan memposisikan penceramah tidak hanya sebagai penyampai pesan agama semata, melainkan terdapat nilai dan maksud lain yang juga dikejar di dalamnya. Posisi kelompok penggerak media atau lebih dikenal dengan admin, dalam kajian ini tidak berbeda jauh dengan pola kerja dari redaktur media dalam memproses berita, meski posisi keduanya memiliki perbedaan, akan tetapi secara umum memiliki kerja yang sama.

Salah satu misalnya penelitian dari Nursanto yang menjelaskan bagaimana Tempo sebagai salah satu media pemberitaan dalam memberitakan isu tentang kelompok Ahmadiyah. Di tengah banyaknya kontroversi tentang

Ahmadiyah Tempo memotret peristiwa tersebut dengan menggunakan ideologi liberal, sekuler dan pluralis. Dalam melihat peristiwa tersebut, Tempo lebih melihat bahwa kasus tersebut merupakan kasus individual dan oleh sebab itu tidak ada hak bagi kelompok masyarakat ataupun negara sekalipun turut mencampuri urusan keyakinan, apalagi sampai pada kekerasan baik fisik maupun tekanan mental terhadap mereka.¹⁷

Keberpihakan Tempo terhadap kelompok Ahmadiyah di tengah dominannya masyarakat mengutuk hingga melakukan kekerasan terhadap jamaah Ahmadiyah, dipengaruhi oleh ideologi yang mereka yakini. Melalui ideologi tersebut, bagaimana seluruh jajaran redaksi yang juga terlibat dalam mencari berita, mengolah berita hingga memasarkan berita akan memandang bahwa persoalan yang terjadi pada Ahmadiyah merupakan persoalan pribadi. Selain karena faktor ideologi, menurut temuan Nursanto, dalam proses pemberitaan peristiwa Ahmadiyah, Tempo juga berdasarkan pada respons pelanggan sebagai target pasar beritanya.¹⁸

Pada contoh kasus ini kaitannya dengan penelitian tentang admin, bahwa peran penting pelaku media (admin) dalam proses pemberitaan atau menayangkan konten, tidak jauh dari apa yang dipersepsikan admin. Bagaimana latar belakang admin, tentang apa yang mereka persepsikan, bagaimana cara kerja mereka dalam menayangkan konten, menjadi satu hal penting untuk

¹⁷. Nursatyo, "Dominasi Ideologi Media dalam Proses Produksi Berita Kasus Ahmadiyah Cikeusik Tahun 2011 Di Majalah Tempo," *Jurnal Ilmu dan Budaya* 40, no. 56 (2018).

¹⁸. Nursatyo, *Dominasi Ideologi Media*, 40, no. 56 (2018).

dilihat. Dari adanya konten tanyangan tentang Gus Muwafiq kemudian selanjutnya menampilkan wajah agama mengalami perubahan yang disebabkan adanya manipulasi dan reduksi makna ke dalam kode-kode bahasa yang di dalamnya terdapat interpretasi bebas.

Sifat kebebasan agama yang direduksi ke dalam bahasa simbol atau dalam hal ini YouTube sebagai medianya, kemudian menjadikan interpretasi terhadap agama, dalam hal ini yang diwakilkan dengan ceramah-ceramah Gus Muwafiq kemudian menjadi benar-benar bebas, sehingga pada posisi ini, penting untuk diketahui tentang bagaimana konstruksi pengetahuan dari admin dalam menampilkan agama dalam bentuk tayangan ceramah-ceramah di media sebagai hal yang bersifat kontestatif. Potensi tersebut misalnya dalam bentuk mengejar seberapa banyak *like*, *subscribe* dan komentar di tayangan YouTube sebagai ukuran dari banyaknya peminat terhadap konten ceramah. Oleh karena itu, hal ini yang kemudian perlu dilihat lebih jauh kaitannya antara Gus Muwafiq Channel dengan masyarakat secara umum, bagaimana hadirnya konten ceramah yang digerakkan oleh admin memberikan posisi yang sangat menentukan terhadap sosok yang ditampilkan.

Pada ketergantungan posisi penceramah dengan adanya admin inilah, penceramah tidak lagi sebagai subjek yang memiliki kuasa terhadap apa yang ia sampaikan, akan tetapi, ia sudah menjadi sebagai objek admin. Hal ini bisa dilihat mulai dari bagaimana pemberian judul pada tayangan-tayangan ceramah yang ia sampaikan, bagaimana bentuk wewenang admin dalam mempersingkat

serta memperpanjang durasi konten ceramah. Selain memang ceramah yang disajikan sudah merupakan potongan ceramah yang sudah dipilih, serta juga menampilkan kehidupan sehari-hari Gus Muwafiq juga turut mengisi konten YouTube pada Gus Muwafiq Channel. Pada posisi ini, admin menjadi penting untuk dilihat pengatahuannya, karena apa yang ia tayangkan tentang Gus Muwafiq juga mempengaruhi tentang bagaimana Gus Muwafiq dicitrakan sebagai kiai yang Moderat, selain itu, bagaimana posisi Gus Muwafiq channel dalam kontestasi Islam di Indonesia juga menjadi bagian penting dalam kajian studi admin ini.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana proses dialektika antara realitas objektif dan subjektif dari admin Gus Muwafiq Channel pada proses internalisasi nilai moderasi sebagai pengetahuan utama pada admin Gus Muwafiq Channel?
2. Bagaimana konfigurasi objektifikasi wacana Islam kontemporer dalam media sosial sebagai arena proses terjadinya kontestasi objektifikasi pada Gus Muwafiq Channel?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tentang proses konstruksi admin dalam konten YouTube Channel Gus Muwafiq, yang dicitrakan sebagai kiai yang memiliki moderasi dalam menyampaikan pesan dakwahnya. Dilihat dari setiap konten yang disajikan, seolah-olah selalu menyajikan tentang potongan ceramah dan pemberian judul yang selalu ada di

posisi yang berbeda dari para ustad atau kiai yang dianggap konservatif, bahkan sering kali dijumpai juga berisi potongan-potongan video sebagai tanggapan yang berbeda terhadap pandangan ustaz-ustaz tersebut. Dalam proses konstruksi admin, yang hendak dilihat adalah tentang konstruksi pengetahuan, kepentingan-kepentingan admin, bisa jadi mulai dari ideologi, harapan, kecenderungan politik, pencitraan hingga proses mendapatkan keuntungan. Hal ini, bisa diketahui melalui konten yang ditayangkan, bahwa konten tersebut dibaca sebagai gambaran dari kepentingan admin.

Adapun kegunaan penelitian ini untuk memeberikan sumbangan pemikiran tentang wacana konstruksi pengetahuan admin dalam menampilkan konten ceramah agama di media online, khususnya di YouTube Gus Muwafiq Channel. Hadirnya konten ceramah agama di media sosial nyatanya tidak semata-merta hadir dengan begitu saja, melainkan terselip pesan dan tujuan terhadap para penikmatnya. Hadirnya konten yang suguhkan juga tidak terlepas dari latar belakang dan ideologi para konten kreator yang sudah memiliki persepsi tentang dunia yang mereka inginkan sebagai bentuk pengetahuannya.

D. Kajian Pustaka

Dalam penelitian terdahulu yang meneliti tentang bagaimana konstruksi admin dalam konten YouTube Gus Muwafiq dalam mencitrakan Islam moderat masih belum pernah dilakukan. Akan tetapi, setidaknya dari tema tersebut, sudah ada beberapa penelitian yang sudah membahas tentang bagaimana

adanya peran konten kreator dan pentingnya media sosial sebagai instrumen dalam menampilkan pesan agama di tengah masyarakat yang gandrung akan media sosial sebagai salah satu sumber pengetahuannya, termasuk dalam agama.

Penelitian Nurul Laily, “Media Sosial dan Perilaku Keberagamaan Santri Remaja di Pondok Pesantren Nurul Huda Kajen”. Dalam jurnal ini, menjelaskan bagaimana media sosial menjadi salah satu faktor atau sumber santri dalam mengakses dan untuk mengenal dunia luar. media sosial yang menawarkan solusi dari berbagai macam permasalahan kemudian mengakibatkan dampak yang negatif dan positif pada santri itu sendiri. Dampak negatif dari dibolehkannya mengakses sosial media menyebabkan kurangnya tanggung jawab santri pada kewajiban-kewajiban santri pada pesantren dan pada santri itu sendiri.¹⁹

Di sisi lain, dampak positif dari adanya akses media sosial membantu menggali informasi ter-update sebagai tambahan pengetahuan. Oleh karena adanya dampak positif dan negatif dari media sosial tidak bisa dihindari, pesantren memiliki solusi sebagai jalan tengah bagaimana kaitannya santri dan media, yakni memperkuat nilai-nilai keIslaman dan tetap menjaga nilai-nilai agama sebagai pondasinya. Sehingga pada akhirnya mampu mempertimbangkan dampak positif daripada dampak negatif dari media sosial sebagai salah satu bentuk perilaku keberagamaan santri.²⁰

¹⁹. Nurul Laily, “Media Sosial dan Perilaku Keberagamaan Santri Remaja Di Pondok Pesantren Nurul Huda Kajen,” *FIKRAH* 6, no. 1 (2018): 97–116

²⁰. Nurul Laily, *Media Sosial*, no. 1 (2018): 97–116.

Penelitian Habibina Malik, “YouTube Sebagai Guru Agama di Era Cyber Religion”. Dalam artikel ini menjelaskan tentang bagaimana adanya modernitas merubah pemaknaan guru agama yang semula dimaknai dengan adanya proses belajar secara langsung, kemudian beralih kepada media YouTube sebagai guru agama. Peralihan dari belajar agama dari dunia nyata terhadap YouTube yang notabnya dunia maya ini kemudian dikenal dengan *cyber religion*. Bagaimana perkembangan modernitas, termasuk hadirnya media YouTube, menjadi langkah maju dan ditangkap sebagai jalan untuk memberikan kemudahan-kemudahan dalam proses penyiaran agama (Dakwah) sebagai salah satu kebutuhan spritualis masyarakat. Ketika adanya peralihan belajar agama ke media YouTube selanjutnya melahirkan istilah baru dalam hubungannya sosial-agama, yakni adanya *cyber relegion*. *Cyber religion* dimaknai bahwa media baru sebagai wadah yang menyediakan banyaknya ketersediaan ajaran agama di dalamnya, sehingga kemudian dijadikan sebagai rujukan agama oleh masyarakat saat ini, sebagai pemenuhan kebutuhan spritual masyarakat modern.²¹

Penelitian Lina Muflidah, “Dakwah muslim millennial: studi kasus dalam akun IG @Surabayahijrah”. Tesis ini menjelaskan tentang bagaimana pendakwah saat ini dituntut untuk mampu bersaing dan memiliki strategi baru dalam menyampaikan pesan-pesan agama, khususnya di media sosial. Penggunaan media sosial dalam berdakwah merupakan suatu bentuk trend baru tentang bagaimana adanya hubungan antara agama dengan teknologi informasi

²¹. Habib Malik, “YouTube Sebagai Guru Agama di Era Cyber Religion,” *AdZikra: Jurnal Komunikasi & Penyiaran Islam* 12, no. 1 (2021): 12–26.

sebagai satu hal yang tidak bisa dihindarkan di tengah masyarakat yang sudah menggandrungi media sosial. Adanya akun @surabayamillennial merupakan salah satu bentuk strategi dan usaha pendakwah dalam tersampainya dakwa mereka kepada khalayak umum.²²

Di tengah masyarakat yang lebih tertarik terhadap hal-hal sederhana dan berbau kekinian, akun @surabayamillennial hadir dengan berbagai hal baru di dalam kontennya yang mampu menarik khalayak umum, khususnya para millennial sebagai sasarannya, misalnya dengan memperbagus tampilan foto, memberikan *caption* yang menarik dan menggunakan simbol yang menarik adalah beberapa usaha mereka untuk mencitrakan agama dengan lebih sederhana, sehingga pesan dakwah yang ditampilkan dengan begitu dianggap bisa lebih tersampaikan dengan mudah.²³

Penelitian Adi Wibowo, “Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital” dalam penelitian ini menjelaskan tentang maraknya perkembangan teknologi pada zaman sekarang, membuat sebagian orang memanfaatkannya untuk berdakwah, salah satunya yaitu memanfaatkan media sosial. Banyak sekali media sosial yang digunakan oleh pendakwah untuk menyalurkan dakwah mereka dengan cara membuat konten-konten keIslaman melalui video ataupun tulisan. Konten-konten yang

²². Lina Muflihah, “Dakwah Muslim Milenial: Studi Kasus Dalam Akun Instagram@Surabayahijrah” (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020)

²³. Lina Muflihah, *Dakwah Muslim Milenial*, (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020).

dimuat di media sosial dikemas semenarik mungkin, strategi ini bertujuan untuk menjaring banyak penonton.²⁴

Melihat padatnya pengguna media sosial, maka penyebaran dakwah dianggap sangat efektif jika menggunakan internet atau media sosial sebagai sarannya. Penyebaran dakwah melalui media sosial ini tak hanya dimanfaatkan oleh seseorang, melainkan juga dimanfaatkan oleh lembaga pendidikan, seperti pesantren. Banyak sekali dakwah kiai di pesantren yang bisa diakses melalui media sosial seperti YouTube dan Instagram, hal ini bertujuan supaya orang umum atau para alumni tetap dapat mendengarkan dakwah atau tausiah kiai walaupun tidak secara langsung. Oleh karena itu, dakwah melalui media sosial direspons positif oleh kalangan masyarakat, karena bisa diakses dengan mudah kapan pun dan di mana pun.²⁵

Penelitian Siti Mariatul Kiptiyah, “Kiai Selebriti dan Media Baru”. Dalam penelitian ini menjelaskan tentang seiring berkembangnya zaman, model dakwah dari waktu ke waktu tentunya terus mengalami perubahan, dari yang pada awalnya dakwah disampaikan secara langsung oleh sang guru atau sang kiai kepada muridnya. Namun, di era digital ini, seseorang dapat mengakses ceramah atau dakwah melalui YouTube. Tak heran, jika banyak dari kalangan Kiai yang ikut memanfaatkan perkembangan digital tersebut, seperti contoh Kiai

²⁴ Adi Wibowo, “Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital,” *Jurnal Islam Nusantara* 3, no. 2 (2019): 339–56

²⁵ Adi Wibowo, *Penggunaan Media Sosial*, no. 2 (2019): 339–56.

Anwar Zahid yang dikenal sebagai penceramah sekaligus selebriti yang sering mengunggah ceramahnya ke YouTube.²⁶

Hal ini dapat dipahami bahwa dengan adanya media baru, dakwah dapat diekspresikan dengan sedemikian rupa tanpa harus menghilangkan otoritas tradisional seorang kiai, yang dalam hal ini sebagai pemilik otoritas keagamaan. Dari pemaparan tersebut dapat dimaknai bahwa, ada hubungan erat antara kiai, media dan otoritas agama. Hal ini dibuktikan dengan hadirnya media baru, otoritas tersebut tidak semakin memudar, melainkan semakin menguat. Dengan diunggahnya ceramah-ceramah ke YouTube menjadikan otoritas seorang Kiai lebih dikenal di masyarakat.²⁷

Penelitian Mohammad Darwis, “Eksistensi Para “Gus” Di Instagram; Visual Semiotik Sebagai Dakwah Baru Di Era Digital”. Belakangan ini, pengguna internet atau media sosial terus mengalami kenaikan yang sangat signifikan. Tidak terkecuali dengan lingkungan pesantren. Dalam lingkungan pesantren, seorang Kiai dikenal memiliki dua modal otoritas, yaitu otoritas tradisional dan karismatik. Otoritas tradisional adalah suatu bentuk penghormatan santri atau masyarakat kepada sang kiai atau keturunannya dengan sapaan “Gus”, sedangkan otoritas karismatik dikaitkan dengan kesufian

²⁶. Siti Mariatul Kiptyah, “Kiai Selebriti Dan Media Baru,” *Jurnal Masyarakat & Budaya* 19, no. 3 (2017): 339–52.

²⁷. Siti Mariatul Kiptyah, *Kiai Selebriti*, 339–52.

yang menempatkan Kiai sebagai mursyid. Pada era digital ini, menumbuhkan ruang baru tentang sebuah media untuk berdakwah.²⁸

Para Gus dan Ning memanfaatkan ruang baru tersebut dengan memaksimalkan penggunaan sosial media sebagai langkah-langkah dakwah mereka, sehingga eksistensi Gus dan Ning terlihat dari unggahan-unggahan atau konten-konten di akun media sosial mereka. Visual semiotiknya dilihat dari unggahan foto-foto yang dapat membentuk pola komunikasi yang beruntun dengan audiens, seperti menanggapi komentar dari para audiens, sehingga interaksi *online* dengan masyarakat semakin akrab dan tidak kaku.²⁹

Penelitian Efa Rubawati, “Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah”. Dalam jurnal ini membahas tentang bagaimana terjadinya perubahan paradigma baru dalam agama yang salah satunya disebabkan oleh adanya internet dengan karakteristik interaktivitas dan konektivitasnya. Hadirnya internet dan teknologi rupanya dapat merubah posisi pendakwah yang awalnya dianggap sebagai orang yang memiliki otoritatif agama melalui pesan-pesan yang disampaikan, kemudian menjadi tidak begitu dominan ketika sudah berhubungan dengan media.³⁰ Bagaimana karakteristik teknologi yang satu sisi memberikan berbagai kemudahan dan di sisi lain menawarkan hal besar yang

²⁸. Mohammad Darwis, “Eksistensi Para Gus Di Instagram: Visual Semiotik Sebagai Dakwah Baru Di Era Digital,” *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 6, no. 2 (2020): 138–56.

²⁹. Mohammad Darwis, *Eksistensi Para Gus*, 138–56.

³⁰. Efa Rubawati, “Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah,” *Jurnal Studi Komunikasi* 2, no. 1 (2018).

tidak banyak diekspos dan ditampilkan rumenjadikan kerentanan terhadap siapapun yang menikmatinya.

Penelitian Yuangga Kurnia Yahya, “Da’wah di YouTube: Upaya Representasi nilai Islam oleh Para *Content-Creator*”. Dalam penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana Islam yang disampaikan secara ramah dan moderat cenderung disampaikan secara tradisional, sedangkan di sisi lain, Islam yang konservatif dan berbau radikalisme sudah sangat massif disampaikan secara online. Melihat kehidupan generasi milenial saat ini cenderung lebih banyak menggunakan media sosial, menjadikan rujukan keagamaan mereka lebih banyak porsi yang sudah didapatkan di media sosial yang sudah cenderung didapat dari narasi yang lekat dengan konservatif dan radikalisme. Melihat gejala yang demikian, banyak para *content-creator* di media online, khususnya YouTube meningkatkan geliat konten dakwah yang lebih moderat dan juga merepresentasikan Islam yang positif.³¹

Dari artikel yang membahas tentang agama dan media secara keseluruhan, masih belum ada yang memfokuskan terhadap peran admin yang dapat memberikan citra moderat terhadap penceramah. Dari keseluruhan artikel yang sudah dijelaskan, secara umum membahas dua hal yakni bagaimana masyarakat memanfaatkan media dan bagaimana media dijadikan sebagai instrumen sederhana dalam penyampaian pesan agama. Pemanfaatan teknologi

³¹. Yuangga Kurnia Yahya, Syamsul Hadi Untung, and Indra Ari Fajari, “Da’wah Di YouTube: Upaya Representasi Nilai Islam Oleh Para Content-Creator,” *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 20, no. 1 (2020): 1–22.

sebagai media dalam rangka memberikan kemudahan-kemudahan, bisa dilihat dari beberapa artikel yang menjelaskan tentang kaitanya media sebagai pemberi kemudahan, mulai dari menjadikan YouTube sebagai guru agama, bagaimana penggunaan media menjadi tren media dakwah, serta bagaimana seorang ustaz memanfaatkan media untuk merasa lebih dekat dengan para jamaahnya.

Hal yang menjadi pembeda dari para peneliti sebelumnya, dalam penelitian ini lebih menekankan kepada bagaimana admin memiliki peran besar dalam menentukan setiap konten video yang ia tayangkan sebagai konsumsi masyarakat luas. Dari setiap konten yang ia tayangkan, bisa ditangkap juga seolah-olah ia hendak menggambarkan dan mencitrakan aktor yang ia tayangkan sebagai seseorang yang memiliki sikap kemoderatisasian dalam penyampaian pesan-pesan ceramahnya.

E. Kerangka Teori

1. Konstruksi Pengetahuan Peter L Berger.

Penelitian ini dilandasi oleh teori konstruksi sosial Peter L. Berger. Pengertian konstruksi biasa disebut sebagai salah satu upaya dalam membentuk realitas di masyarakat. Teori konstruksi secara umum bisa disebut sebagai teori yang berada di antara teori fakta sosial dan definisi sosial. Dalam lingkup fakta sosial, bahwa manusia merupakan produk dari masyarakat, bahwa struktur, lembaga sosial, norma dapat menentukan pribadi individu. Begitu pula sebaliknya, dalam lingkup teori definisi sosial, bahwa manusialah yang berperan

besar dalam membentuk masyarakat. Pada level ini, manusia dianggap memiliki otoritas dalam melakukan pemaknaan dan pembentukan terhadap dunianya, sehingga kemudian, teori konstruksi diposisikan berada di antara keduanya, satu sisi dapat membentuk dunianya, dan di sisi lain manusia dibentuk oleh dunianya.³²

Menurut Berger, hadirnya sosiologi pengetahuan merupakan salah satu usaha sosiologis dalam menghubungkan antara pemikiran manusia dengan konteks sosial di mana hasil dari pemikiran itu muncul.³³ Hadirnya suatu pemikiran tidak selalu hadir di ruang kosong dan terjadi dengan begitu saja, melainkan kerap kali dipengaruhi oleh realitas sosial di mana seseorang itu berada.

Dalam menjelaskan tentang timbulnya pemikiran, Berger dalam bukunya yang berjudul *the social construction of reality* atau dalam terjemahan Indonesia dengan judul Tafsir sosial atas kenyataan, menggambarkan dengan sederhana tentang bagaimana munculnya suatu pengetahuan bisa jadi dilandasi oleh hal di sekitar dan kepentingannya. Jika seorang montir yang awalnya tidak terlalu tertarik dengan mobil, akan tetapi dalam kesehariannya dia selalu bergelut dengan montir, sebagai pekerjaan keseharian yang ia lakukan, maka dia tidak

³². Iswandi Syahputra, "Media Relations Teori, Strategi, Praktik, Dan Media Intelijen," 2020.

³³. Peter L Berger, *Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan* (LP3ES, 1990), 6.

akan jauh berbeda dengan hal-hal yang berkaitan dengan mobil hingga pada tahap selanjutnya bisa jadi ia akan tertarik dengan mobil.³⁴

Perilaku kehidupan sehari-hari manusia bukan sekadar hal yang bisa diterima begitu saja sebagai suatu realitas semata, setiap tindakan yang mereka lakukan memiliki makna subjektif dalam kehidupan mereka. Dalam proses pembentukan kenyataan oleh masyarakat kemudian dianalisa secara teoritis sebagai salah satu upaya dalam mendefinisikan kembali untuk menghasilkan pengetahuan yang bersifat empiris.³⁵ Dalam proses pendefinisian ulang terhadap realitas yang ada, Berger dengan teori dialektika konstruksinya realitas sosial membagi melalui tiga moment di dalamnya, yakni eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.

Pertama eksternalisasi, proses eksternalisasi dimaknai sebagai sebuah proses pencurahan manusia secara terus-menerus terhadap dunia sekitarnya, baik berupa aktivitas fisik ataupun mental.³⁶ Pada tahap ini, merupakan proses keharusan secara antropologis manusia dalam mengembangkan dirinya. Manusia sebagai sosok yang dianggap belum sempurna dan diharuskan memenuhi kesempurnaan dengan usaha, maka untuk selalu mengisi kediriannya dengan hal yang ada di laur dirinya. Manusia tidak memiliki hubungan yang sudah terbentuk dengan dunianya, oleh karena ia tidak dapat tinggal di dalam dirinya, sehingga ia selalu mencoba untuk mengekspresikan dirinya dalam

³⁴. Berger, *Tafsir Sosial Atas Kenyataan*, 32.

³⁵. Berger, *Tafsir Sosial Atas Kenyataan* , 21.

³⁶. Peter L Berger, *Langit Suci Agama Sebagai Realitas Sosial*, 1st ed. (Jakarta: LP3ES, 1991), 4.

bentuk aktivitas-aktivitas yang tidak ada dalam dirinya. Proses pencurahan diri atau ekspresi diri tidak hanya dimaknai sebagai proses memproduksi suatu dunia, akan tetapi lebih khusus lagi pada tahap ini, juga diartikan sebagai proses manusia dalam memproduksi dirinya sendiri dalam dunianya, sehingga hal inilah yang kemudian oleh Berger disebut sebagai proses “mengimbangi diri”.³⁷

Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan tahap eksternalisasi adalah proses pencurahan diri admin pada sesuatu yang terdapat di luar diri admin. Pada tahap proses pencurahan diri admin inilah yang dimaksud sebagai bentuk usaha mereka dalam mengimbangi diri mereka dengan dunia di mana mereka beradan, baik sebagai sitting sosial, hubungan sosial dan lain sebagainya. Keseluruhan yang mereka lakukan, secara umum dijadikan sebagai usaha mereka dalam mengimbangi diri mereka, pada tahap inilah dalam penelitian ini dimaksudkan sebagai proses eksternalisasi.

Kedua objektivasi, objektivasi merupakan dunia yang diproduksi oleh manusia yang terdiri dari benda, baik bentuk material maupun non-material, yang juga mampu menentang kehendak produsernya. Sekali sudah tercipta, maka dunia yang dihasilkan tidak mudah untuk diabaikan begitu saja. Ia memiliki seperangkat aturan yang berbeda, dan memaksa kepada pemakainya untuk mengikuti prosedur dan logika keberadaannya.³⁸ Objektivitas masyarakat mencakup semua unsur pembentukannya, bisa jadi berupa lembaga, peran,

³⁷. Berger, *Langit Suci Agama*, 6.

³⁸. Berger, *Langit Suci Agama*, 12.

identitas sebagai fenomena nyata secara objektif dalam dunia sosial, meskipun semuanya itu merupakan produksi dari manusia itu sendiri.

Dalam penelitian ini yang dimaksud sebagai proses objektivikasi adalah terjadinya produksi konten moderasi yang dilakukan admin sebagai bentuk sintesis antara proses internalisasi dan eksternalisasi. Produksi konten moderasi yang mereka lakukan merupakan usaha mereka dalam merespons terhadap dunia luar yang tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Terjadinya negosiasi antara bentuk kesadaran subjektif admin dengan realitas objektif yang menjelma dengan banyaknya narasi-narasi keagamaan yang dianggap tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan, menghasilkan produksi konten moderasi dengan mengangkat Gus Muwafiq sebagai bentuk objektivikasinya.

Ketiga internalisasi, internalisasi merupakan tahap di mana terjadinya peresapan kembali makna ke dalam kesadaran tentang dunia sosio-kulturalnya, setelah melalui proses objektivikasi sosial yang sudah dihasilkan melalui proses eksternalisasi.³⁹ Hasil dari penyerapan ulang ini kemudian menjadi struktur sosial baru yang selanjutnya ditransformasikan menjadi nilai yang diyakini dan dalam bentuk aktivitas kehidupan seseorang. Dalam proses internalisasi ada poin penting dalam menempatkan posisi realitas manusia yang memiliki proses dialektika, yakni disebut dengan realitas subjektif dan realitas objektif.

a. Realitas Objektif

³⁹. Berger, *Langit Suci Agama*, 19.

Memahami realitas objektif menjadi penting kedudukannya dalam mencoba memahami konstruksi pengetahuan Berger. Realitas objektif sebagai kesadaran yang berada di luar diri individu menjadi satu titik penting dalam melihat ketersalingan hubungan manusia dengan apa yang ada di luar dirinya. Keterbukaan antara hubungan manusia dengan lingkungannya menjadi pembeda dengan makhluk hidup lainnya, jika binatang yang pada umumnya dalam proses menjadinya sudah terspesialisasi tetap dan tidak banyak berubah, berbeda dengan binatang, manusia membutuhkan banyak hal yang terdapat di luar dirinya, tidak hanya sekadar hubungan timbal balik dalam lingkungan alam tertentu saja, melainkan lebih jauh lagi dengan tatanan budaya dan sosial yang spesifik sebagai bentuk penyempurna perkembangannya.⁴⁰ Pada posisi ini jelas bahwa manusia dalam proses perkembangannya terus menerus mengalami campur tangan dunia sosial yang ada di luar dirinya.

Dalam memperkuat argumentasi bahwa pentingnya posisi dialektika manusia dengan apa yang ada di luar dirinya, Berger menegaskan bahwa tidak mungkin bagi manusia untuk berkembang sebagai manusia jika mereka berada dalam keadaan yang terisolasi, tatanan sosial tidak terjadi dengan begitu saja, tidak juga sebagai kodrat alam, hadirnya tatan sosial merupakan suatu produk aktivitas manusia yang berlangsung terus menerus sebagai usaha mereka dalam mengimbangi dirinya dengan lingkungan sekitarnya, sehingga proses

⁴⁰. Berger, *Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan*, 63–66.

eksternalisasi menjadi satu keharusan antropologis manusia dalam tatanan sosialnya.⁴¹

Terjadinya hubungan manusia dengan luar dirinya menempatkan manusia menjadi dua hal, satu sisi mereka sebagai pembentuk realitasnya, dan satu lainnya sebagai bentukan dari realitas di luarnya.⁴² Posisi manusia sebagai produser dan dunianya sebagai produknya selalu mengalami proses dialektika, satu kesempatan manusia menjadi sebagai produser terhadap dunia, satu kesempatan manusia dibentuk oleh keadaan di luar dirinya, proses dialektika antara objektifikasi dan eksternalisasi ini kemudian memiliki tujuan yang selanjutnya, setelah proses dunia sosial sudah terobjektifikasikan kemudian dimasukkan kembali dalam kesadaran manusia, pada tahap ini kemudian dikenal dengan tahap internalisasi, yang sebelumnya sudah dijelaskan di atas.

b. Realitas subjektif

Memahami realitas subjektif, tidak bisa lepas dari proses dialektika pada tiga proses eksternalisasi, objektifikasi, dan internalisasi. Memahami realitas subjektif terletak pada tahap internalisasi. Bagaimana pemahaman atau penafsiran seseorang terhadap dunia yang sudah terobjektifikasikan sebagai kesadaran objektif oleh pemahaman orang di luar dirinya, menjadi kesadaran baru sebagai kesadaran subjektif bagi dirinya. Kesadaran subjektif orang yang

⁴¹. Berger, *Tafsir Sosial Atas Kenyataan*, 70-71

⁴². Syahputra, "Media Relations Teori, Strategi, Praktik, Dan Media Intelijen," 35.

ada di luar dirinya termanifestasikan menjadi kesadaran objektif bagi orang lain di luar dirinya. Dalam mengilustrasikan proses ini, menurut Berger, hadirnya pemahaman atau penafsiran seseorang terhadap orang lain, tidak menjadikannya sebagai patokan paten, bahwa juga terdapat potensi-potensi yang tidak sesuai dengan apa yang ditafsirkan.⁴³ Melihat seseorang yang mengeluarkan air mata saja sudah memiliki berbagai penafsiran, satu sisi bisa jadi melihat dia sebagai seorang yang bahagia, atau di sisi lain bisa jadi sebagai orang yang menangis karena sedih.

Ketidakpastian penafsiran terhadap realitas objektif di luar dirinya mejadi satu hal yang biasa terjadi. Bagaimana seseorang dalam memahami sebuah realitas objektif, yakni kesadaran atau pengetahuan yang terdapat di luar dirinya yang kemudian diambil alih sebagai kesadaran subjektif, menjadi proses negosiasi baru terhadap pribadi seseorang. Dunia yang diambil alihkan tersebut kemudian mengalami proses komodifikasi, lebih jauh lagi hingga menjadi sesuatu yang baru, yakni sesuatu yang diciptakan kembali oleh pribadi individu yang jauh berbeda dengan yang pertama.

Menempatkan posisi antara realitas subjektif dan objektif yang selalu terjadi dalam ruang dunia sosial memiliki kedudukan yang sentral, karena pada posisi ini menjadikan manusia sebagai makhluk yang tidak hanya sebatas proses dari sebab dan akibat, bahwa dalam diri manusia juga terdapat realitas subjektif

⁴³. Berger, *Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan*, 177.

yang juga dapat mengontrol dan mendefinisikan ulang tentang realitas yang terdapat di luar dirinya (objektif).⁴⁴

Dengan menggunakan kerangka pikir dari Berger ini, dalam penelitian ini hendak dilihat bagaimana proses internalisasi, objektifikasi, eksternalisasi pada saat admin dalam melakukan unggahan video tentang Gus Muwafiq. Pada posisi ini, admin bukan sebagai seseorang yang tidak mengetahui alasan ia dalam mengambil dan menayangkan potongan video ceramah. Dari konten ceramah yang ia tayangkan, menggambarkan bahwa ranah pengetahuan admin berkerja. Bagaimana proses cara mereka menyerap, cara mereka merefleksikan, hingga mempersepsikan dunia ini merupakan gambaran kerja pengetahuan Admin.

Dalam proses ini bukan persoalan baik dan buruk, akan tetapi tentang semua yang dia serap dari realitas objektif dan kemudian dimasukkan dalam kesadaran admin hingga menjadi sebuah kesadaran pengetahuan dia. Dengan demikian, apa yang ada di kepala atau kesadaran pengetahuan yang mereka miliki kemudian mengalami proses eksternalisasi hingga objektifikasi. Artinya, terdapat kesadaran pengetahuan yang dirasangsang oleh realitas objektifnya dan diusahakan menjadi sebuah tindakan nyata sebagai produknya, dalam hal ini konten YouTube Gus Muwafiq Channel, sehingga dari alur yang demikian kemudian menjadi tampak hasil dari negosiasi antara realitas objektif dan subjektif bersambung dengan tayangan atau konten yang mereka produksi.

⁴⁴. Berger, *Tafsir Sosial Atas Kenyataan*, 23.

Hadirnya konten ceramah yang dibingkai melalui konten tayangan YouTube Gus Muwafiq, merupakan pesan yang ditawarkan dalam khazanah keIslaman di Indonesia. Hadirnya konten tayangan tidak hanya sebatas ingin menyampaikan pesan melalui isi ceramahnya kepada para pengikutnya, akan tetapi lebih dari itu hadirnya tayangan ceramah melalui YouTube yang menurut Mclehan merupakan pesan itu sendiri. Hadirnya media YouTube banyak memiliki fungsi dan kegunaannya, bagaimana YouTube diprakasi untuk menciptakan wacana, bagaimana YouTube dijadikan sebagai tontonan tayangan penghibur, YouTube sebagai tempat mengabadikan setiap moment yang sudah berlalu untuk tetap dinikmati dikemudian hari adalah sederet fakta tentang YouTube digunakan dan lain sebagainya, sehingga ini yang menurut Mclehan sebagai "*medium is massage*" bahwa media itu sendiri merupakan pesan-pesannya.

Dalam perkembangannya, hadirnya media baru seperti YouTube selalu memiliki dua realitas yang tidak bisa dihindari, satusisi bagi sebagian kalangan sering kali dianggap sebagai salahsatu penyebab dari hadirnya kerusakan seperti propaganda, perpecahan dan lain sebagainya, dan di sisi lain sebagai penunjang dan mempermudah segala urusan seseorang, maka oleh karena itu, menurut David Sarnoff yang dikutip dalam buku Mclehan, dengan tegas mengatakan bahwa hadirnya teknologi kerap kali dijadikan sebagai kambing hitam atas dosa orang yang menggunakannya. Seharusnya, teknologi dipandang sebagai produk

ilmu pengetahuan modern yang terbebas dari penilaian baik dan buruk, akan tetapi cara manusia itulah yang dapat menentukan nilai teknologi itu sendiri.⁴⁵

F. Metode Penelitian

Hadirnya dunia maya yang saat ini sudah menjadi kehidupan baru, memiliki banyak pengaruh positif dalam kehidupan manusia, akan tetapi pada saat yang sama, juga memiliki sisi negative yang tidak bisa dihindari. Bagaimana tampilan konten yang tidak sama, bahkan berbeda jauh dengan yang nyata, menjadi salah satu konten atau tayangan yang sudah biasa. Banyaknya tayangan-tayangan yang manipulatif menjadi konten yang dianggap juga dapat menguntungkan, seperti konten *prank*, acara setingan, bahkan konten yang juga memuat atribut keagamaan, seperti ceramah-ceramah agama yang biasanya disampaikan secara langsung.

Hadirnya konten- konten ceramah agama yang ada, cukup memiliki ragam varias yang berbeda, mulai dari ustaz yang dianggap sebagai kelompok radikal, moderat, hingga ekstrimisme.⁴⁶ Hadirnya para ustaz yang demikian, tentunya juga diprakasai oleh aktor yang menayangkan, baik ceramah secara keseluruhan ataupun secara sepotong. Dalam penelitian ini, lebih difokuskan terhadap aktor yang menayangkan ceramah agama, Khususnya pada ceramah Gus Muwafiq. Dalam proses penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan salah satu disiplin ilmu yang

⁴⁵. Logan, *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan*, 3.

⁴⁶. Puji Harianto, "Radikalisme Islam Dalam Media Sosial (Konteks; Channel YouTube)," *Jurnal Sosiologi Agama* 12, no. 2 (2018): 297.

dikembangkan dari ilmu pengetahuan yang berbasis pada teori interpretatif, etnometodologi, dan postmodernisme.⁴⁷

1. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap admin pada konten YouTube Gus Muwafiq Channel. Admin YouTube ini sudah memiliki wewenang dalam setiap tayangannya tentang potongan ceramah dan kehidupan keseharian dari Gus Muwafiq. Channel YouTube yang diprakasi sejak 28 Mei 2018, menjadi satu-satunya *channel* yang resmi dan berada di bawah arahan langsung dari Gus Muwafiq dan Bu Nyai Ela Muwafiq. Selain YouTube Gus Muwafiq Channel, sebenarnya banyak juga *channel* YouTube yang menayangkan potongan-potongan ceramah Gus Muwafiq, akan tetapi yang menjadi pembeda dari Gus Muwafiq Channel adalah, bahwa dalam konten tersebut juga dielaborasi dari ceramah-ceramah dari kiai lain, selain memang tidak mendapat izin dari Gus Muwafiq.

2. Jenis Penelitian

Dalam meneliti tentang Admin pada konten YouTube Gus Muwafiq Channel, Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Cara kerja

⁴⁷. Moh Soehadha, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif Untuk Studi Agama*, 2nd ed. (Yogyakarta: SUKA-Press, 2018), 73.

dalam penelitian kualitatif yakni dengan melakukan fokus penelitian secara perlahan dalam perjalanan proses penelitian. Selain itu, penelitian kualitatif juga sangat menekankan terhadap penggambaran situasi, penelitian yang luwes, bersifat subjektif, dan melalui studi kasus, serta berdasarkan data.⁴⁸ Pendapat lain, mengatakan bahwa tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk mencari, fokus, locus, serta informasi dari fenomena sosial yang akan diteliti di dalamnya.

3. Sumber Data

Pada bagian sumber data, peneliti memiliki tugas untuk mencari informasi tentang apa yang diteliti sebagai sumber data untuk menjelaskan tentang hasil dari penelitiannya. Data yang diambil berupa sumber informasi yang terbagi menjadi data primer dan data sekunder. Sumber primer : melakukan wawancara langsung terhadap konten kreator dari tim Channel YouTube Gus Muwafiq yang terdiri dari ketua admin yang bertugas sebagai pusat komunikasi antara Gus Muwafiq dengan seluruh tim channel, seksi dokumentasi yang bertugas mengambil dan menyimpan seluruh video dan gambar pada setiap moment pada Gus Muwafiq, seksi intelijen media yang bertugas sebagai tim pengawasan terhadap apa yang sedang ramai diperbincangkan di media sosial, dan terakhir adalah tim editor yang bertugas mengedit, memotong, memperjelas segala bentuk tayangan video dan gambar pada Gus Muwafiq Channel.

⁴⁸. Moh Soehadha, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif*, 74.

Selain itu, data juga didapat melalui tayangan-tayangan konten YouTube Gus Muwafiq Channel dan seluruh Channel-channel yang terkait dengan penelitian ini, misalnya dari channel YouTube Ngopi Magrib TV, Syamil Arfa, Tanya Jawab Islam, INSPIRASI, Operation Dakwah, Oghet Gaming, Al-Bahjah TV, Redaksi Dakwah, adalah beberapa channel YouTube yang dijadikan data dalam penelitian ini.

Selain sumber primer, sumber sekunder juga diperlukan dalam memperoleh data, data yang diperoleh untuk menunjang tentang tema ini juga dihasilkan dari buku-buku yang terkait dengan pendakwah dan media, hasil penelitian ilmiah yang membahas tentang peran konten kreator dan pemanfaat media *online* sebagai fasilitas ceramah yang disampaikan juga merupakan beberapa data yang digunakan dalam penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan teknik yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data, berbeda dengan penelitian ilmu alam, penelitian ilmu sosial mengharuskan peneliti untuk melakukan kerja lapangan, baik sebagai pengamat tidak langsung ataupun sebagai pengamat langsung dalam memperoleh data. Teknik pengumpulan data biasanya dilakukan berdasarkan kebutuhan analisis dan kajian, pengumpulan data dilakukan sejak peneliti sudah menentukan masalah dan kajian yang akan ditulis dengan sudah terlebih dahulu

mempertimbangkan teknik dan pengambilan data sebagai sumber dalam penelitiannya.⁴⁹

Pengumpulan data tentang penelitian ini dimulai dari penelitian awal tentang tema yang diangkat, yakni konstruksi moderasi pada admin YouTube. Langkah awal yang dilakukan, yakni terlebih dahulu dimulai dengan memilah dan memilih konten ceramah agama yang ada di YouTube, dari beberapa ceramah yang ada, kemudian diseleksi ulang, bahwa ceramah-ceramah yang memiliki karakter moderasi menjadi pilihan final dalam tema ini. Dari sekian banyak penceramah yang dianggap sebagai penceramah moderat yang ada, dipilihlah Gus Muwafiq sebagai sampel dalam penelitian ini, Gus Muwafiq dijadikan sampel dikarenakan setiap apa yang ia sampaikan selalu berisi ceramah tentang mencintai Negara-Bangsa, menghargai sesama warga Indonesia, dan tidak gampang menyalahkan.⁵⁰

Dari sekian channel yang menampilkan ceramah-ceramah Gus Muwafiq, kemudian dipilih channel “Gus Muwafiq Channel” sebagai objek matrial dalam penelitian ini, dikarena selain memang merupakan Channel Official yang resmi, Channel ini merupakan channel yang mendapatkan izin langsung dari Gus Muwafiq. Selain hanya menayangkan ceramah-ceramah Gus Muwafiq, seringkali juga menayangkan kehidupan keseharian Gus Muwafiq sebagai konten YouTube-nya.⁵¹

219. ⁴⁹. Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014),

⁵⁰. Wawancara dengan Maulana, ketua admin Gus Muwafiq Channel pada tanggal 28 Juli 2022.

⁵¹. Cahannel YouTube Gus Muwafiq channel, <https://www.youtube.com/watch?v=kIB6dr-DSPg>.

5. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni dengan menggunakan analisis eksplanasi. Analisis eksplanasi merupakan teknik analisa yang memiliki tujuan dalam menyediakan alasan, penjelasan, pernyataan, serta segala informasi dalam menjelaskan kenapa hal itu bisa terjadi. Dalam lingkup analisis ekplanasi ini, menuntut peneliti untuk dapat menjelaskan tentang aspek historis kenapa hal itu bisa terjadi, dengan aspek sosial yang berhubungan antara keduanya. Dalam hal ini, menurut Soehada, tidak hanya menjelaskan tentang sejarah yang melatarbelakangi peristiwa sosial atau kebudayaan tersebut, melainkan juga mampu untuk menghubungkan dan menggambarkan konteks sosial yang melatar belakangi adanya kejadian atau peristiwa yang hendak diteliti.⁵²

Hubungan dengan penelitian ini, dengan menggunakan analisis eksplanasi yakni, peneliti hendak menggambarkan dan menjelaskan tentang bagaimana dan apa motivasi dan kepentingan *content-creator* atau admin Gus Muwafiq Channel, dan hubungannya dengan tayangan-tayangan yang diunggah dalam konten YouTube-nya. Bagaimana hubungan antara konten ceramah yang disuguhkan, pada satu posisi, dan posisi admin, di sisi lain, saling berhubungan. Posisi konten YouTuber ini dijadikan sebagai sampel dalam melihat setiap tayangan-tayangan ceramah Gus Muwafiq yang dianggap oleh peneliti, dalam setiap apa yang mereka tayangkan dapat dipahami sebagai upaya dalam

⁵². Moh Soehadha, "Metode Penelitian Sosial Kualitatif Untuk Studi Agama", 131.

mencitrakan atau bernuansa moderasi, dilihat dari hampir keseluruhan konten tayangannya.

Moderasi terlihat dari ceramah-ceramah yang ia sampaikan, mulai dari mencintai Negara-Bangsa di tengah banyaknya narasi-narasi keagamaan yang dapat merongrong cinta terhadap bangsa dan negara, misalnya pada tayangan YouTube Gus Muwafiq Channel yang berjudul “Kenapa bendera merah putih harus tetap terjaga”,⁵³ cerita tentang sejarah untuk memiliki sikap saling menghargai antar sesama masyarakat, “cikal bakal bhineka tunggal ika”,⁵⁴ “jangan malu menjadi bangsa indonesia dan mari cintai Indonesia”,⁵⁵ “duet Bung Karno dan Mbah Hasyim melahirkan Pancasila” ceramah yang isisnya menjelaskan tentang nilai Pancasila sebagai respons terhadap mereka yang gampang membid’ah dan memusyrikan satu golongan yang berbeda.⁵⁶ “jadilah muslim yang saling pengertian”,⁵⁷ adalah beberapa contoh tayangan yang mereka produksi yang mencitrakan moderasi dalam setiap ceramah-ceramahnya.

Oleh karenanya, melalui konten yang selalu mereka tayangkan, peneliti ingin melihat bagaimana konstruksi admin Gus Muwafiq Channel dalam mencitrakan moderasi agama. Dalam menjelaskan proses ini, peneliti

⁵³. Channel YouTube Gus Muwafiq Channel dengan judul “Kenapa bendera merah putih harus tetap terjaga” Tayang pada 28 Agustus 2022.

⁵⁴. Channel YouTube Gus Muwafiq Channel dengan judul “cikal bakal bhineka tunggal ika” Tayang pada 13 Agustus 2022.

⁵⁵. Channel YouTube Gus Muwafiq Channel dengan judul “jangan malu menjadi bangsa indonesia dan mari cintai Indonesia” Tayang pada 28 Agustus 2019.

⁵⁶. Channel YouTube Gus Muwafiq Channel dengan judul “duet Bung Karno dan Mbah Hasyim melahirkan Pancasila” Tayang pada 2 Juni 2022.

⁵⁷. Channel YouTube Gus Muwafiq Channel dengan judul “jadilah muslim yang saling pengertian” Tayang pada 26 Agustus 2019.

menggunakan teori Peter L Berger tentang konstruksi sosial. Dimana dalam proses ini dimulai terlebih dahulu dari apa yang terjadi pada realitas objektif admin, atau situasi di luar diri admin tentang sesuatu yang berhubungan dengan penceramah dan media baru, mulai dari apa yang sedang terjadi hingga apa yang lebih banyak diperbincangkan. Pada tahap selanjutnya adalah realitas subjektif admin, tentang apa dan bagaimana harapan mereka dalam merespons apa yang sedang terjadi di luar diri mereka hingga kemudian menghasilkan bentuk objektifikasi sebagai produk dari negosiasi antara realitas objektif dan subjektif admin.

6. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan sosiologis. Pendekatan sosiologis digunakan untuk melihat dan memahami bahwa kajian tentang agama tidak hanya memahami agama sebagai bentuk ajaran yang secara teologis dan dogmatis semata, melainkan lebih melihat bahwa agama dapat dipahami secara empiris, agama dipahami sebagai perekat sosial, motivasi, legitimasi dan konstruksi.⁵⁸ Pendekatan sosiologis dalam penelitian ini digunakan untuk melihat bagaimana praktik keagamaan yang dilakukan dalam lingkungan sosial, dipraktisi dan dibentuk oleh sekelompok orang. Agama pada posisi ini dijadikan sebagai motif dalam tindakan mereka. Menurut Berger, agama tidak hanya sebagai pemelihara dunia, akan tetapi lebih dari itu, yakni agama dijadikan sebagai pembangunan dunia.

⁵⁸. Hendropuspito, "Sosiologi Agama" (Yogyakarta: Kanisius, 1988), 8.

Pendekatan sosiologis ini digunakan peneliti untuk melihat lebih jauh bagaimana admin mempersepsikan dunia ini. Bagaimana persepsi itu bekerja, atau lebih jauh, ideologi admin dapat mempengaruhi tentang tayangan yang mereka sajikan dalam bentuk potongan ceramah Gus Muwafiq. Dalam proses internalisasi, terdapat kata kunci dalam pembahasan ini, yakni pada realitas objektif dan realitas subjektif. Hasil negosiasi antara realitas objektif dan subjektif kemudian menghasilkan keinginan atau misi. Bagaimana misi atau keinginan admin sebagai hasil dari negosiasi antara realitas objektif dan subjektif dijadikan sebagai patokan dalam melihat keinginan mereka untuk mengendalikan realita yang ada. Dari misi atau keinginan itulah kemudian mereka menciptakan dan memproduksi konten-konten keagamaan yang bernuansa moderasi pada channel YouTube mereka. Hadirnya tayangan konten itulah dijadikan sebagai tolok ukur admin dalam merespons seting sosial yang mereka hadapi.

G. Sistematika pembahasan

Dalam proses penelitian, dibutuhkan sistematika pembahasan untuk dapat mempermudah dalam proses pengerjaan laporan penelitian. Sistematika pembahasan menampilkan tentang gambaran umum dari laporan penelitian yang akan dilakukan. Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab pertama berisikan tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, dan penjelasan metode yang akan digunakan dalam penelitian.

Bab dua berisikan tentang gambaran umum objek penelitian dan penjelasan tentang fenomena wacana gerakan Islam kontemporer, lebih khususnya tentang wacana Islam yang memanfaatkan media sebagai arenanya. Pada bagian ini hendak mengetahui tentang bagaimana setting sosial yang terjadi, sehingga konten Gus Muwafiq channel juga turut berpartisipasi di dalam kontestasi wacana keislaman.

Bab tiga hendak mengetahui di mana dan seperti apa posisi ceramah Gus Muwafiq di tengah kontestasi pemikiran Islam kontemporer di media sosial. Bagaimana mereka memainkan peran atau merespons apa yang ada di luar dirinya (sebagai realitas objektif) dengan memanfaatkan media YouTube, bagaimana cara kerja mereka dalam mengutip sebagian ceramah Gus Muwafiq, menayangkan potongan ceramah, hingga pemberian judul pada konten YouTube.

Bab empat akan membahas tentang analisis bagaimana kerja komunitas admin dalam menginterpretasikan tentang realitas objektif dan subjektif mereka, mengetahui alasan kenapa mereka menayangkan konten YouTube yang demikian, sehingga pada tahap ini diharapkan mendapatkan gambaran tentang bagaimana pengetahuan yang berkerja di balik hadirnya konten YouTube Gus Muwafiq channel.

Bab lima berisikan penutup dan kesimpulan dari pembahasan tentang konstruksi moderasi agama pada konten YouTube Gus Muwafiq Channel, serta juga menampilkan data-data terkait.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Di tengah kontestasi wacana pemikiran Islam yang sudah berlangsung cukup lama di media sosial, dengan banyaknya narasi yang memobilisasi isu agama, banyaknya konten kreator yang mengkritik Pancasila sebagai *thogut*, saling *membid'ahkan*, *mensyirikan*, dan *pengkafiran* antar sesama pemeluk Islam. Maraknya channel yang selalu mengusung ceramah-ceramah yang bernada provokatif, dan ceramah-ceramah yang menanggapi tentang isu-isu kebangsaan dengan nalar provokatif adalah deretan fenomena dakwah yang ada di YouTube yang dalam penelitian ini letakkan atau dijadikan sebagai bentuk realitas objektif admin.

Produksi konten moderasi yang dilakukan oleh kelompok admin Gus Muwafiq channel sebagai bentuk objektifikasi mereka adalah bentuk usaha mereka dalam mengisi platform-platform media sosial yang dianggap cukup efektif dalam meminimalisir sikap eksklusifitas beragama. Banyaknya platform media yang menyajikan konten-konten yang memuat akan nilai-nilai moderat, menjadi angin segar di tengah banyaknya konten yang memproduksi berita *hoax*, ujaran kebencian, khususnya yang terjadi di media sosial. Paling tidak, dari banyaknya muatan konten-konten yang bernuansa moderat yang selalu dikampanyekan dapat menjadi opsi lain dari konten yang menampilkan Islam radikal, ekstrimis, dan sikap yang mencerminkan fanatisme yang berlebihan di media sosial.

Hadirnya pengetahuan atau lahirnya konten yang dicitrakan sebagai moderasi yang selalu diproduksi, tidak bisa terlepas dari realitas sosial sebagai *setting* sosial admin. Bahwa kesadaran admin Gus Muwafiq channel terhadap banyaknya konten-konten YouTube yang masih banyak memproduksi, yang dianggap sebagai citra Islam eksklusif, menjadi dorongan admin untuk meresponsnya. Bentuk respons sebagai realitas subjektif admin dalam penelitian ini terbagi dalam tiga bentuk, yakni basis moral dari organisasi NU, ketakutan terhadap masa depan masyarakat Islam Indonesia yang eksklusif, dan ideologi atau cara pandang admin yang sudah memformulasikan tentang bagaimana seharusnya hubungan antara masyarakat Islam dengan Negara dijadikan sebagai sumber realitas subjektif admin.

Kekhawatiran admin pada channel Gus Muwafiq terhadap wacana atau narasi yang selalu digaungkan oleh kelompok-kelompok yang memiliki konsep yang berbeda dengan mereka, adalah bentuk dorongan admin dalam memformulasikan tentang apa dan bagaimana seharusnya mereka bersikap terhadap realitas objektif. Bentuk proses perumusan dan memposisikan antara negara dan nilai-nilai agama yang menurut mereka sudah banyak dikooptasi oleh kelompok yang berbeda dengan mereka, adalah bentuk usaha mereka dalam proses penyeimbangan dunia sosial yang mereka inginkan.

Ketakutan admin terhadap masa depan masyarakat Islam Indonesia yang bersifat eksklusif, dengan memunculkan tawaran moderasi versi realitas subjektif admin dengan tayangan ceramah-ceramah Gus Muwafiq sebagai

bentuk respons terhadap masifnya gerakan eksklusif di YouTube nyatanya juga terjebak dalam bentuk eksklusif. Bagaimana bentuk realitas subjektif mereka yang terbentuk dari sumber nilai-nilai kelompok menjadi sebab terjebaknya mereka dalam wacana eksklusifme.

Secara umum, ditemukan dalam penelitian ini, bahwa penyebab kegagalan moderasi beragama sebagai bentuk objektifikasi admin terjadi karena tiga hal, pertama adalah bentuk *Self objektivation*, bahwa dalam tahap ini adalah gambaran tentang bentuk ketidakesuain antara apa yang terjadi di luar diri admin sebagai realitas objektif, dengan apa yang seharusnya terjadi sesuai dengan harapannya. Hal ini menggambarkan bahwa admin memiliki kuasa pemaknaan terhadap performatif yang objektif.

Kedua *Self exposure*, dalam tahap ini terlihat bahwa admin terlalu memaksakan tampilannya sendiri, sehingga kemudian terkesan mendominasi. Dominasi yang melekat pada mereka terlihat dari kuatnya sumber realitas subjektif sebagai sumber awal dalam setiap produksi konten yang mereka ciptakan. Kuatnya dominasi yang mereka ciptakan menyebabkan gagalnya terciptanya bahasa komunikasi dalam setiap tayangan Gus Muwafiq Channel karena kuatnya nilai-nilai kelompok sebagai basis dari realitas subjektif mereka

Ketiga adalah bentuk kegagalan komunikasi moderasi, komunikasi moderasi yang diciptakan seakan menunjukkan bahwa komunikasi moderasi hanya bersifat kompetisi identitas, padahal seharusnya komunikasi moderasi

tercipta dengan bentuk komunikasi komplementatif. Komunikasi moderasi komplementatif yang dimaksud merupakan salah satu upaya dalam mempertemukan berbagai bentuk perbedaan untuk menghasilkan kesepakatan bersama, lebih jauh lagi, mengajak kerjasama antar kelompok yang berbeda dalam menciptakan hubungan yang harmonis dalam bingkai kesamaan nilai yang disepakati secara universal.

Dari beberapa bentuk kegagalan yang terjadi pada diri admin sebagai bentuk objektifikasi, tidak semuanya menyebabkan kegagalan pula pada distribusi konten moderasi kepada masyarakat, hal itu terbukti dari banyaknya respons positif masyarakat terhadap ceramah-ceramah Gus Muwafiq yang dianggap dapat memberikan kesejukan dalam menghadapi banyaknya kelompok-kelompok yang dianggap gampang menyalahkan, mensyirikkan, membid'ahkan dan lain semacam, hal itu bisa dilihat dari komentar-komentar pada tayangan Gus Muwafiq Channel, salah satunya dari Doris Arlentico pada komentar Gus Muwafiq Channel tentang “pawang hujan bukan musrik, itu ilmu” yang mengatakan “Alhamdulillah jadi adem dengar penjelasan Gus Muwafiq, semoga Gus Muafiq sehat selalu. Amin ya robbal alamin”.⁵⁹

B. Saran

Terjadinya produksi tayangan tentang moderasi agama yang diupayakan kelompok Gus Muwafiq Channel sebagai tayangan alternatif dari banyaknya *content creator* yang memproduksi tayangan video ceramah yang dianggap

⁵⁹. Channel YouTube Gus Muwafiq Channel, <https://www.youtube.com/watch?v=ktbP-6N12J8>

sebagai eksklusif rupanya cukup mendapatkan apresiasi baik dari masyarakat umum, hal itu dapat dilihat dari komentar pada setiap konten yang mereka tayangkan. Akan tetapi, terlepas dari banyaknya respons positif, yang menjadi masukan dari hasil penelitian ini, bahwa konten moderasi yang diupayakan sebagai bentuk tayangan alternatif dari penelitian ini sesuai dengan analisis teori Berger, masih terjebak dalam *self objektifikasi* sebagai bentuk objektifikasi dalam proses internalisasi admin.

Self objektifikasi tidak akan terjadi jika dalam proses negosiasi antara realitas objektif dan realitas subjektif admin terjadi dengan secara seimbang. Keseimbangan pada proses realitas subjektif admin, yakni dengan tidak terlalu dominasi tentang nilai-nilai kelompok yang digunakan, pun jika memang hal ini tidak bisa dihindari, paling tidak nilai-nilai kelompok yang dapat diterima secara universal menjadi sumber yang mereka tampilkan.

Selain itu, upaya dalam menghindari kesan yang terlihat pada tayangan yang diunggah yang juga seolah-olah menampilkan kesan bahwa Islam yang tidak sesuai dengan versi mereka merupakan Islam yang kurang komplit, hal itu ditemukan pada tayangan Gus Muwafiq Channel yang diunggah pada 11 Maret 2020 dengan tagline “Kalo Mau Lihat Islam Semenjak Rasulullah yang Masih Komplit, lihatlah NU”.⁶⁰ adalah contoh pemberian *tagline* yang juga terjebak pada bentuk dominasi mereka, oleh karena, upaya-upaya untuk tidak terjebak dengan hal yang demikian, maka baik dari segi tayangan, pemberian judul atau

⁶⁰ . Channel YouTube Gus Muwafiq Channel “Kalo Mau Lihat Islam Semenjak Rasulullah Yang Masih Komplit, Lihatlah NU” pada tanggal 11 Maret 2020.

tagline, hingga tampilan awal pada tayangan YouTube harus benar-benar dapat diterima oleh seluruh khalayak, pun juga memang tetap ingin menampilkan kesan sebagai akun kelompok tertentu sebagai identitasnya, maka pemberian judulnya paling tidak tetap menampilkan kesan universal.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. Amin, *Humanisme Religius versus Humanisme Sekuler, Menuju Humanisme Spritual” dalam Ontologi buku Islam dan Humanisme, Aktualisasi Humanisme Islam di Tengah Krisis Humanisme Universal*, Semarang: IAIN Walisongo Semarang, 2007.
- Afriansyah, Anggi, *Konstruksi, Kontestasi, Fragmentasi, dan Pluralisasi Otoritas Keagamaan Indonesia Kontemporer*, Studia Islamika, 2021.
- Akhmadi, Agus, *Moderasi Beragama dalam Keberagamaan Indonesia Relegius Moderation in Indonesia’s Diversity*, Jurnal Diklat Keagamaan, 2019.
- Ali, As’ad Said, *Ideologi Gerakan Pasca-Revormasi: Gerakan-gerakan Sosial Politik dalam Tinjauan Ideologis*. Jakarta: LP3ES, 2012.
- Azra, Azyumardi, *Politikal Islam in Post Soeharto Era, Dalam Virginia Hooker dan Amin Saikal (Editor), Islamic Perspektive on the New Mellenium*, Singapore: ISEAS, 2004.
- Bagir, Zainal Abidin, *Membaca Beragam Wajah Islam Indoensia*, dalam Conservativ Trun, *Islam Indonedia dalam Ancaman Fundamentalisme*, Martin Van Bruinessen, Bandung: Mizan, 2014.
- Berger, Peter L, *Langit Suci Agama Sebagai Realitas Sosial*, Jakarta: LP3ES, 1991.
- Berger, Peter L, *Tafsir Sosial Atas Kenyataan: Risalah Tentang Sosiologi Pengetahuan*, LP3ES, 1990.
- Channel YouTube Gus Muwafiq Channel “Kalo Mau Lihat Islam Semenjak Rasulullah Yang Masih Komplit, Lihatlah NU” pada tanggal 11 Maret 2020.
- Channel YouTube Gus Muwafiq Channel dengan Judul “Fenomena Sajen” Pada 13 januari 2022
- Channel YouTube Gus Muwafiq Channel dengan Judul “Hal Terpenting Bernegara dalam Islam Adalah Membentuk Negara yang Aman”, pada 11 Agustus 2020, diakses pada 15 Agustus 2022.
- Channel YouTube Gus Muwafiq Channel dengan judul “Pawang Hujan Bukan Musyrik, Itu Ilmu” 26 Maret 2022.

- Channel YouTube Gus Muwafiq Channel dengan judul “Pesan untuk Edi Mulyadi” 31 januari 2022.
- Channel YouTube Ngopi Magrib TV, Ngopi Magrib Bedah Kaffah “Hijrah, Momentum Mewujudkan Identitas Islam Kaffah”, diakses pada tanggal 05, Agustus, 2015.
- Channel YouTube, “Khilafah Channel Reborn”, dilihat pada tanggal 5 Agustus 2022.
- Darwis, Mohammad, *Eksistensi Para Gus Di Instagram: Visual Semiotik Sebagai Dakwah Baru Di Era Digital*, Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam, 2020.
- Dewi, Fitri Sartina, *Usai Ditetapkan Jadi Ormas Terlarang, Pengacara Sebut Rekening FPI Dibekukan*, Sumber Tempo.co, diakses tanggal 19 Agustus 2022
- Dhafier, Zamakhsyari, *Tradisi Pesantren*, Jakarta: LP3ES, 1982.
- Effendy, Vhatiar, *Politikal Islam in Post Soeharto Era*, Dalam Virginia Hooker dan Amin Saikal (Editor), *Islamic Perspective on the New Mellenium*” (Singapore: ISEAS, 2004), Hlm. 140 atau Atau A. Jufri, *Konsepsi Politik Islam dan Realitas Relasi Islam dan Negara di Indonesia Pascaeformasi*, Jurnal Farabi, 2018.
- Hardiman, Budi, *Aku Klik Maka Aku Ada*, Yogyakarta : Kanisius, 2021.
- Harianto, Puji, *Radikalisme Islam Dalam Media Sosial (Konteks; Channel YouTube)*, Jurnal Sosiologi Agama, 2018.
- Hasan, Kamaruddin dan Satria M, Deddy, *Kapitalisme, Organisasi Media dan Jurnalis: Perspektif Ekonomi Politik Media*, Jurnal Online Dinamika Fisip Unbara Palembang, 2009.
- Hasan, Noorhaidi, *Dinamika Politik Islam di Indonesia Tahun 2020*, dalam buku Islam Indonesia, 2020.
- Hasyim, Syafiq, *New Contestation in Interpreting Religious Texts: Fatwa, Tafsir, and Shariah*, The New Santri: Challenges to Traditional Religious Authority in Indonesia, 2020.
- Hendropuspito, *Sosiologi Agama*, Yogyakarta: Kanisius, 1988.
- Hidayatullah, Moch Syarif , *The Cyber Islam Contestation In Indonesia*, International Journal of Advanced Science and Technology, 2020.

- Hosen, Nadirsyah, *Fatwa Online di Indonesia: Dari shoppingFatwa Hingga Meng-google Kiai, dalam buku Ustadz Seleb, Bisnis Moral & Fatwa Online.*
- Jinan, Mutohharun, *New Media dan Pergeseran Otoritas Keagamaan Islam di Indonesia, Jurnal Lektur Keagamaan, 2012.*
- Kementerian Agama RI, *Tanya Jawab Moderasi Beragama* (Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementraian Agama RI, 2019).
- Khairuni, Nisa, *Dampak Positif dan Negatif Sosial Media Terhadap Pendidikan Akhlak Anak (Studi Kasus Di Smp Negeri 2 Kelas Viii Banda Aceh), JURNAL EDUKASI: Jurnal Bimbingan Konseling, 2016.*
- Kiptyiah, Siti Mariatul, *Kiai Selebriti Dan Media Baru, Jurnal Masyarakat & Budaya, 2017.*
- Laily, Nurul, *Media Sosial dan Perilaku Keberagamaan Santri Remaja Di Pondok Pesantren Nurul Huda Kajen, FIKRAH, 2018.*
- Logan, Robert K, *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan, Peter Lang, 2010.*
- Logan, *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan, .*
- M. Thoyib dan Khisbiyah, Yahya, *KontestasiWacana Kesilaman di Dunia Maya, Moderasi, Ekstremisme, dan Hipernasionalisme, Pusat Studi Budaya dan Perubahan Sosial Universitas Muhammadiyah Surakarta: Surakarta, 2018.*
- Malik, Abdul, *Relasi Pemerintah dan Akademisi dalam Isu Moderasi Beragama di Indonesia, Jurnal Substansia, Vol. 23, No. 2, Oktober 2021.*
- Malik, Habibi, *YouTube Sebagai Guru Agama di Era Cyber Religion, AdZikra: Jurnal Komunikasi & Penyiaran Islam, 2021.*
- Masykuri, Romel dan Shodiq Ramadhan, M. Fajar, *Analisis Manifestasi Segragasi Politik Pelabelan dan Polarisasi di antara Kelompok Islam Sepanjang 2014-2019, Jurnal Politika, 2021.*
- Muflihah, Lina, *Dakwah Muslim Milenial: Studi Kasus Dalam Akun Instagram@ Surabayahijrah, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020.*
- Muhtador, Moh, *Studi Kritis Atas Transmisi dan Otoritas Keagamaan di Media Sosial, Fikra, 2018.*

- Muthohirin, Nafi', *Radikalisme Islam dan Pergerakannya di Media Sosial*, Jurnal AFKARUNA, 2015.
- Muzammil, Faisal, *Moderasi Dakwah di Era Disrupsi (Studi tentang Dakwah Moderat di YouTube)*, dalam jurnal Diklat Keagamaan, 2021.
- Nadhya Abrar, Ana, *Tata Kelola Jurnalisme Politik*", Yogyakarta: Gadjah Mada Press, 2016.
- Nasrullah, Rulli dan Rustandi, Dudi, *Meme dan Islam: Simulakra Bhasa Agama di Media Sosial*, Ilmu Dakwah: Academic Jurnal For Homilectic Studies, 2016.
- Nursatyo, *Dominasi Ideologi Media dalam Proses Produksi Berita Kasus Ahmadiyah Cikeusik Tahun 2011 Di Majalah Tempo*, Jurnal Ilmu dan Budaya, 2018.
- Pilliang, Yasraf Amir, *Dunia Yang Berlari*, Yogyakarta : Cantrik Pustaka, 158.
- Pilliang, Yasraf Amir, *Teori Budaya Kontemporer*, Yogyakarta : Cantrik Pustaka, 2017.
- Rizinaswara, Reski, *Kominfo Blokir 20.453 Konten Terorisme di Media Sosial*, diakses pada tanggal 2 Agustus 2022.
- Rubawati, Efa, *Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah*, Jurnal Studi Komunikasi, 2018.
- Setiawan, Daryanto, *Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Budaya*, JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study E-Journal, 2018.
- Soehadha, Moh, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif Untuk Studi Agama*, Yogyakarta: SUKA-Press, 2018.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Syahputra, Iswandi, *Media Relations Teori, Strategi, Praktik, Dan Media Intelijen*, 2020.
- Syaifuddin dan Aziz, Moh. Ali, *Dakwah Moderat Pendedakwah Nahdlatul Ulama, Analisis Konten Moderasi Beragama Berbasis Sejarah*, Jurnal Hikmah, 2020.
- Tim Penyusun Kementerian Agama RI, *Tanya Jawab Moderasi Beragama*, (Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2019)

- Wahyudi, Very, *Politik Digital di Era Reolusi Industri 4.0 “Marketing & Komunikasi Politik*, Jurnal Politik Islam, 2018.
- Wahyuni, Dwi, *Agama Sebagai Media dan Media Sebagai Agama*, Jurnal Ilmu Agama: Mengkaji Doktrin, Pemikiran, Dan Fenomena Agama, 2017.
- Website tentang analisis konten pada situs id.noxinfluencer.com
- Wibowo, Adi, *Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital*, Jurnal Islam Nusantara 3, 2019.
- Wijaya, Aksin, *Dari Membela Tuhan ke Membela Manusia*, Mizan, Bandung, 2018.
- Yahya, Yuangga Kurnia, Untung, Syamsul Hadi and Fajari, Indra Ari, *Da’wah Di YouTube: Upaya Representasi Nilai Islam Oleh Para Content-Creator*, Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah, 2020).
- Yoanita, Meliyana R, *Analisis Fitur-fitur yang Mempengaruhi jumlah Subscriber YouTube Menggunakan Algoritma Naive Bayes Classifier*, SMATIKA, 2020.
- Zamzamy, Ahmad, *Menyoal Radikalisasi di Media Digital*, Jurnal Dakwatuna, 2019.

