

**PERAN NEW MEDIA DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS SOSIAL
KEAGAMAAN DI KOMUNITAS SEPAK BOLA MARKIFER FC
YOGYAKARTA**



TESIS

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Magister**

Disusun oleh:

**Alvin Fahrizal Bayyuni, S.Sos.
NIM 24202011028**

**KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2026



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1583/Un.02/DD/PP.00.9/08/2026

Tugas Akhir dengan judul : Peran New Media dalam Pembentukan Identitas Sosial Keagamaan di Komunitas Sepak Bola Markifer FC Yogyakarta

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ALVIN FAHRIZAL BAYYUNI, S.Sos.
Nomor Induk Mahasiswa : 24202011028
Telah diujikan pada : Selasa, 18 Agustus 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Mohammad Zamroni, S.Sos.I.,M.Si
SIGNED

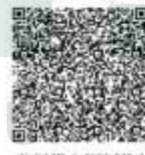
Valid ID: 6a871825d8dab



Penguji II

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
SIGNED

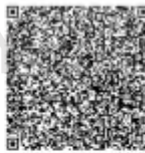
Valid ID: 6d88ca7940f6a



Penguji III

Dr. Fatma Dian Pratiwi, S.Sos M. Si.
SIGNED

Valid ID: 6a869b345c1a



Yogyakarta, 18 Agustus 2026

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Arif Maftuhin, M.Ag., M.A.I.S.
SIGNED

Valid ID: 6a880a892625d

SURAT PERSETUJUAN TESIS

Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku dosen pembimbing berpendapat bahwa tesis Saudara:

Nama : ALVIN FAHRIZAL BAYYUNI
NIM : 24202011028
Judul Tesis : Peran New Media dalam Pembentukan Identitas Sosial Keagamaan di Komunitas Sepak Bola Markifer FC Yogyakarta

tesis tersebut sudah memenuhi syarat

- ✓ Bebas dari unsur plagiarisme.
- ✓ Hasil pemeriksaan similaritas melalui Turnitin menunjukkan tingkat kemiripan sebesar 15% dengan menggunakan setelan "small match exclusion" sepuluh kata.
- ✓ Sistematika penulisan telah sesuai dengan Pedoman Penulisan Tesis yang berlaku.

dan sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister.

Dengan ini kami mengharap agar tesis tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, Agustus 2026

Dosen Pembimbing



Dr. Mohammad Zamroni, S. Sos. I., M.Si.

NIP 197807172009011012

Mengetahui:
Ketua Program Studi



Dr. Abdul Rozak, M.Pd.

NIP: 196710061994031003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : ALVIN FAHRIZAL BAYYUNI
NIM : 24202011028
PRODI : MAGISTER KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS : DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa tesis saya yang berjudul *Peran New Media dalam Pembentukan Identitas Sosial Keagamaan di Komunitas Sepak Bola Markifer FC Yogyakarta* adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, Agustus 2026

Yang menyatakan



ALVIN FAHRIZAL BAYYUNI
NIM: 24202011028

MOTTO

“Siang-siang gini, enakya malam,” (Alvin Fahrizal Bayyuni)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga Tesis ini dapat terselesaikan. Dengan penuh rasa hormat dan ketulusan, karya ini penulis persembahkan kepada:

1. Untuk kedua orang tuaku, Ibu Juwarmin dan Bapak Miftahul Huda yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, motivasi, perhatian, serta dukungan yang tiada henti selama proses pendidikan hingga penyusunan tesis ini. Segala pengorbanan, kerja keras, dan keikhlasan yang telah diberikan menjadi sumber kekuatan dan semangat bagi penulis untuk terus berjuang menyelesaikan setiap tahap perjalanan ini. Tanpa doa dan dukungan dari beliau berdua, penulis menyadari bahwa pencapaian ini tidak akan dapat diraih dengan baik.
2. Kepada dosen pembimbing dan seluruh dosen yang telah memberikan ilmu, arahan, pengalaman, serta bimbingan yang sangat berarti bagi penulis.
3. Kepada founder dan CEO komunitas sepak bola Markifer FC, Nanang Akhmad, yang sudah berkenan untuk membantu penelitian ini.
4. Kepada teman-teman angkatan Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam, tanpa terkecuali untuk semuanya, penulis mengucapkan terima kasih atas kebersamaan, dukungan, semangat, dan perhatian yang telah diberikan selama proses perkuliahan hingga penyusunan tesis ini. Berbagai cerita, perjuangan, diskusi, dan pengalaman yang dilalui bersama menjadi bagian yang sangat berarti dalam perjalanan akademik penulis. Kehadiran teman-teman tidak hanya menjadi penyemangat di tengah rasa lelah dan tekanan selama proses penyusunan tesis, tetapi juga menjadi tempat berbagi, bertukar pikiran, dan saling menguatkan satu sama lain.
5. Spesial kepada saudara-saudariku yang dengan sukarela kusebut satu demi satu. Ibnu Fathony, Rahmat Hidayat Tutupoho, Fachri Chairazi, Ario Mokoginta, Aulia Ulul Azmi, Erliana Harmenengsi, Riki Arista, Rafiq Meilandi, Rajabbul Amin, Khairil Roqi, Muhammad Gofur, Wahyudi, Syarif Hidayatullah, Mela Arza Nopiani, Yusrotul Amalia, Agustina Setiyawati, Maryam Mahasura, Marissakh Diana Martabillah, Hajja Vandini, semoga kebahagiaan selalu memeluk erat. Terima kasih telah menjadi nafas keduaku, selama menempuh pendidikan magister ini.

6. Khusus untuk dua narasumber idola penulis, pemain Timnas Indonesia, Andik Vermansah dan Irfan Jaya, yang telah berkenan membantu pembuatan tesis ini.
7. Terakhir, karya ini penulis persembahkan untuk diri sendiri, yang telah mampu bertahan, berjuang, dan melewati berbagai proses, tekanan, rasa lelah, serta keraguan selama perjalanan menyelesaikan tesis ini. Terima kasih karena tidak memilih menyerah, tetap kuat dalam menghadapi setiap tantangan, dan terus melangkah meskipun banyak hal yang tidak mudah untuk dilewati. Semua usaha, air mata, doa, dan pengorbanan yang telah dilalui menjadi bukti bahwa penulis mampu sampai pada titik ini. Semoga pencapaian ini menjadi pengingat bahwa setiap perjuangan akan menemukan hasilnya, selama dijalani dengan sabar, ikhlas, dan penuh keyakinan.

Semoga karya ini dapat menjadi bentuk rasa syukur, bakti, dan penghargaan penulis kepada semua pihak yang telah berjasa dalam perjalanan pendidikan ini.

Yogyakarta, 1 Agustus 2026



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan memahami dan menganalisis peran media baru dalam membentuk identitas keagamaan di Komunitas Markifer FC Yogyakarta, komunitas sepak bola non-formal yang tumbuh dari hobi menjadi ruang praktik keagamaan yang organik. Penelitian ini mengisi kekosongan kajian identitas sosial keagamaan pada komunitas non-formal berbasis olahraga, yang selama ini lebih banyak diteliti dalam konteks lembaga dakwah formal. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma fenomenologi dan jenis penelitian studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap dua belas informan (dipilih dengan *purposive* dan *maximum variation sampling*), observasi partisipatif pasif, serta dokumentasi, dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, dan divalidasi melalui triangulasi Lincoln dan Guba. Penelitian ini memakai tiga teori: Teori Media Baru (Castells dan Jenkins), Teori Interaksi Simbolik (Blumer), dan Teori Identitas Sosial Keagamaan (Tajfel, Turner, dan Ysseldyk dkk.). Hasil penelitian menunjukkan media baru, khususnya WhatsApp dan Instagram, berperan signifikan melalui empat temuan: (1) menjadi ruang dakwah dan internalisasi nilai Islam yang informal dan bertahap; (2) menjadi sarana representasi identitas komunitas sebagai komunitas olahraga religius; (3) berkontribusi membentuk solidaritas dan rasa memiliki antaranggota, termasuk muallaf dan anggota yang jarang hadir fisik; serta (4) komunitas menghadapi tantangan menjaga konsistensi nilai dan mengelola heterogenitas anggota di era digital. Secara teoretis, ketiga teori saling melengkapi: media baru menyediakan ruang, interaksi memproduksi makna simbolik, dan proses itu mengkristal menjadi identitas sosial keagamaan yang dihayati bersama anggota komunitas.

Kata Kunci: media baru, identitas sosial keagamaan, komunitas non-formal, interaksi simbolik, dakwah digital

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

This study analyzes the role of new media in shaping religious identity within the Markifer FC Yogyakarta community, an informal football community that evolved from a hobby into a space for organically practiced religiosity. It addresses a gap in research on religious social identity within informal, sport-based communities, a topic mostly studied within formal da'wah institutions. This qualitative research uses a phenomenological paradigm and a case study design. Data were collected through in-depth interviews with twelve informants (selected via purposive and maximum variation sampling), passive participant observation, and documentation, analyzed using the Miles and Huberman interactive model, and validated through Lincoln and Guba's triangulation. The study draws on three frameworks: New Media Theory (Castells and Jenkins), Symbolic Interactionism (Blumer), and Religious Social Identity Theory (Tajfel, Turner, and Ysseldyk et al.). Findings show new media, particularly WhatsApp and Instagram, play a significant role through four key findings: (1) functioning as an informal, gradual space for da'wah and internalizing Islamic values; (2) representing the community's identity as a religious sporting community; (3) fostering solidarity and a sense of belonging among members, including converts and those rarely attending in person; and (4) the community facing challenges in maintaining value consistency and managing member heterogeneity in the digital era. Theoretically, the three frameworks are complementary: new media provide the space, interaction produces symbolic meaning, and this process crystallizes into a religious social identity collectively lived by members.

Keywords: *new media, religious social identity, informal community, symbolic interaction, digital da'wah*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul *Peran New Media dalam Pembentukan Identitas Sosial Keagamaan di Komunitas Sepak Bola Markifer FC Yogyakarta* dengan insyaAllah sangat baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan alam Nabi Muhammad saw., keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya hingga akhir zaman. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam proses penyusunan tesis ini, penulis menyadari bahwa banyak hambatan, tantangan, dan keterbatasan yang dihadapi. Namun, berkat doa, dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak, tesis ini akhirnya dapat diselesaikan.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga, Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D., beserta seluruh jajaran yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di kampus ini serta mendukung mahasiswa.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi beserta jajaran, Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, dan Sekretaris Program Studi, serta seluruh dosen pengampu mata kuliah Komunikasi dan Penyiaran Islam, atas dukungan selama proses perkuliahan.

3. Dosen penasehat akademik, sekaligus pembimbing tesis, Dr. Mohammad Zamroni, S. Sos. I., M.Si., yang telah memberikan motivasi, arahan, dan dorongan semangat yang sangat berarti selama masa studi.
4. Kedua orang tua tercinta dan seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan doa, dukungan, semangat, perhatian, dan kasih sayang tanpa henti. Kehadiran mereka menjadi sumber kekuatan dan motivasi terbesar bagi penulis dalam menghadapi berbagai proses dan tantangan selama menempuh pendidikan hingga penyusunan tesis ini selesai.
5. Nanang Akhmad selaku founder Komunitas Markifer FC Yogyakarta, serta Seno Margo, Muhammad Ikhsan, Muhammad Affan, Ahmad Futuh Akmaladini, Faisal Alimuddin, Aras Yudha, Muhajirin Karibia, Muhammad Hagiasofya, Syarif Hidayatullah, Andik Vermansah, dan Irfan Jaya yang telah bersedia menjadi informan, memberikan waktu, informasi, pengalaman, dan bantuan selama proses penelitian berlangsung. Tanpa keterbukaan dan dukungan dari mereka, penelitian ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik.
6. Teman-teman seperjuangan yang selalu hadir memberikan dukungan, motivasi, semangat, serta kebersamaan selama proses penyusunan tesis hingga selesai. Berbagai pengalaman, diskusi, dan perjuangan yang dilalui bersama menjadi bagian yang sangat berarti dalam perjalanan akademik penulis.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki berbagai kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi

penyempurnaan karya ini di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang komunikasi dakwah, media baru, dan kehidupan komunitas keagamaan non-formal.



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERSETUJUAN TESIS.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	ii
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Teoritis	7
2. Manfaat Praktis	8
E. Kajian Pustaka.....	9
F. Kajian Teori	34
1. Teori Identitas Sosial Keagamaan (Religious Social Identity Theory) ...	35
2. Teori Media Baru (New Media Theory).....	38
3. Teori Interaksi Simbolik	42
G. Metodologi Penelitian	44
1. Paradigma Penelitian.....	44
2. Pendekatan Penelitian	46
3. Jenis Penelitian.....	46
4. Fokus Penelitian.....	46
5. Teknik Pengumpulan Data	49
6. Teknik Validasi Data.....	50
7. Teknik Analisis Data.....	51

H. Sistematika Pembahasan	53
BAB II.....	55
GAMBARAN KONTEKS PENELITIAN.....	55
A. Profil Markifer FC Yogyakarta.....	55
BAB III	71
SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN.....	71
A. Sajian Data Hasil Penelitian.....	71
1.Pemanfaatan Media Baru dalam Aktivitas Komunitas.....	73
2.Praktik Keagamaan Digital dan Pembentukan Identitas Sosial Keagamaan	91
3.Dampak dan Tantangan Komunitas di Era Digital.....	104
B.Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian.....	114
1.Media Baru sebagai Ruang Jaringan Sosial-Keagamaan.....	115
2.Konstruksi Makna Keislaman melalui Interaksi Simbolik.....	125
3.Kristalisasi Identitas Sosial Keagamaan Komunitas.....	134
4.Sintesis Ketiga Teori dan Jawaban atas Rumusan Masalah.....	141
5.Kesesuaian Temuan Penelitian dengan Wawancara, Observasi, Dokumentasi, dan Teori.....	143
BAB IV	145
PENUTUP.....	145
A. Kesimpulan	145
B. Saran.....	148
DAFTAR PUSTAKA	150
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunitas Markifer FC Yogyakarta merupakan salah satu komunitas sepak bola yang memiliki karakter unik di tengah maraknya komunitas olahraga di kota pelajar ini. Komunitas yang terbentuk secara organik dari kelompok pecinta sepak bola ini tidak hanya berorientasi pada aktivitas olahraga, tetapi juga pada pembinaan karakter dan spiritualitas anggotanya. Berdasarkan data internal komunitas tahun 2025, terdapat 244 anggota aktif yang tergabung dalam grup *WhatsApp* utama sebagai ruang komunikasi dan koordinasi kegiatan. Grup tersebut menjadi pusat aktivitas digital komunitas, tempat para anggota berbagi informasi, berdiskusi, serta menyampaikan pesan-pesan yang bernuansa religius dan sosial.

Kegiatan keagamaan menjadi salah satu ciri yang menonjol dalam kehidupan komunitas ini. Selain rutin menggelar kajian keislaman, Markifer FC juga aktif melaksanakan kegiatan sosial seperti bakti sosial, santunan anak yatim, dan penggalangan donasi untuk kegiatan kemanusiaan. Aktivitas-aktivitas tersebut tidak hanya memperkuat solidaritas antar-anggota, tetapi juga menjadi wadah bagi pembentukan nilai keagamaan yang hidup dalam keseharian mereka. Menariknya, praktik keagamaan tersebut tidak terpisah dari kegiatan utama mereka, yakni bermain sepak bola. Dalam setiap pertandingan persahabatan, anggota Markifer FC selalu mengawali dengan doa bersama,

menekankan sportivitas, serta menyisipkan pesan-pesan dakwah ringan yang mencerminkan semangat amar ma'ruf nahi munkar.

Selain berlangsung secara langsung (*offline*), aktivitas keagamaan dan sosial tersebut juga diperkuat melalui ruang digital. Melalui media baru seperti *WhatsApp* dan *Instagram*, komunitas ini secara konsisten membagikan konten yang bernuansa dakwah, motivasi Islami, serta dokumentasi kegiatan sosial. Media baru menjadi sarana efektif untuk memperluas jangkauan pesan-pesan keagamaan komunitas sekaligus memperkuat citra kolektif Markifer FC sebagai komunitas olahraga yang religius. Unggahan mereka tidak hanya berisi aktivitas sepak bola, tetapi juga refleksi moral, ajakan kebaikan, serta ekspresi nilai-nilai Islam yang dijalankan dengan cara santai dan kontekstual.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa aktivitas keagamaan di Markifer FC telah melebur dalam seluruh aspek kehidupan komunitas, baik di lapangan maupun di ruang digital. Anggota komunitas tidak sekadar berinteraksi sebagai rekan olahraga, tetapi juga sebagai sesama Muslim yang saling mengingatkan dan memperkuat keimanan. Identitas keagamaan ini terbentuk melalui proses komunikasi yang berlangsung secara alami baik interaksi langsung maupun melalui percakapan digital yang intens di grup *WhatsApp* dan media sosial. Dengan demikian, ruang digital bukan hanya sekadar sarana komunikasi teknis, tetapi juga menjadi ruang pembentukan identitas sosial keagamaan bagi para anggotanya.

Berdasarkan fenomena yang tampak di lapangan, terdapat beberapa faktor yang diduga memiliki peran dari pembentukan identitas sosial keagamaan di

komunitas Markifer FC Yogyakarta. Pertama, pemanfaatan media baru yang memberikan ruang bagi anggota untuk mengekspresikan nilai keagamaan, berbagi pengalaman spiritual, dan membentuk solidaritas religius melalui komunikasi digital. Kedua, kultur kebersamaan dan kekeluargaan yang menjadi ciri khas komunitas, di mana nilai *ukhuwah Islamiyah* tumbuh melalui aktivitas sosial dan interaksi informal. Ketiga, peran figur pemimpin komunitas yang memiliki kapasitas religius dan moral kuat sehingga mampu menjadi teladan dan pengarah nilai keislaman bagi anggota lainnya. Keempat, partisipasi aktif anggota di berbagai kegiatan keagamaan dan sosial yang menguatkan rasa memiliki serta kesadaran kolektif terhadap identitas keislaman komunitas.¹

Fenomena ini memperlihatkan bahwa pembentukan identitas sosial keagamaan tidak hanya terjadi pada lembaga formal keagamaan, tetapi juga dapat tumbuh di komunitas non-formal seperti Markifer FC, yang memadukan aktivitas olahraga, sosial, dan dakwah melalui pemanfaatan media baru.

Meskipun aktivitas keagamaan dan praktik dakwah di Markifer FC tampak berjalan secara aktif, proses bagaimana identitas sosial keagamaan itu terbentuk di antara para anggotanya belum dapat dipahami secara jelas. Belum diketahui bagaimana anggota menafsirkan pesan-pesan keagamaan di ruang digital, apakah internalisasi nilai berlangsung secara merata, serta bagaimana variasi latar belakang dan tingkat keterlibatan anggota memengaruhi

¹ Muhammad Khairil, "Analisis Pemanfaatan New Media Melalui Jaringan Media Sosial," no. September (2018): 5–6.

pembentukan identitas keagamaan tersebut. Ketidakjelasan proses ini menjadi problem utama yang perlu dikaji untuk memahami peran media baru dalam dinamika identitas keagamaan komunitas non-formal seperti Markifer FC.

Penelitian ini penting dilakukan karena belum adanya pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana media baru digunakan oleh komunitas non-formal seperti Markifer FC untuk membangun dan memelihara identitas sosial keagamaan anggotanya. Di tengah meningkatnya konsumsi media digital oleh masyarakat urban, ruang-ruang komunitas berbasis hobi justru menjadi locus baru pembentukan nilai keagamaan, namun fenomena ini belum banyak diperhatikan dalam kajian komunikasi Islam. Selain itu, pola interaksi religius yang terjadi di ruang digital komunitas ini berpotensi menciptakan bentuk baru religiuitas yang berbeda dari lembaga formal, sehingga penting untuk ditelaah guna memahami dinamika internalisasi nilai keislaman dalam konteks masyarakat digital saat ini.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji fenomena pembentukan identitas di era digital dari berbagai sudut pandang. Rizqi, menemukan bahwa majlis ta'lim sebagai lembaga non-formal mampu berfungsi sebagai filter moral bagi remaja dalam menghadapi pengaruh negatif media sosial, sekaligus beradaptasi dengan teknologi digital melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa meskipun remaja tidak dapat terlepas dari pengaruh digital, pembinaan keagamaan yang intensif mampu memberikan dasar nilai yang kuat sehingga identitas keagamaan tetap

terjaga secara positif dan moderat.² Di sisi lain, Padil dan Arifin, menganalisis efek pengaruh media sosial dalam membentuk identitas sosial remaja dan menemukan bahwa media sosial memiliki pengaruh ganda: memungkinkan eksplorasi identitas namun juga menimbulkan tekanan sosial yang dapat mempengaruhi kesehatan mental. Kedua penelitian ini menunjukkan pentingnya memahami dinamika media baru dalam pembentukan identitas, namun keduanya lebih fokus pada konteks lembaga formal atau remaja secara umum, belum menyentuh komunitas non-formal berbasis olahraga seperti Markifer FC yang memadukan aktivitas fisik, spiritualitas, dan media baru dalam satu ruang sosial.³

Dua penelitian tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat aspek yang belum tergali secara mendalam, terutama terkait pembentukan identitas keagamaan pada komunitas non-formal berbasis olahraga. Hal ini terlihat dari kecenderungan penelitian terdahulu yang masih berpusat pada konteks lembaga keagamaan formal seperti majlis taklim, pesantren, atau organisasi dakwah, serta pada kelompok remaja secara umum yang mengalami pengaruh media sosial. Penelitian-penelitian tersebut berfokus pada pola pembinaan, pengaruh media digital, serta adaptasi lembaga formal terhadap teknologi. Namun, belum ada penelitian yang secara spesifik menelaah bagaimana identitas sosial keagamaan terbentuk dalam komunitas non-formal berbasis olahraga yang tidak memiliki struktur keagamaan formal, tetapi justru

² Akfi Yusria Rizqi, "Peran Majelis Ta'lim dalam Pembentukan Identitas Keagamaan Remaja Pedesaan di Era Digital Pendahuluan," 2025, 119–28.

³ Rohman Padil dan Achmad Zainal Arifin, "Efek Pengaruh Sosial Media Dalam Membentuk Identitas Sosial Remaja" 1, no. 3 (2024): 106–13.

mempraktikkan aktivitas religius secara organik melalui interaksi offline dan digital. Selain itu, belum ada kajian yang menghubungkan secara langsung pemanfaatan media baru, dinamika komunikasi digital, dan proses internalisasi nilai Islam di komunitas seperti Markifer FC. Kekosongan ini menunjukkan bahwa aspek pembentukan identitas keagamaan melalui media baru di komunitas non-formal berbasis hobi masih belum terjelaskan, sehingga penelitian ini hadir untuk mengisi ruang tersebut dengan mengkaji bagaimana media baru berperan dalam membentuk identitas sosial keagamaan anggota Markifer FC Yogyakarta.

Penelitian ini menghadirkan kebaruan karena mengkaji pembentukan identitas sosial keagamaan pada komunitas non-formal berbasis olahraga yang belum menjadi fokus penelitian terdahulu. Pertama, penelitian ini mengungkap bagaimana aktivitas dakwah dan ekspresi religiusitas tumbuh secara organik di komunitas yang tidak memiliki struktur keagamaan formal, sesuatu yang belum pernah diteliti dalam konteks studi komunikasi Islam. Kedua, penelitian ini mengintegrasikan teori identitas sosial keagamaan, interaksionisme simbolik, dan konsep media baru untuk membaca dinamika pembentukan identitas dalam ruang hybrid (offline–online), pendekatan teoretis yang jarang digunakan secara bersamaan dalam penelitian sebelumnya. Ketiga, penelitian ini menawarkan kontribusi empiris mengenai bagaimana media baru, khususnya WhatsApp dan Instagram, berperan bukan hanya sebagai sarana komunikasi teknis, tetapi juga sebagai ruang produksi makna keagamaan, internalisasi nilai Islam, dan penguatan solidaritas religius pada komunitas

berbasis hobi. Dengan demikian, penelitian ini memberikan pemahaman baru tentang pola keberagaman generasi muda di era digital yang terbentuk melalui interaksi komunitas non-formal.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, fokus penelitian ini diarahkan untuk menjawab pertanyaan utama yakni Bagaimana peran media baru dalam membentuk identitas keagamaan di komunitas Markifer FC Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis peran media baru dalam membentuk identitas keagamaan di komunitas Markifer FC Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi dan penyiaran Islam, khususnya dalam konteks dakwah di era media baru. Penelitian ini berupaya memperluas pemahaman tentang konsep dakwah digital sebagai bagian dari dinamika komunikasi Islam kontemporer yang bersifat partisipatif, dialogis, dan berbasis komunitas.

Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkuat kajian mengenai komunikasi Islam komunitatif, yaitu bentuk komunikasi dakwah yang menekankan nilai ukhuwah, kesetaraan, dan kolaborasi sosial. Dengan

demikian, penelitian ini dapat menjadi rujukan akademik bagi pengembangan teori-teori komunikasi Islam yang relevan dengan perkembangan teknologi komunikasi modern.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya wacana keilmuan tentang integrasi antara teori media baru dan prinsip dakwah Islam, khususnya dalam memahami bagaimana media digital membentuk pola komunikasi, jaringan sosial, serta ruang dakwah yang baru di tengah masyarakat.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini menghasilkan blueprint strategis mengenai bagaimana komunitas non-formal berbasis olahraga dapat memanfaatkan media baru dalam membentuk dan memperkuat identitas sosial keagamaan anggotanya. Blueprint ini mencakup pola komunikasi digital, mekanisme internalisasi nilai Islam, serta desain interaksi hybrid (offline–online) yang dapat diadopsi oleh komunitas lain dengan karakter serupa.

Bagi praktisi dakwah dan pengelola komunitas Islam, blueprint ini dapat digunakan sebagai panduan implementatif dalam merancang model dakwah komunitatif yang lebih relevan dengan karakter generasi digital—yakni dakwah yang berbasis kedekatan sosial, partisipasi anggota, serta penggunaan media baru sebagai ruang produksi makna keagamaan.

Bagi lembaga dakwah, ormas Islam, dan institusi pendidikan, hasil penelitian ini menyediakan kerangka pengembangan program pembinaan digital yang lebih adaptif terhadap kebutuhan keberagamaan anak muda.

Blueprint ini membantu lembaga memahami bagaimana nilai-nilai Islam dapat ditransmisikan melalui aktivitas non-formal dan budaya komunitas.

Bagi komunitas dan masyarakat umum, penelitian ini memberikan acuan praktis tentang bagaimana media sosial dapat digunakan sebagai sarana penguatan etika bermedia, pemaknaan religiusitas sehari-hari, dan pembentukan solidaritas keagamaan yang inklusif.

Dalam jangka panjang, blueprint ini diharapkan menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya dan dapat dikembangkan menjadi model pembinaan komunitas berbasis media baru yang lebih komprehensif di ranah komunikasi dan penyiaran Islam.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka berfungsi untuk menunjukkan posisi penelitian ini di antara studi-studi sebelumnya yang membahas tema dakwah digital, komunikasi Islam komunitatif, dan pemanfaatan media baru dalam penyiaran Islam. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa perkembangan teknologi komunikasi telah melahirkan bentuk-bentuk baru dalam aktivitas dakwah yang lebih partisipatif, terbuka, dan kontekstual.

Penelitian Aang Ridwan dalam tulisannya "Dakwah dan Digital Culture: Membangun Komunikasi Dakwah di Era Digital" menjelaskan bahwa dakwah di era digital harus mampu menyesuaikan diri dengan karakter media baru yang interaktif dan berbasis jejaring. Menurutnya, pendakwah tidak lagi sekadar menyampaikan pesan secara satu arah, tetapi harus menjadi fasilitator dialog dan kolaborasi keislaman di ruang digital. Pandangan ini menunjukkan bahwa

transformasi medium dakwah juga berimplikasi pada perubahan metode dan gaya komunikasi yang digunakan oleh para pendakwah. Ridwan menekankan pentingnya para dai untuk memiliki kompetensi teknologi informasi dan komunikasi, memahami karakteristik masyarakat digital, serta mampu mengemas pesan dakwah yang sesuai dengan kecenderungan generasi kontemporer. Penelitiannya juga menyoroti bahwa dakwah di era digital bukan hanya berfokus pada penyebaran informasi keagamaan, tetapi lebih pada membangun kesadaran bersama untuk perbaikan diri, ketenangan hidup, dan pengembangan potensi umat melalui kerja kolaboratif.⁴

Persamaan dengan penelitian ini, sama-sama mengkaji peran media baru dalam konteks keislaman dan mengakui bahwa era digital menuntut adaptasi dalam cara berkomunikasi dan menyebarkan nilai-nilai keagamaan. Kedua penelitian juga sama-sama melihat bahwa media baru bukan sekadar alat teknis, melainkan ruang sosial yang membentuk pola interaksi dan konstruksi nilai keagamaan dalam masyarakat kontemporer.

Perbedaan dengan penelitian ini, Ridwan berfokus pada dakwah sebagai aktivitas formal yang dilakukan oleh pendakwah atau dai dengan penekanan pada strategi komunikasi dan pemilihan media yang tepat untuk efektivitas dakwah. Sementara penelitian ini mengkaji pembentukan identitas sosial keagamaan dalam komunitas non-formal berbasis olahraga (Markifer FC) yang terjadi secara organik melalui interaksi sehari-hari di media baru. Ridwan lebih

⁴ Aang Ridwan, "Dakwah dan Digital Culture : Membangun Komunikasi Dakwah di Era Digital," *Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2022): 74–84.

menyoroti aspek metode dan strategi dakwah yang bersifat top-down, sedangkan penelitian ini lebih menekankan pada proses pembentukan identitas yang berlangsung secara bottom-up melalui partisipasi aktif anggota komunitas dalam ruang digital.

Novelty penelitian ini, mengisi kekosongan kajian tentang bagaimana identitas sosial keagamaan terbentuk dalam komunitas non-formal yang memadukan aktivitas olahraga, spiritualitas, dan media baru dalam satu ekosistem sosial. Berbeda dengan kajian Ridwan yang melihat media baru sebagai alat dakwah, penelitian ini melihat media baru sebagai ruang pembentukan identitas sosial keagamaan yang terjadi melalui interaksi natural dan spontan antar-anggota komunitas. Fokus pada komunitas olahraga yang religius juga memberikan perspektif baru tentang bagaimana nilai-nilai Islam dapat diinternalisasikan melalui aktivitas sosial informal yang diperkuat oleh komunikasi digital, bukan melalui jalur dakwah formal.

Penelitian Zainuddin Syarif, Abd Hannan, dan Mubaidi Sulaeman berjudul "New Media dan Representasi Budaya Islam Populer di Kalangan Pendakwah Muslim Milenial di Indonesia" menemukan bahwa media baru, khususnya media sosial seperti Instagram dan YouTube, berperan penting dalam membentuk budaya Islam populer di kalangan generasi muda. Dengan menggunakan pendekatan netnografi dan mengkaji tokoh seperti Hanan Attaki dan Felix Siau, penelitian ini mengungkapkan bahwa para pendakwah milenial memanfaatkan media digital untuk menyampaikan pesan keagamaan secara kreatif, visual, dan kontekstual dengan gaya hidup masyarakat urban.

Studi ini menemukan bahwa fenomena dakwah di ruang media baru telah menciptakan budaya Islam populer yang melibatkan netizen dalam konsumsi informasi agama, di mana netizen cenderung terpapar pada banjir informasi yang dapat menggeser pemahaman keagamaan konvensional. Penelitian ini juga mengidentifikasi enam karakteristik budaya Islam populer: pragmatisme, hibrid, konsumerisme, budaya visual, budaya gaya, dan hiperealitas. Temuan ini memperlihatkan bahwa media baru bukan sekadar alat penyiaran dakwah, tetapi juga ruang budaya yang membentuk identitas religius baru melalui visualisasi, komodifikasi, dan representasi nilai-nilai agama yang disesuaikan dengan selera pasar dan industri hiburan.⁵

Persamaan dengan penelitian ini, sama-sama mengkaji peran media baru (media sosial) dalam konteks keislaman dan pembentukan identitas keagamaan di era digital. Kedua penelitian juga mengakui bahwa media baru telah mengubah cara beragama dan menciptakan praktik keislaman yang berbeda dari tradisi konvensional. Keduanya juga melihat media baru sebagai ruang sosial yang aktif membentuk kultur keagamaan, bukan sekadar medium komunikasi pasif.

Perbedaan dengan penelitian ini, Syarif dkk. fokus pada tokoh pendakwah individual (Hanan Attaki dan Felix Siau) sebagai produser konten dakwah dan menganalisis representasi budaya Islam populer yang mereka ciptakan di media sosial dengan penekanan pada aspek visualisasi, gaya, dan komodifikasi

⁵ Zainuddin Syarif, Abd Hannan, dan Mubaidi Sulaeman, "New Media Dan Representasi Budaya Islam Populer di Kalangan Pendakwah Muslim Milenial Di Indonesia," *Jurnal Sosiologi Agama* 17, no. 2 (2023): 257–256.

agama. Penelitian ini lebih menyoroti fenomena komodifikasi dan hiperealitas dalam dakwah digital yang cenderung mengubah agama dari tuntunan menjadi tontonan. Sementara itu, penelitian tentang Markifer FC mengkaji pembentukan identitas sosial keagamaan dalam komunitas non-formal yang terjadi melalui interaksi kolektif antar-anggota di media baru, bukan dari figur pendakwah individual. Syarif dkk. menggunakan pendekatan netnografi untuk menganalisis konten media sosial, sedangkan penelitian ini lebih menekankan pada proses interaksi sosial dalam komunitas.

Novelty penelitian ini, memberikan perspektif yang berbeda dengan mengkaji pembentukan identitas sosial keagamaan dalam konteks komunitas olahraga non-formal, bukan dari sudut pandang tokoh pendakwah atau produksi konten dakwah. Berbeda dengan fokus Syarif dkk. pada komodifikasi dan hiperealitas yang cenderung kritis terhadap Islam populer, penelitian ini melihat bagaimana media baru dapat menjadi ruang positif bagi pembentukan identitas keagamaan yang autentik melalui interaksi sosial organik dalam komunitas. Markifer FC menunjukkan bahwa media baru tidak hanya menciptakan budaya tontonan, tetapi juga dapat memperkuat solidaritas keagamaan, nilai ukhuwah Islamiyah, dan praktik keislaman yang substantif melalui kombinasi aktivitas offline (olahraga, kajian, sosial) dan online (komunikasi digital). Ini memberikan alternatif pemahaman bahwa media baru dalam komunitas non-formal dapat menghasilkan identitas keagamaan yang seimbang antara dimensi spiritual dan sosial, tidak semata-mata konsumtif atau visual seperti yang ditemukan dalam kajian budaya Islam populer.

Ayu Kristina melalui penelitiannya "Dakwah Digital untuk Generasi Milenial: Studi atas Praktik Dakwah di Komunitas Omah Ngaji Surakarta" mengkaji praktik dakwah digital berbasis komunitas non-formal yang menasar generasi milenial. Penelitian ini menemukan bahwa dakwah yang tumbuh dari komunitas non-formal memiliki daya jangkauan yang lebih luas dan mampu membangun keterikatan sosial yang kuat antar-anggota. Komunitas Omah Ngaji mengintegrasikan metode dakwah tradisional (taklim, halaqah) dengan pemanfaatan media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, dan Telegram untuk menyebarkan konten dakwah yang ramah, moderat, dan kontekstual.⁶

Pendekatan komunitatif dalam dakwah menjadikan proses komunikasi lebih alami dan partisipatif, karena setiap anggota memiliki peran aktif dalam menciptakan dan menyebarkan pesan keagamaan. Kristina menekankan pentingnya "ustadz gaul" yang memahami teknologi dan mampu menyajikan materi keagamaan dengan pendekatan psikologis serta bahasa yang sesuai dengan kultur generasi milenial. Komunitas ini juga berfungsi sebagai counter terhadap ujaran kebencian, hoax, radikalisme, dan ekstremisme dengan cara menyebarkan konten yang toleran dan moderat melalui berbagai format seperti quote, meme, infografis, dan video.

Persamaan dengan penelitian ini sama-sama mengkaji peran komunitas non-formal dalam pembentukan identitas keagamaan melalui pemanfaatan

⁶ Ayu Kristina, "Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial : Studi Atas Praktik Dakwah di Komunitas Omah Ngaji, Surakarta," *Muâsarrah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 2, no. 1 (2020): 10.

media baru. Kedua penelitian juga melihat bahwa komunitas berbasis kegiatan non-dakwah formal (Omah Ngaji berbasis pengajian komunitas, Markifer FC berbasis olahraga) mampu menjadi ruang efektif untuk internalisasi nilai-nilai keagamaan yang moderat dan toleran. Keduanya juga mengakui pentingnya integrasi aktivitas offline dan online dalam memperkuat solidaritas dan identitas keagamaan anggota komunitas.

Perbedaan dengan penelitian ini, Kristina fokus pada komunitas pengajian yang secara eksplisit bertujuan untuk dakwah dan counter-radikalisme dengan penekanan pada aspek ideologis (moderasi, toleransi, anti-radikalisme). Penelitiannya lebih menyoroti metode dan strategi dakwah yang digunakan untuk melawan konten negatif di media sosial, serta peran "ustadz gaul" sebagai figur sentral dalam penyampaian materi.

Sementara itu, penelitian tentang Markifer FC mengkaji komunitas olahraga yang aktivitas keagamaannya tumbuh secara organik tanpa agenda counter-dakwah yang eksplisit. Kristina menekankan aspek konten dakwah dan produksi pesan keagamaan (quote, meme, video), sedangkan penelitian ini lebih menekankan pada proses interaksi sosial dan komunikasi natural dalam membentuk identitas sosial keagamaan.

Novelty penelitian ini, memberikan perspektif unik tentang bagaimana identitas sosial keagamaan dapat terbentuk dalam komunitas yang aktivitas utamanya bukan dakwah atau pengajian, melainkan olahraga. Berbeda dengan Omah Ngaji yang memang dirancang sebagai ruang dakwah dan pembelajaran agama dengan tujuan counter-radikalisme yang eksplisit, Markifer FC

menunjukkan bahwa pembentukan identitas keagamaan dapat terjadi secara lebih natural dan organik melalui aktivitas sosial sehari-hari yang memadukan olahraga, spiritualitas, dan media baru.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa media baru dalam konteks komunitas olahraga tidak hanya berfungsi sebagai alat penyebaran konten dakwah, tetapi lebih sebagai ruang komunikasi yang memperkuat ikatan sosial keagamaan melalui dokumentasi aktivitas, berbagi momen spiritual, dan ekspresi nilai-nilai Islam dalam konteks yang lebih kasual dan tidak formal. Dengan demikian, penelitian ini memperluas pemahaman tentang dakwah dan pembentukan identitas keagamaan di era digital yang tidak hanya terjadi melalui jalur formal atau counter-narasi ideologis, tetapi juga melalui praktik kehidupan sehari-hari dalam komunitas berbasis minat bersama.

Afidatul Asmar dalam penelitiannya berjudul "Ekspresi Keberagaman Online: Media Baru dan Dakwah" menyoroti munculnya keragaman ekspresi religius di ruang digital dan bagaimana media baru mengubah lanskap dakwah Islam kontemporer. Penelitian ini menggunakan studi kasus terhadap respons pendakwah dan umat terkait ekspresi keberagaman dalam menggunakan media baru, khususnya melalui platform Instagram, Facebook, Twitter, dan YouTube.

Asmar menemukan bahwa media baru menyediakan ruang dialog yang lebih terbuka bagi umat Islam untuk menafsirkan dan mengekspresikan nilai keagamaan mereka secara mandiri. Media baru memungkinkan konten keislaman dikemas dengan santai dalam cerita kehidupan sehari-hari serta dibumbui hal-hal lucu, yang mampu menjaring peminat dari kedua sisi baik

pendakwah maupun mad'u. Namun, penelitian ini juga mengangkat pertanyaan kritis tentang apakah jalan pencarian Tuhan generasi media ini akan menyebabkan pengunjung tempat ibadah surut, pemberitaan Kitab Suci tidak didengar, dan spirit komunitas keagamaan tatap muka meredup.⁷

Asmar menekankan pentingnya etika bermedia dan literasi digital agar dakwah di ruang maya tetap berlandaskan nilai-nilai moral Islam dan tidak kehilangan substansi spiritualnya. Ia mengusulkan paradigma baru dakwah di media baru yang mencakup empat aspek: pembaharuan konsep dakwah (aktual, faktual, kontekstual), perluasan jaringan kerjasama dengan lembaga dakwah, penguatan dana, dan peningkatan kualitas dai yang tidak hanya pandai berbicara soal agama namun juga menguasai teknologi. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya dakwah kultural yang beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital tanpa kehilangan nilai-nilai tradisional dan lokalitas Islam Nusantara.

Persamaan dengan penelitian ini, sama-sama mengkaji peran media baru dalam konteks keislaman dan mengakui bahwa media baru telah mengubah cara beragama dan berdakwah di era kontemporer. Kedua penelitian juga melihat media baru sebagai ruang yang memungkinkan ekspresi keagamaan yang lebih beragam dan fleksibel dibandingkan dengan praktik keagamaan konvensional. Keduanya juga menyadari adanya tantangan dalam penggunaan

⁷ Afidatul Asmar, "Ekspresi Keberagaman Online: Media Baru dan Dakwah," *Jurnal Ilmu Dakwah* 40, no. 1 (2020): 54–64.

media baru, khususnya terkait dengan kemungkinan reduksi nilai spiritual dan pergeseran praktik keagamaan dari substansi menuju simbol.

Perbedaan dengan penelitian ini, Asmar menggunakan pendekatan yang lebih kritis dan evaluatif terhadap fenomena dakwah digital dengan mempertanyakan implikasi negatifnya, seperti kemungkinan "menuhankan Tuhan-tuhan virtual" dan memudarnya spirit komunitas keagamaan tatap muka. Fokusnya lebih pada aspek teologis dan paradigma dakwah yang harus diperbarui untuk menghadapi tantangan era digital. Penelitian ini bersifat makro dengan mengkaji fenomena dakwah digital secara umum tanpa fokus pada komunitas atau objek spesifik.

Sementara itu, penelitian tentang Markifer FC bersifat mikro dengan fokus pada satu komunitas spesifik dan lebih menekankan pada aspek positif dari penggunaan media baru dalam pembentukan identitas sosial keagamaan melalui interaksi natural dalam komunitas. Penelitian ini tidak mempertanyakan aspek teologis atau spiritual secara mendalam, melainkan lebih fokus pada proses sosiologis pembentukan identitas melalui komunikasi digital dalam konteks komunitas olahraga.

Novelty penelitian ini, penelitian ini memberikan perspektif yang lebih optimis dan konkret tentang bagaimana media baru dapat berfungsi positif dalam pembentukan identitas keagamaan melalui studi kasus komunitas nyata. Berbeda dengan pendekatan Asmar yang lebih teoritis dan kritis-evaluatif terhadap fenomena dakwah digital secara umum, penelitian tentang Markifer

FC menunjukkan bukti empiris bagaimana media baru dapat memperkuat, bukan melemahkan, praktik keagamaan dan solidaritas komunitas.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa media baru dalam konteks komunitas berbasis aktivitas non-keagamaan (olahraga) justru dapat menjadi pengikat yang memperkuat dimensi offline, bukan menggantikannya. Grup WhatsApp dan media sosial Markifer FC tidak membuat anggota surut dari kegiatan tatap muka seperti kajian, bakti sosial, atau bermain sepak bola, melainkan justru memperkuat koordinasi dan dokumentasi aktivitas tersebut. Hal ini menjawab kekhawatiran Asmar tentang mudurnya spirit komunitas keagamaan tatap muka dengan menunjukkan bahwa integrasi online-offline yang tepat justru dapat memperkuat keduanya.

Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa pembentukan identitas keagamaan tidak harus melalui jalur dakwah formal atau paradigma baru yang dirancang khusus, tetapi dapat tumbuh secara organik dalam komunitas yang memiliki nilai-nilai keislaman sebagai bagian integral dari aktivitas sehari-hari. Dengan demikian, penelitian ini memperluas pemahaman tentang dakwah digital yang tidak hanya tentang metode penyampaian pesan, tetapi juga tentang bagaimana ruang digital menjadi bagian dari ekologi sosial keagamaan yang hidup dan berkelanjutan.

M. Fahmi Ashari, Muhammad Khalil Dova, dan Canra Krisna Jaya dalam penelitian berjudul "Komunikasi Dakwah Kultural di Era Digital" menganalisis bagaimana dakwah di era media baru perlu mempertimbangkan konteks budaya lokal dan dinamika sosial komunitas. Penelitian ini

menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memahami fenomena dakwah kultural dalam konteks digitalisasi.⁸

Ashari dkk. menegaskan bahwa agama dan budaya merupakan dua aspek yang tidak dapat dipisahkan, meski keduanya memiliki batas tertentu yaitu selama budaya tidak bertentangan dengan nilai-nilai ajaran Islam. Pendekatan kultural ini menekankan pentingnya membangun komunikasi dakwah yang bersifat komunitatif, yaitu komunikasi yang menumbuhkan empati, solidaritas, dan kebersamaan dalam menyampaikan nilai-nilai Islam. Dakwah bukan lagi semata aktivitas penyiaran pesan, melainkan praktik sosial yang menghidupkan nilai-nilai keislaman dalam keseharian masyarakat.

Penelitian ini menemukan bahwa implementasi dakwah kultural di era digital direalisasikan melalui platform digital seperti media sosial (Facebook, Instagram, YouTube, TikTok), situs web, podcast, dan aplikasi seluler. Hal ini merupakan bukti bahwa metode dakwah Islam akan selalu berkembang dan nilai-nilai ajaran Islam akan selalu relevan dengan kondisi zaman. Ashari dkk. juga mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam dakwah kultural di era digital, antara lain: pergeseran nilai budaya Islam pada era digitalisasi, dekadensi moral dalam kehidupan sosial, serta pola hidup yang individualistik dan materialistik. Namun, peluang yang diperoleh yaitu dapat menarik banyak perhatian masyarakat, memungkinkan pesan agama disampaikan dengan cara

⁸ M Fahmi Ashari, Muhammad Khalil Dova, dan Canra Krisna Jaya, "Dakwah Kultural di Era Digital," *Journal of Da'wah* 3, no. 2 (2024): 137–61.

yang lebih kreatif dan menarik, serta dapat menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan.

Persamaan dengan penelitian ini sama-sama mengkaji peran media baru dalam konteks keislaman dengan pendekatan yang menghargai dinamika sosial dan budaya lokal. Kedua penelitian juga menekankan pentingnya komunikasi yang bersifat komunitatif dan tidak sekadar transmisi pesan satu arah. Keduanya mengakui bahwa dakwah di era digital harus mempertimbangkan konteks sosio-kultural masyarakat dan tidak dapat dilepaskan dari praktik kehidupan sehari-hari. Penelitian Ashari dkk. dan penelitian tentang Markifer FC sama-sama melihat bahwa nilai-nilai Islam dapat dihidupkan melalui praktik sosial dalam komunitas, bukan hanya melalui ceramah atau penyampaian pesan formal.

Perbedaan dengan penelitian ini, Ashari dkk. fokus pada aspek teoritis dan konseptual tentang dakwah kultural di era digital secara makro, dengan menekankan pada berbagai platform digital dan metodenya (media sosial, website, podcast, aplikasi). Penelitian ini lebih bersifat preskriptif tentang bagaimana seharusnya dakwah kultural dilakukan di era digital dengan mempertimbangkan kearifan lokal. Pendekatannya lebih pada analisis komunikasi dakwah sebagai strategi yang perlu dirancang dan diimplementasikan dengan memperhatikan budaya lokal.

Sementara itu, penelitian tentang Markifer FC bersifat deskriptif-empiris dengan fokus pada satu komunitas spesifik dan bagaimana proses pembentukan identitas sosial keagamaan berlangsung secara natural dalam komunitas

olahraga. Penelitian ini tidak membahas dakwah kultural dalam pengertian pelestarian budaya lokal atau kearifan lokal, melainkan lebih pada bagaimana nilai-nilai keislaman terinternalisasi dalam aktivitas komunitas yang berbasis olahraga modern (sepak bola).

Novelty penelitian ini memberikan perspektif empiris yang konkret tentang bagaimana dakwah kultural dalam pengertian yang lebih luas, yaitu dakwah yang sesuai dengan konteks sosial komunitas, dapat terwujud secara organik dalam komunitas non-formal berbasis olahraga. Berbeda dengan pendekatan Ashari dkk. yang menekankan pada aspek budaya lokal dan kearifan lokal sebagai basis dakwah kultural, penelitian tentang Markifer FC menunjukkan bahwa "kultural" dapat juga dipahami sebagai adaptasi terhadap kultur komunitas kontemporer (kultur anak muda, kultur olahraga, kultur media baru).

Penelitian ini mengungkapkan bahwa pembentukan identitas sosial keagamaan tidak harus melalui strategi dakwah kultural yang dirancang dengan mempertimbangkan kearifan lokal atau budaya tradisional, tetapi dapat tumbuh dalam komunitas modern yang memiliki kultur dan dinamika sendiri. Markifer FC menunjukkan bahwa media baru tidak hanya berfungsi sebagai platform untuk menyebarkan dakwah kultural (sebagaimana dijelaskan Ashari dkk.), tetapi juga sebagai ruang di mana kultur keislaman baru terbentuk melalui interaksi sosial sehari-hari dalam komunitas.

Lebih lanjut, penelitian ini memperluas pemahaman tentang dakwah kultural dari fokus pada pelestarian budaya lokal tradisional (seperti wayang,

gamelan, atau tradisi lokal lainnya) menuju pemahaman yang lebih inklusif tentang bagaimana komunitas kontemporer, dengan kultur modernnya sendiri, dapat menjadi ruang pembentukan identitas keagamaan yang kuat. Ini menunjukkan bahwa dakwah kultural tidak harus selalu berorientasi ke masa lalu (kearifan lokal tradisional), tetapi juga dapat berorientasi ke masa kini dengan menciptakan kultur keislaman baru yang relevan dengan kehidupan kontemporer, terutama generasi muda.

Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada diskusi dakwah kultural dengan menunjukkan bahwa "kultural" dalam dakwah di era digital tidak hanya tentang menggunakan budaya lokal sebagai medium, tetapi juga tentang memahami dan beradaptasi dengan kultur komunitas kontemporer di mana nilai-nilai Islam dapat tumbuh dan berkembang secara natural.

Achadah, dalam penelitiannya berjudul "Peran 'Jama'ah Aremania' dalam Kegiatan Keagamaan di Kabupaten Malang" mengkaji bagaimana kelompok suporter sepak bola Aremania (pendukung Arema FC) di Desa Pagedangan, Kecamatan Turen, bertransformasi menjadi komunitas yang disebut Jama'ah Aremania dan terlibat aktif dalam kegiatan keagamaan. Penelitian kualitatif ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi, dengan pengecekan keabsahan data melalui perpanjangan pengamatan dan triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jama'ah Aremania lahir dari keresahan yang dirasakan oleh Aremania dan pemuda setempat terhadap kondisi kehidupan dan lingkungan sosial mereka, dan komunitas ini kemudian memberikan pengaruh besar terhadap berbagai sendi kehidupan masyarakat

Desa Pagedangan. Dampak paling nyata yang ditemukan adalah berkurangnya pola hidup destruktif di kalangan anggota dan munculnya kecenderungan untuk kembali pada jalan hidup yang lebih positif serta mendalami ajaran Islam.⁹

Persamaan dengan penelitian ini, sama-sama mengkaji bagaimana komunitas yang berakar dari aktivitas olahraga (suporter/penggemar sepak bola) dapat menjadi ruang tumbuhnya kesadaran dan praktik keagamaan yang tidak direncanakan secara formal sejak awal. Kedua penelitian juga menunjukkan bahwa identitas keagamaan dapat terbentuk melalui jalur non-dakwah, yakni melalui ikatan sosial yang lebih dulu terjalin di antara anggota komunitas berbasis minat yang sama.

Perbedaan dengan penelitian ini, Achadah berfokus pada komunitas suporter sepak bola (fans club) yang keanggotaannya terbentuk dari kecintaan terhadap klub tertentu, dengan aktivitas keagamaan sebagai perkembangan lanjutan yang terjadi secara luring (offline) di ranah komunitas teritorial pedesaan, tanpa menyoroti peran media baru sebagai ruang interaksi. Penelitian tentang Markifer FC justru mengkaji komunitas yang terbentuk dari partisipasi aktif bermain sepak bola (bukan sekadar mendukung klub), dan menempatkan media baru sebagai ruang sentral tempat identitas sosial keagamaan itu dibentuk dan dinegosiasikan, bersanding dengan interaksi tatap muka.

Novelty penelitian ini, memperlihatkan bahwa proses pembentukan identitas keagamaan pada komunitas berbasis olahraga tidak hanya dapat

⁹ Alif Achadah, "Peran " Jama ' Ah Aremania " dalam Kegiatan Keagamaan," *Al-Wijdan* V, no. May (2020).

terjadi di ruang fisik/teritorial sebagaimana temuan Achadah pada Jama'ah Aremania, tetapi juga dapat terbentuk dan diperkuat melalui ekosistem digital pada komunitas olahraga partisipatif seperti Markifer FC. Hal ini memberikan perspektif baru bahwa media baru berperan bukan hanya sebagai pelengkap, melainkan sebagai ruang konstitutif dalam pembentukan identitas sosial keagamaan di komunitas non-formal berbasis olahraga.

Alexander Raymon, dalam penelitiannya berjudul "Pemanfaatan Media Sosial dalam Proses Pengayoman Komunitas Tionghoa Mualaf di Masjid Lautze" mengkaji peluang dan tantangan pemanfaatan media sosial dalam menyebarluaskan dan menumbuhkan paham moderasi beragama di kalangan Tionghoa mualaf, khususnya di Jakarta dan cabang-cabangnya di Jawa Barat. Menggunakan metode penelitian lapangan dan pendekatan kualitatif-historis, penelitian ini menghimpun data melalui observasi dan wawancara dengan warga jamaah, tokoh Tionghoa mualaf, tamu undangan, dan pembina jamaah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukhuwah Islamiyah di kalangan komunitas Tionghoa Masjid Lautze tetap terjalin bukan hanya lewat pertemuan langsung dalam acara-acara terjadwal, tetapi juga melalui pemanfaatan media sosial seperti YouTube, Instagram, dan siaran langsung (live streaming), yang dipilih karena daya sebar yang cepat dan menjangkau generasi muda secara khusus.¹⁰

¹⁰ Alexander Raymon, "Pemanfaatan Media Sosial dalam Proses Pengayoman Komunitas," *Indonesian Journal of Science*, no. Technology and Humanities (2025): 1–9.

Persamaan dengan penelitian ini, sama-sama mengkaji bagaimana media sosial/media baru berperan dalam merawat dan memperkuat ikatan (ukhuwah) di antara anggota komunitas keagamaan yang sebagian anggotanya berstatus mualaf, serta bagaimana identitas keislaman yang baru dibina dan dikuatkan melalui interaksi digital berdampingan dengan pertemuan tatap muka.

Perbedaan dengan penelitian ini, Raymon berfokus pada komunitas keagamaan berbasis masjid (Masjid Lautze) yang secara eksplisit berorientasi dakwah dan pembinaan formal terhadap mualaf keturunan Tionghoa, dengan media sosial diposisikan sebagai kanal penyebaran informasi dan dokumentasi kegiatan keagamaan. Penelitian tentang Markifer FC berangkat dari komunitas olahraga non-formal yang keanggotaannya lintas latar belakang (termasuk anggota mualaf), sehingga proses pembentukan identitas keagamaan berlangsung secara organik melalui aktivitas bermain sepak bola bersama, bukan dari struktur pembinaan keagamaan yang telah dirancang sejak awal seperti pada komunitas masjid.

Novelty penelitian ini, memperlihatkan bahwa Markifer FC menawarkan model pembinaan mualaf yang berbeda dari pola konvensional berbasis masjid/lembaga dakwah sebagaimana Masjid Lautze: penguatan identitas keislaman anggota mualaf terjadi melalui jalinan solidaritas olahraga yang lebih dulu terbentuk, sebelum akhirnya diperkuat oleh interaksi dan dukungan sosial di ruang media baru. Ini menunjukkan bahwa komunitas non-formal berbasis minat (olahraga) juga berpotensi menjalankan fungsi pengayoman

terhadap muallaf yang selama ini lebih banyak diteliti dalam konteks kelembagaan keagamaan formal.

Dari berbagai penelitian di atas, terlihat bahwa para peneliti telah banyak membahas transformasi dakwah di era digital, baik dari perspektif media baru, generasi milenial, maupun pendekatan kultural. Namun, penelitian-penelitian tersebut umumnya masih berfokus pada pendakwah individual atau lembaga dakwah formal, bukan pada komunitas non-keagamaan yang menjadikan dakwah sebagai nilai internal dalam aktivitasnya. Belum banyak kajian yang secara khusus meneliti praktik dakwah digital berbasis komunitas olahraga, seperti yang dilakukan oleh komunitas fun football Markifer FC Yogyakarta, dengan pendekatan komunikasi Islam komunitatif.

Mila Nabila Zahara, Dadan Wildan, dan Siti Komariah, dalam penelitiannya berjudul "Gerakan Hijrah: Pencarian Identitas untuk Muslim Milenial di Era Digital" berupaya mengeksplorasi paradigma gerakan hijrah yang berkembang di kalangan generasi muslim milenial pada era digital, dengan menempatkan platform media sosial sebagai variabel penting dalam proses tersebut. Studi ini mengambil kasus pada gerakan pemuda hijrah bernama Shift yang berbasis di Kota Bandung, menggunakan metode penelitian fenomenologi untuk menggali pengalaman subjektif para pelaku hijrah. Partisipan penelitian mencakup pelaku hijrah itu sendiri, pendiri gerakan, serta anggota keluarga dari para pelaku hijrah. sebuah desain penelitian yang memungkinkan peneliti menangkap dinamika perubahan identitas dari berbagai sudut pandang, tidak hanya dari perspektif individu yang mengalami hijrah. Kerangka analisis yang

digunakan adalah konsep gerakan sosial sebagai salah satu bentuk perilaku kolektif, yang menempatkan fenomena hijrah generasi milenial sebagai fenomena baru dan menarik dalam lanskap gerakan Islam kontemporer di Indonesia.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa gerakan hijrah berlangsung secara komunal dan melahirkan sebuah gerakan sosial berbasis keagamaan yang khas generasi milenial. Melalui keterlibatan dalam gerakan ini, generasi muslim milenial membangun identitas baru sebagai umat beragama yang lebih taat menjalankan aturan Islam, ditandai dengan kedekatan yang lebih intens terhadap Al-Qur'an, kedisiplinan menjalankan salat tepat waktu, semangat menuntut ilmu agama, serta aktif menebarkan syiar Islam melalui berbagai platform media sosial. Salah satu temuan yang paling menarik dan relevan adalah komposisi keanggotaan gerakan Shift yang justru berasal dari beragam komunitas hobi non-keagamaan di sekitar Kota Bandung, seperti komunitas motor, komunitas skuter, dan komunitas skateboarder. Keikutsertaan mereka dalam gerakan hijrah kemudian melahirkan konstruksi identitas dan pembingkai kultural baru: dari sekadar "anak muda pada umumnya" menjadi sosok "pemuda gaul namun taat beragama", sebuah identitas hibrida yang memadukan gaya hidup urban kontemporer dengan kesalehan personal.

Persamaan dengan penelitian ini terletak pada fokus kajian terhadap bagaimana komunitas anak muda yang semula terbentuk atas dasar minat atau hobi non-keagamaan, dalam hal ini olahraga otomotif dan olahraga ekstrem pada penelitian Zahara dkk., serta olahraga sepak bola pada penelitian Markifer

FC, dapat menjadi ruang tumbuhnya identitas keagamaan baru. Kedua penelitian juga menegaskan peran penting media digital dalam proses artikulasi, penguatan, dan penyebaran identitas keagamaan tersebut kepada khalayak yang lebih luas.

Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada cakupan dan kedalaman unit analisis. Zahara, Wildan, dan Komariah berfokus pada gerakan hijrah sebagai fenomena sosial keagamaan yang melintasi berbagai jenis komunitas hobi sekaligus (motor, skuter, skateboard) dalam satu payung gerakan (Shift), dengan pendekatan fenomenologis yang menyorot pengalaman individu pelaku hijrah, tanpa melakukan penelusuran etnografis mendalam pada satu komunitas tunggal secara utuh. Penelitian tentang Markifer FC berbeda karena memfokuskan kajian pada satu komunitas tunggal berbasis sepak bola secara mendalam dan holistik, dengan new media diposisikan bukan sekadar sarana artikulasi identitas yang sudah terbentuk sebelumnya, melainkan sebagai ruang yang turut serta membentuk proses interaksi dan negosiasi identitas sosial keagamaan itu sendiri sejak awal.

Novelty penelitian ini terletak pada kekhususan kajian terhadap komunitas olahraga tim yang bersifat kolektif dan berjenjang, ditandai dengan latihan rutin, pertandingan berkala, dan interaksi tatap muka yang berulang secara terstruktur, berbeda dari karakter komunitas hobi individual seperti motor atau skateboard yang pola interaksinya cenderung lebih longgar dan insidental. Karakter kolektivitas khas olahraga tim inilah yang diduga turut memperkuat proses pembentukan identitas sosial keagamaan secara lebih terstruktur dan

berkelanjutan pada Markifer FC, baik melalui interaksi langsung yang intens di lapangan maupun melalui penguatan lanjutan di ruang media baru, sebuah dinamika yang belum tersentuh dalam penelitian gerakan hijrah lintas-komunitas sebagaimana dilakukan Zahara, Wildan, dan Komariah.

Maimanah dan Noor'ainah, dalam penelitiannya yang dimuat di Jurnal Ilmiah Ilmu Ushuluddin mengkaji dinamika komunitas panahan di kalangan masyarakat Muslim Kalimantan Selatan, sebuah fenomena yang dalam satu dekade terakhir berkembang pesat ditandai dengan kemunculan setidaknya 16 klub panahan di berbagai kota seperti Banjarmasin, Banjarbaru, Tanah Bumbu, hingga Hulu Sungai. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi, dengan data dihimpun melalui tiga cara: wawancara mendalam terhadap anggota komunitas pemanah Muslim, pengamatan partisipatif dengan mengikuti langsung berbagai kegiatan panahan (latihan rutin, lomba, dan acara persahabatan antaranggota), serta dokumentasi terhadap simbol-simbol keagamaan yang digunakan, pola interaksi antaranggota, dan cara komunitas beradaptasi dengan berbagai tantangan, termasuk saat pandemi Covid-19 ketika kegiatan tetap berlangsung secara virtual.

Hasil penelitian mengungkap bahwa komunitas panahan Muslim di Kalimantan Selatan mayoritas diisi oleh kelas menengah Muslim urban, yang sekaligus menjadi aktor utama dalam mensyiarkan panahan sebagai representasi dan adaptasi nilai-nilai agama. Aktivitas memanah pada mulanya dimotivasi oleh narasi keagamaan "nyunnah", mengacu pada anjuran Nabi Muhammad SAW untuk mengajarkan memanah, berkuda, dan berenang,

namun seiring waktu narasi tersebut bergeser dan berkembang menjadi sarana memperluas jaringan sosial, meningkatkan keterampilan, serta membangun citra diri yang selaras dengan nilai-nilai Muslim modern. Penelitian ini menyimpulkan bahwa aktivitas memanah kemudian membentuk identitas personal dan kolektif yang mencerminkan gaya hidup Muslim kontemporer, sekaligus menjadi arena negosiasi antara tradisi keagamaan dan tuntutan modernitas urban.

Persamaan dengan penelitian ini terletak pada objek kajian yang sama-sama menyoroti bagaimana aktivitas olahraga yang memiliki landasan/legitimasi religius (dalam hal ini panahan sebagai sunnah Nabi, sepak bola sebagai aktivitas yang dijadikan wadah komunitas) berkembang menjadi ruang pembentukan identitas personal dan kolektif yang khas kelas menengah Muslim urban kontemporer. Kedua penelitian juga sama-sama menunjukkan bahwa motivasi religius awal dapat mengalami pergeseran dan perluasan makna seiring berjalannya interaksi sosial dalam komunitas.

Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada sumber legitimasi religius dan struktur komunitasnya. Maimanah dan Noor'ainah mengkaji komunitas yang aktivitasnya memiliki legitimasi tekstual eksplisit dan kuat dalam sumber-sumber keagamaan (hadis tentang anjuran memanah), sehingga narasi "nyunnah" menjadi elemen sentral sejak awal terbentuknya komunitas, bahkan ketika narasi itu kemudian bergeser menjadi gaya hidup. Penelitian tentang Markifer FC berbeda karena sepak bola tidak memiliki legitimasi tekstual keagamaan yang eksplisit dalam sumber-sumber Islam sebagaimana panahan,

sehingga proses pembentukan identitas keagamaan pada Markifer FC berlangsung murni melalui dinamika sosial-interaksional komunitas, tanpa disokong oleh narasi "sunnah" yang sudah tersedia sebagai kerangka legitimasi awal.

Novelty penelitian ini menegaskan bahwa proses pembentukan identitas keagamaan pada komunitas olahraga tidak selalu memerlukan legitimasi tekstual keagamaan eksplisit sebagai titik tolak, sebagaimana pada komunitas panahan yang terlegitimasi lewat narasi nyunnah. Pada Markifer FC, kekuatan pembentuk identitas justru datang murni dari kohesi sosial dan intensitas interaksi antaranggota lewat aktivitas bermain bersama, yang kemudian diperkuat oleh ruang media baru, menawarkan model alternatif bagi pemahaman bagaimana komunitas olahraga bisa menjadi ruang keberagamaan tanpa harus berangkat dari dalil normatif tentang olahraga itu sendiri.

Egi Gianturi, Johan Septian Putra, dan Adetia Andri, dalam penelitiannya yang dimuat di jurnal Meyarsa mengkaji peran sepak bola dan media (massa maupun sosial) dalam mereduksi sentimen anti-Islam (Islamophobia) di Inggris, dengan menjadikan pesepak bola Muslim Mohamed Salah sebagai studi kasus utama. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan data dan informasi dihimpun dari situs dan platform media informasi-komunikasi yang menampilkan aktivitas dakwah Salah, didukung oleh berbagai sumber artikel akademik lain, kemudian dianalisis melalui pendekatan model komunikasi Lasswell dan teori efek media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa identitas Mohamed Salah sebagai pesepak bola Muslim

yang taat ditunjukkan melalui selebrasi sujud syukur usai mencetak gol,¹¹ kebiasaannya salat berjamaah di masjid, dan konsistensinya berpuasa Ramadan di tengah jadwal pertandingan yang padat mendapatkan pemberitaan positif dari media massa dan media sosial, sehingga berpengaruh mengubah persepsi publik Inggris dari anti-Islam menjadi lebih pro-Islam, dan pada akhirnya turut menurunkan fenomena Islamophobia di kalangan masyarakat Inggris.

Persamaan dengan penelitian ini terletak pada fokus kajian terhadap bagaimana sepak bola dapat berfungsi sebagai medium artikulasi dan penguatan identitas keislaman seorang/sekelompok Muslim di ruang publik, serta bagaimana media (baik massa maupun media baru) berperan penting dalam memperkuat dan menyebarkan identitas keagamaan tersebut kepada khalayak yang lebih luas.

Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada unit analisis dan konteks sosial-geografisnya. Gianturi, Putra, dan Andri berfokus pada identitas keislaman seorang figur individual (pesepak bola profesional Mohamed Salah) dalam konteks masyarakat mayoritas non-Muslim di Eropa (Inggris), di mana sepak bola berfungsi sebagai medium dakwah bil hal yang ditujukan keluar (kepada audiens non-Muslim) untuk meredam sentimen negatif terhadap Islam. Penelitian tentang Markifer FC sebaliknya berfokus pada identitas kolektif sebuah komunitas sepak bola akar rumput (grassroots) di konteks masyarakat mayoritas Muslim di Indonesia (Yogyakarta), di mana proses

¹¹ Ahmad Zainal Mustofa, "Fenomena Islamophobia di Inggris: Analisis Pengaruh Mohamed Salah dan Implikasinya," *Al Irsyad* 1, no. 2 (2022): 57–68.

pembentukan identitas sosial keagamaan terjadi ke dalam (internal komunitas), yakni di antara sesama anggota komunitas itu sendiri, bukan sebagai upaya meredam persepsi eksternal terhadap Islam.

Novelty penelitian ini melengkapi kajian dakwah melalui sepak bola dengan perspektif yang berkebalikan arah: jika Gianturi, Putra, dan Andri menyoroti bagaimana ketokohan seorang pesepak bola Muslim elite berdampak pada perubahan persepsi audiens eksternal yang mayoritas non-Muslim, penelitian tentang Markifer FC menyoroti bagaimana komunitas sepak bola akar rumput yang tidak memiliki figur bintang atau ketokohan media dapat tetap menjadi ruang pembentukan dan penguatan identitas sosial keagamaan bagi anggotanya sendiri melalui media baru, tanpa bergantung pada eksposur figur publik atau prestasi olahraga tingkat elite. Hal ini menegaskan bahwa dinamika serupa tidak eksklusif milik level sepak bola profesional/elite, tetapi juga dapat ditemukan pada level komunitas akar rumput yang jauh lebih kecil skalanya.

Penelitian ini berusaha menghadirkan pemahaman baru tentang bagaimana dakwah dapat tumbuh dan berkembang dalam komunitas sosial non-keagamaan melalui pemanfaatan media baru. Selain itu, penelitian ini juga ingin menegaskan bahwa komunikasi Islam komunitatif dapat menjadi model dakwah yang efektif di era digital, karena mampu mengintegrasikan nilai-nilai keislaman dengan budaya partisipatif masyarakat modern.

F. Kajian Teori

Teori berperan sebagai landasan konseptual untuk memahami dan menganalisis fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini, terdapat tiga teori

utama yang menjadi pijakan analisis, yaitu Teori Identitas Sosial Keagamaan, Teori Media Baru, Ketiga Teori Interaksi Simbolik.

1. Teori Identitas Sosial Keagamaan (Religious Social Identity Theory)

Teori identitas sosial berakar dari pemikiran Henri Tajfel dan John C. Turner (1979) yang menjelaskan bahwa individu membangun konsep dirinya tidak hanya berdasarkan karakter personal, tetapi juga berdasarkan keanggotaannya dalam kelompok sosial tertentu.¹² Dalam teori ini, identitas sosial terbentuk melalui tiga proses utama, yaitu:

Pertama, Social Categorization, proses di mana individu mengklasifikasikan dirinya dan orang lain ke dalam kelompok tertentu (misalnya: “kami anggota Markifer FC” atau “kami Muslim”).¹³

Kedua, Social Identification, proses ketika individu menginternalisasi nilai, norma, dan perilaku kelompok sebagai bagian dari dirinya.¹⁴

Ketiga, Social Comparison, proses di mana individu membandingkan kelompoknya dengan kelompok lain untuk memperoleh makna sosial dan rasa bangga terhadap identitasnya.¹⁵

Tajfel menegaskan bahwa identitas sosial adalah aspek dari konsep diri yang berasal dari kesadaran akan keanggotaan dalam suatu kelompok sosial

¹² J C Turner, “Social comparison and group interest in ingroup favouritism” 9, no. November 1976 (1979): 187–204.

¹³ Ridha Widya Lubis, “Strategi Mualaf Center Indonesia Peduli (Mcip) dalam Membentuk Sosial Keagamaan Muslim Baru,” *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* 8, no. 1 (2025): 1–14.

¹⁴ Randy Ramadhan, “Pengaruh Media Sosial Youtube terhadap Perkembangan Dakwah Islam dengan Metode Structural Equation Modeling (SEM),” *Jurnal & Penelitian Teknik Informatika* 1 (2019): 60–66.

¹⁵ Wahyuningsih M Umulu dan Andries Kango, “Dakwah Bil-Lisan dan Dakwah Melalui Internet: Studi Perbandingan Media Dakwah,” *SAF: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, no. 1 (2022): 1–11.

disertai dengan nilai emosional dan makna yang melekat pada keanggotaan tersebut. Identitas sosial ini membentuk solidaritas, loyalitas, dan orientasi perilaku kolektif antaranggota kelompok.

Dalam konteks keagamaan, teori ini berkembang menjadi teori identitas sosial keagamaan (Religious Social Identity Theory), yang menjelaskan bagaimana nilai-nilai agama berperan penting dalam membentuk identitas sosial seseorang.¹⁶ Menurut Ysseldyk, Matheson, dan Anisman, identitas keagamaan tidak hanya menyangkut aspek spiritual dan keimanan, tetapi juga aspek sosial yang menegaskan keterikatan individu dengan kelompok keagamaan. Identitas keagamaan berfungsi sebagai sistem makna yang menghubungkan keyakinan pribadi dengan komunitas religius yang lebih luas.¹⁷

Ysseldyk dkk. menjelaskan bahwa identitas keagamaan memiliki tiga dimensi utama:

- a. **Dimensi kognitif**, berupa kesadaran dan pemahaman terhadap nilai serta ajaran agama.
- b. **Dimensi afektif**, berupa rasa bangga, cinta, dan keterikatan emosional terhadap kelompok keagamaan.
- c. **Dimensi perilaku**, yaitu ekspresi dan praktik keagamaan yang tampak dalam tindakan nyata sehari-hari.

¹⁶ Lubis, "Strategi Mualaf Center Indonesia Peduli (MCIP) dalam Membentuk Sosial Keagamaan Muslim Baru."

¹⁷ Musawwir Kahlil Adnan, Patmawaty Taibe, "Perbedaan Implicit dan Explicit Bias Berdasarkan Perbedaan Identitas Agama pada Mahasiswa Islam dan Kristen di Kota Makassar," *Jurnal Psikologi Karakter* 4, no. 1 (2024): 341–52.

Dalam konteks masyarakat modern, identitas keagamaan tidak hanya dibentuk melalui lembaga formal seperti pesantren, masjid, atau majelis taklim, tetapi juga melalui ruang sosial non-formal, termasuk komunitas berbasis hobi dan media digital. Di ruang ini, nilai-nilai keagamaan tidak hanya diajarkan, tetapi juga dipraktikkan, ditampilkan, dan dibagikan melalui simbol, narasi, dan interaksi sosial.

Teori identitas sosial keagamaan memberikan dasar konseptual untuk memahami bagaimana anggota komunitas Markifer FC Yogyakarta memaknai keislaman mereka sebagai bagian dari identitas sosial. Melalui keterlibatan dalam aktivitas keagamaan, sosial, dan digital, para anggota tidak hanya mengaktualisasikan nilai-nilai Islam, tetapi juga membentuk citra diri kolektif sebagai komunitas olahraga yang religius. Interaksi sosial di lapangan, partisipasi dalam kegiatan dakwah, hingga komunikasi digital di media sosial menjadi arena tempat identitas keagamaan mereka dibangun, dinegosiasikan, dan diperkuat.

Dalam konteks ini, media baru berfungsi sebagai ruang simbolik yang memperluas batas-batas komunitas religius. Aktivitas seperti berbagi kutipan Islami, mengunggah kegiatan sosial, atau menulis refleksi keimanan di platform digital merupakan bentuk *performative identity*, di mana ekspresi keagamaan menjadi bagian dari pembentukan identitas sosial keagamaan. Dengan demikian, teori identitas sosial keagamaan membantu menjelaskan bagaimana komunitas Markifer FC mengonstruksi makna

keislaman mereka secara kolektif melalui proses komunikasi dan representasi di ruang digital.

2. Teori Media Baru (New Media Theory)

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah membawa perubahan mendasar dalam cara manusia berinteraksi, berpartisipasi, dan membentuk makna sosial. Teori media baru muncul sebagai respons terhadap pergeseran tersebut, menggantikan paradigma komunikasi massa tradisional yang bersifat satu arah dengan model komunikasi yang lebih partisipatif, interaktif, dan berbasis jaringan. Salah satu tokoh yang berpengaruh dalam mengembangkan teori ini adalah Manuel Castells, melalui karyanya *The Rise of the Network Society*, yang memperkenalkan konsep tentang masyarakat jaringan (*network society*).¹⁸

Menurut Castells, masyarakat modern telah bertransformasi menjadi masyarakat yang struktur sosialnya terbentuk dari jaringan informasi dan komunikasi yang saling terhubung. Dalam masyarakat jaringan, hubungan antarindividu tidak lagi bergantung pada kedekatan geografis, melainkan pada konektivitas digital yang memungkinkan interaksi lintas ruang dan waktu. Komunikasi yang berlangsung di dunia digital membentuk ruang arus (*space of flows*), yaitu ruang simbolik tempat berbagai nilai, makna, dan identitas mengalir serta dipertukarkan secara terus-menerus di antara para penggunanya.

¹⁸ Manuel Castells, *The Rise of the Network Society*, 1996.

Castells juga memperkenalkan konsep *timeless time*, yang menggambarkan bagaimana aktivitas komunikasi di media baru tidak lagi dibatasi oleh waktu kronologis. Interaksi sosial dapat berlangsung kapan pun, dan pesan-pesan dapat terus beredar tanpa henti dalam ruang digital. Dalam konteks ini, arus informasi (*power of flows*) menjadi kekuatan utama dalam membentuk struktur sosial, menggantikan hierarki dan kekuasaan tradisional. Setiap individu atau komunitas yang mampu mengelola arus informasi memiliki kekuatan untuk membentuk opini, makna, bahkan identitas sosial.

Media baru juga ditandai oleh karakter partisipatif. Seperti yang dijelaskan oleh Henry Jenkins melalui konsep *participatory culture*, pengguna media baru tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga produsen makna (*prosumer*). Dalam ruang digital, setiap individu dapat menciptakan, membagikan, dan memodifikasi konten sesuai dengan nilai dan identitas yang ingin mereka tampilkan.¹⁹ Hal ini memperkuat pandangan Castells bahwa jaringan digital berfungsi sebagai ruang demokratis, tempat setiap pengguna memiliki peluang yang sama untuk berpartisipasi dalam produksi makna sosial.

Dalam penelitian ini, teori media baru digunakan untuk menjelaskan peran media digital sebagai ruang interaksi sosial dan religius di komunitas Markifer FC Yogyakarta. Media sosial seperti WhatsApp dan Instagram menjadi bagian penting dari struktur komunikasi komunitas ini. Melalui

¹⁹ Henry Jenkins, Mizuko Ito, *Participatory Culture in a Networked Era*, 2006.

platform tersebut, anggota komunitas berpartisipasi aktif dalam berbagi pesan moral, refleksi keagamaan, serta dokumentasi kegiatan sosial. Aktivitas tersebut menunjukkan bahwa media baru berfungsi tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang sosial-keagamaan tempat nilai-nilai Islam dibentuk, dinegosiasikan, dan direpresentasikan secara kolektif.

Selain itu, teori media baru juga relevan dengan konsep *user generated media*, yaitu pandangan bahwa media digital memberikan otoritas dan kebebasan kepada pengguna untuk menjadi pengendali komunikasi. Dalam konteks Markifer FC, para anggota komunitas tidak hanya menjadi penerima pesan dakwah, tetapi juga aktor aktif yang menciptakan dan menyebarkan konten keagamaan. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana media baru memperluas peran individu dan komunitas dalam membangun identitas keagamaan di era digital.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini merumuskan *new media* secara operasional dalam konteks Komunitas Markifer FC Yogyakarta, yaitu sebagai ruang jaringan digital yang memungkinkan anggota berinteraksi lintas ruang dan waktu, memproduksi serta mendistribusikan konten secara partisipatif, dan melalui proses tersebut membentuk serta menegosiasikan identitas sosial keagamaan mereka secara kolektif.

Secara lebih spesifik, dua platform menjadi fitur *new media* yang paling dominan dalam membentuk identitas sosial keagamaan di Markifer FC, yaitu WhatsApp dan Instagram, dengan fungsi yang saling melengkapi

namun tidak identik. WhatsApp berfungsi sebagai ruang internalisasi nilai yang bersifat harian dan personal: melalui grup ini, pengingat ibadah, informasi kajian, serta interaksi saling menasihati berlangsung rutin dan menjangkau anggota tanpa terhalang kesibukan masing-masing. Instagram, sebaliknya, berfungsi sebagai ruang representasi dan branding identitas komunitas ke publik: dokumentasi kegiatan, poster kajian, dan narasi keislaman diunggah untuk membangun citra Markifer FC sebagai komunitas olahraga yang religius, sekaligus menjadi sarana rekrutmen anggota baru. Perbedaan fungsi inilah yang menjadi dasar operasionalisasi teori media baru pada temuan penelitian di Bab III, tempat kedua platform tersebut dianalisis secara terpisah sesuai peran spesifiknya masing-masing.

Dengan demikian, teori media baru menjelaskan bagaimana ruang digital berfungsi sebagai jaringan sosial dan ruang arus makna yang memungkinkan terjadinya konstruksi identitas sosial keagamaan. Melalui interaksi partisipatif dan berbasis jaringan, komunitas Markifer FC mampu menegaskan nilai-nilai keislaman sekaligus memperkuat solidaritas religius di antara anggotanya.

Konsep media baru sebagai ruang keagamaan ini juga bersinggungan dengan gagasan digital religion yang dikembangkan Heidi Campbell, yang menjelaskan bagaimana komunitas beragama menegosiasikan praktik dan otoritas keagamaan mereka ketika berhadapan dengan media digital. Namun, penelitian ini tidak menempatkan digital religion sebagai kerangka utama, sebab konsep tersebut dinilai belum sepenuhnya dapat diterapkan

secara utuh pada konteks Islam. Berbeda dengan sejumlah praktik keagamaan non-Muslim yang dapat berlangsung sepenuhnya termediasi, misalnya jemaat yang mengikuti bimbingan rohani dari pendeta secara jarak jauh tanpa kehadiran fisik, praktik keislaman di Markifer FC tetap mensyaratkan kehadiran fisik untuk ibadah inti seperti salat berjemaah dan pertemuan kajian tatap muka, sementara media baru berperan sebagai penopang dan pengingat, bukan pengganti penuh interaksi keagamaan langsung. Oleh karena itu, penelitian ini memilih Teori Media Baru, Interaksi Simbolik, dan Identitas Sosial Keagamaan sebagai kerangka utama, dengan digital religion ditempatkan sebagai perspektif pembanding untuk menegaskan kekhasan temuan pada konteks Islam.

3. Teori Interaksi Simbolik

Teori interaksi simbolik merupakan salah satu pendekatan klasik dalam sosiologi dan komunikasi yang menekankan bahwa makna sosial terbentuk melalui proses interaksi antara individu. Teori ini berakar dari pemikiran George Herbert Mead dalam karyanya *Mind, Self, and Society*, dan dikembangkan lebih lanjut oleh Herbert Blumer melalui bukunya *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*.²⁰

Blumer merumuskan tiga premis utama dari teori ini, yaitu:

- a. Manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna yang dimiliki sesuatu itu bagi mereka.

²⁰ Haritz Asmi Zanki, "Teori Psikologi dan Sosial Pendidikan (Teori Interaksi Simbolik)," *Journal of Pedagogy*, no. 23 (20022).

- b. Makna tersebut berasal dari interaksi sosial antara seseorang dengan orang lain.
- c. Makna itu dikonstruksi dan dimodifikasi melalui proses interpretasi yang berlangsung dalam interaksi sosial.

Dengan kata lain, identitas, nilai, dan realitas sosial tidak bersifat objektif atau tetap, tetapi terbentuk melalui proses komunikasi simbolik yang berulang. Bahasa, gestur, simbol, dan tindakan sosial menjadi media bagi individu untuk saling memahami dan mengonstruksi makna bersama.

Dalam konteks komunikasi modern, teori interaksi simbolik juga dapat diterapkan pada ruang digital. Aktivitas seperti mengirim pesan, mengunggah foto, menulis caption, atau menggunakan emoji merupakan bentuk komunikasi simbolik yang mencerminkan makna sosial tertentu. Interaksi yang terjadi di media sosial bukan hanya sekadar pertukaran informasi, tetapi juga proses pembentukan identitas dan relasi sosial yang terus dinegosiasikan.

Teori ini relevan untuk memahami bagaimana identitas keagamaan terbentuk di komunitas Markifer FC Yogyakarta. Melalui interaksi sosial di ruang digital seperti grup WhatsApp dan akun Instagram, para anggota saling berbagi pesan keislaman, menampilkan ekspresi religius, dan membangun kesadaran kolektif sebagai komunitas yang religius. Simbol-simbol keagamaan yang mereka gunakan, seperti doa, salam, kutipan ayat, atau dokumentasi kegiatan sosial, menjadi bagian dari proses komunikasi

simbolik yang membentuk identitas mereka sebagai Muslim yang aktif dan berkomunitas.

Selain itu, teori interaksi simbolik juga menjelaskan bagaimana makna keislaman diinternalisasikan melalui komunikasi sehari-hari. Anggota komunitas tidak hanya memahami Islam sebagai doktrin normatif, tetapi juga sebagai pengalaman sosial yang hidup di tengah aktivitas olahraga dan digital. Dengan demikian, teori ini membantu menjelaskan proses konstruksi makna keagamaan yang terjadi secara dinamis di ruang digital, di mana setiap simbol dan percakapan menjadi bagian dari pembentukan identitas sosial keagamaan.

G. Metodologi Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Untuk memahami realitas sosial sebagaimana dialami oleh para pelakunya, penelitian ini menggunakan paradigma fenomenologi. Paradigma fenomenologi berpijak pada asumsi bahwa realitas sosial bukanlah sesuatu yang bersifat objektif dan tunggal, melainkan dibentuk melalui pengalaman subjektif, kesadaran, serta proses pemaknaan individu terhadap dunia yang mereka alami. Dengan demikian, makna dari suatu tindakan, interaksi, maupun peristiwa sosial hanya dapat dipahami melalui perspektif orang-orang yang mengalaminya secara langsung, bukan semata-mata berdasarkan pengamatan dari pihak luar.

Dalam konteks penelitian ini, paradigma fenomenologi digunakan untuk menggali pengalaman hidup (*lived experiences*) para anggota Markifer FC dalam memanfaatkan media baru sebagai ruang interaksi, komunikasi, dan pembentukan identitas sosial keagamaan. Peneliti berupaya memahami bagaimana para anggota memaknai kehadiran media baru, seperti WhatsApp dan Instagram, sebagai sarana yang tidak hanya memfasilitasi pertukaran informasi, tetapi juga menjadi ruang internalisasi nilai-nilai keislaman, pembentukan solidaritas, serta penguatan identitas kolektif sebagai komunitas sepak bola yang memiliki orientasi religius.

Melalui paradigma ini, penelitian tidak berfokus pada pengukuran hubungan sebab-akibat ataupun pengujian hipotesis, melainkan berusaha mengungkap esensi pengalaman yang dirasakan oleh informan. Oleh karena itu, data yang diperoleh dari wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi dipahami sebagai representasi dari pengalaman subjektif para anggota komunitas dalam memaknai praktik komunikasi digital yang mereka lakukan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana media baru berperan dalam membentuk identitas sosial keagamaan anggota Markifer FC, serta bagaimana makna tersebut dikonstruksi melalui interaksi yang berlangsung secara berkelanjutan di ruang digital maupun dalam aktivitas komunitas secara langsung.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif, yang bertujuan memahami secara mendalam fenomena yang dialami subjek penelitian serta memaknainya dalam konteks alamiah. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan proses dakwah yang berlangsung di Komunitas Markifer FC, tetapi juga menggali makna, pengalaman, dan interpretasi para anggotanya dalam aktivitas keagamaan dan komunikasi digital.

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti menelaah fenomena secara spesifik, mendalam, dan kontekstual dalam kehidupan komunitas Markifer FC Yogyakarta. Fokus studi diarahkan pada bagaimana media baru berperan dalam membentuk identitas sosial keagamaan melalui interaksi sosial, aktivitas dakwah, dan komunikasi digital anggota komunitas.

4. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada fenomena pembentukan identitas sosial keagamaan melalui pemanfaatan media baru di lingkungan Komunitas Markifer FC Yogyakarta. Fokus penelitian ini mencakup dua aspek, yaitu objek dan subjek penelitian. Oleh karena itu, sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi:

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, serta interaksi langsung peneliti dengan informan. Pemilihan informan dilakukan menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penentuan subjek berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan fokus penelitian.

Objek penelitian ini adalah proses *pembentukan identitas sosial keagamaan* di Komunitas Markifer FC Yogyakarta yang berlangsung melalui aktivitas komunikasi digital dan kegiatan sosial keagamaan anggota komunitas, baik di ruang daring maupun luring.

Subjek penelitian terdiri dari anggota aktif Komunitas Markifer FC yang terlibat dalam aktivitas keagamaan dan sosial, baik secara langsung maupun melalui media digital seperti WhatsApp dan Instagram. Informan mencakup CEO Markifer FC, pengurus komunitas, serta anggota yang memahami dinamika komunikasi dan praktik keagamaan di lingkungan komunitas.

Selain *purposive sampling*, penelitian ini juga menggunakan pendekatan maximum variation sampling untuk menangkap keragaman perspektif di antara anggota komunitas. Teknik ini memungkinkan peneliti memperoleh data dari informan dengan latar belakang, usia, tingkat keaktifan, dan posisi sosial yang berbeda, sehingga memberikan gambaran yang lebih kaya mengenai variasi pengalaman serta cara

pandang terhadap proses pembentukan identitas sosial keagamaan di Markifer FC Yogyakarta.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai dokumen dan literatur yang relevan untuk memperkuat analisis serta memberikan konteks teoretis dan empiris terkait pembentukan identitas sosial keagamaan di era digital. Data sekunder tersebut meliputi:

Dokumentasi internal komunitas, seperti arsip kegiatan, poster dakwah, konten unggahan WhatsApp dan Instagram, serta catatan aktivitas sosial-keagamaan yang dipublikasikan oleh Markifer FC.

Literatur akademik, termasuk buku, jurnal ilmiah, artikel penelitian, dan prosiding yang membahas teori identitas sosial, identitas sosial keagamaan, interaksionisme simbolik, dakwah digital, komunikasi Islam komunitatif, serta pemanfaatan media baru dalam pembentukan identitas keagamaan.

Sumber daring, seperti artikel berita, laporan media, dan publikasi institusi terkait fenomena komunitas olahraga, dakwah berbasis komunitas, dan tren keberagamaan di ruang digital.

Dokumen pendukung lain, seperti kajian statistik pengguna media sosial, laporan survei nasional tentang perilaku keagamaan generasi muda, serta hasil penelitian yang relevan dengan penggunaan media baru sebagai ruang interaksi keagamaan.

Sumber-sumber tersebut digunakan untuk melengkapi dan memvalidasi data primer, sekaligus memberikan kedalaman analisis dalam memahami bagaimana praktik komunikasi digital dan aktivitas sosial-keagamaan membentuk identitas sosial keagamaan di Komunitas Markifer FC Yogyakarta.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang komprehensif, penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data kualitatif, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi.

a. Wawancara Mendalam

Teknik wawancara mendalam digunakan untuk menggali pengalaman, pandangan, dan pemaknaan anggota komunitas terhadap praktik dakwah digital yang mereka lakukan. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur, agar tetap fleksibel namun tetap terarah sesuai fokus penelitian.

Informan utama dalam wawancara meliputi pengurus komunitas, admin media sosial, dan anggota yang aktif dalam kegiatan keislaman komunitas. Pertanyaan mencakup tema tentang aktivitas dakwah, penggunaan media digital, komunikasi antaranggota, dan nilai-nilai Islam yang dihidupkan dalam komunitas.

b. Observasi

Observasi dilakukan secara langsung pada aktivitas komunitas, baik kegiatan offline maupun interaksi digital di platform media sosial.

Peneliti mengamati bagaimana pola komunikasi terjadi, bagaimana anggota berpartisipasi dalam kegiatan dakwah, dan bagaimana nilai-nilai Islam dimanifestasikan dalam keseharian komunitas.

Observasi dilakukan secara partisipatif pasif, artinya peneliti hadir dan mengamati proses komunikasi tanpa banyak intervensi terhadap kegiatan yang berlangsung.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data berupa foto, video, unggahan media sosial, arsip kegiatan, serta catatan komunikasi digital komunitas Markifer FC. Data dokumentatif ini digunakan untuk memperkuat temuan dari wawancara dan observasi, serta sebagai bahan triangulasi data.

6. Teknik Validasi Data

Validasi data dalam penelitian kualitatif ini dilakukan dengan teknik triangulasi, yaitu pengecekan silang antara berbagai sumber dan metode pengumpulan data, dengan menggunakan model validasi interaktif Yvonna S. Lincoln dan Egon G. Guba. Validasi tersebut dilakukan melalui beberapa langkah, yakni:

- a. Triangulasi Data; membandingkan dan mengonfirmasi temuan dari berbagai sumber dokumen, pemberitaan dan lainnya serta dari beragam teknik pengumpulan data (observasi, wawancara, dan dokumentasi).

- b. *Member Check*; melakukan konfirmasi kepada informan terkait hasil interpretasi peneliti agar makna yang diperoleh tidak menyimpang dari pengalaman mereka.
- c. *Diskusi Sejawat (Peer Debriefing)*; melibatkan peneliti lain atau rekan akademik untuk menelaah hasil analisis sehingga dapat memperkuat objektivitas dan konsistensi data.
- d. *Kecukupan Data (Saturation)*; memastikan data yang diperoleh telah cukup dan tidak ada temuan baru yang muncul, sehingga analisis dinilai stabil dan valid.

Melalui langkah-langkah ini, peneliti berupaya memastikan bahwa hasil penelitian bersifat kredibel, dapat dipertanggungjawabkan, dan bisa direpresentasikan melalui pengalaman hingga relitas sosial para pelaku yang terlibat di lapangan.

7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman. Model ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik penelitian kualitatif dengan desain studi kasus, yang menekankan proses pemaknaan terhadap pengalaman subjektif, dinamika interaksi sosial, serta konstruksi identitas keagamaan yang muncul dalam aktivitas komunitas. Model ini menunjukkan bahwa analisis data dilakukan secara siklikal dan berulang (*interactive model*), yang melibatkan proses pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan.



Adapun tahapan dalam model analisis interaktif ini meliputi:

a. Reduksi Data

Pada tahap ini, peneliti melakukan proses seleksi, pemusatan perhatian, penyederhanaan, dan pengorganisasian data mentah yang diperoleh dari wawancara, observasi, serta dokumentasi ke dalam bentuk yang lebih terstruktur. Reduksi dilakukan untuk menajamkan fokus pada aspek-aspek yang relevan dengan rumusan masalah penelitian, yaitu bagaimana media baru berperan dalam pembentukan identitas sosial keagamaan di Komunitas Markifer FC Yogyakarta. Tahap ini mencakup identifikasi tema-tema awal seperti pola komunikasi digital, ekspresi nilai keagamaan, aktivitas dakwah komunitas, hingga dinamika interaksi antaranggota.

b. Penyajian Data

Setelah proses reduksi, data disajikan dalam bentuk uraian naratif, kutipan wawancara, tabel kategorisasi, atau bagan hubungan antarkonsep. Penyajian ini bertujuan memudahkan peneliti membaca pola, menjelaskan hubungan antara fenomena digital dan aktivitas keagamaan anggota, serta memetakan proses pembentukan identitas keagamaan dalam ruang offline maupun online komunitas.

c. Penarikan dan Verifikasi Kesimpulan

Tahap ini merupakan proses interpretasi makna atas data yang telah ditata dan dianalisis. Peneliti menyusun kesimpulan sementara yang kemudian diverifikasi secara berulang melalui pengecekan ulang data, triangulasi antar-sumber, refleksi teori, serta klarifikasi kepada informan bila diperlukan.

Dengan demikian, kesimpulan yang diperoleh tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga interpretatif, sehingga mampu menangkap bagaimana nilai-nilai Islam diinternalisasikan, dimaknai, dan diekspresikan melalui media baru oleh anggota Komunitas Markifer FC.

Melalui ketiga tahapan tersebut, proses analisis berlangsung terus-menerus sejak awal pengumpulan data hingga penyusunan hasil penelitian, sehingga menghasilkan pemahaman yang mendalam mengenai peran media baru dalam pembentukan identitas sosial keagamaan di Komunitas Markifer FC Yogyakarta.

H. Sistematika Pembahasan

Sub ini meliputi bab pendahuluan sampai penutup, yang menyajikan alur pembahasan dari Bab I hingga Bab IV secara naratif untuk memudahkan pembaca dalam mengamati setiap langkah penelitian secara runtut. Untuk itu sistematika pembahasan dalam penelitian ini disusun, sebagai berikut:

Bab I: Berisi pendahuluan yang menyajikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, serta metodologi penelitian, termasuk pendekatan studi kasus yang digunakan.

Bab ini juga memaparkan fokus penelitian, lokasi, subjek, dan informan penelitian, sekaligus sistematika penulisan tesis sebagai panduan keseluruhan.

Bab II: Berisi gambaran umum penelitian yang akan mengulas secara rinci Komunitas Markifer FC, termasuk kondisi sosial-budaya, dan fenomena dakwah yang terjadi. Penjelasan ini memberikan dasar pemahaman tentang realitas yang melatarbelakangi terjadinya peningkatan sosial keagamaan di dalamnya.

Bab III: Berisi hasil Penelitian dan Pembahasan yang akan menyajikan serta menganalisis hasil temuan penelitian berdasarkan wawancara, observasi, dan dokumentasi di lapangan. Analisis dilakukan menggunakan teori yang telah dijabarkan lebih dulu dalam kajian teori penelitian ini. Fokus analisis mencakup Peran new media dalam pembentukan identitas sosial keagamaan di Markifer FC.

Bab IV: Berisi simpulan dan Saran yang berguna untuk memaparkan kesimpulan penelitian terkait fokus permasalahan yang di bedah dalam penelitian ini.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya mengenai peran media baru dalam pembentukan identitas sosial keagamaan di Komunitas Markifer FC Yogyakarta, dapat disimpulkan bahwa media baru, khususnya WhatsApp dan Instagram, berperan signifikan dan berlapis dalam proses tersebut, yang tercermin dari empat temuan utama berikut.

Pertama, media baru berfungsi sebagai ruang dakwah dan internalisasi nilai Islam yang berlangsung secara informal, melalui penyebaran poster pengingat ibadah, pesan-pesan motivasi Islami, serta dokumentasi kegiatan kajian, sehingga dakwah tumbuh secara organik tanpa struktur keagamaan formal.

Kedua, media baru menjadi sarana representasi identitas komunitas. Unggahan yang memadukan aktivitas sepak bola dengan nilai-nilai keislaman membangun citra kolektif Markifer FC sebagai komunitas olahraga yang religius, sekaligus memperkuat kebanggaan kolektif anggotanya.

Ketiga, media baru berkontribusi pada pembentukan solidaritas dan rasa memiliki (sense of belonging). Interaksi rutin di grup WhatsApp dan respons terhadap unggahan Instagram memperkuat ikatan ukhuwah

Islamiyah antaranggota, termasuk bagi anggota mualaf dan anggota yang jarang hadir secara fisik.

Keempat, di tengah kontribusi tersebut, komunitas juga menghadapi tantangan di era digital, yaitu menjaga konsistensi nilai keagamaan di tengah derasnya arus informasi, mengelola heterogenitas latar belakang anggota, memperdalam internalisasi nilai agar tidak berhenti pada partisipasi simbolik semata, serta menjaga etika komunikasi digital di ruang internal komunitas.

Secara teoretis, temuan ini menegaskan bahwa Teori Media Baru, Teori Interaksi Simbolik, dan Teori Identitas Sosial Keagamaan saling melengkapi: media baru menyediakan ruang, interaksi di dalamnya memproduksi makna simbolik, dan proses tersebut pada akhirnya mengkristal menjadi identitas sosial keagamaan yang dihayati bersama oleh anggota Komunitas Markifer FC Yogyakarta.

Penelitian ini perlu diiringi dengan pengakuan jujur mengenai posisi peneliti dalam relasinya dengan subjek penelitian. Peneliti bukan pihak yang sepenuhnya berada di luar Komunitas Markifer FC Yogyakarta, melainkan juga merupakan salah satu anggotanya. Kedekatan ini membawa keuntungan metodologis berupa akses yang lebih terbuka terhadap informan dan pemahaman konteks yang lebih mendalam, namun pada saat yang sama menghadirkan risiko bias yang tidak dapat diabaikan, yaitu kecenderungan emosional untuk menonjolkan sisi positif komunitas dan meredam sisi-sisi yang berpotensi menjadi kelemahan atau ketegangan di dalamnya."

Peneliti menyadari bahwa kedekatan tersebut berpotensi menggeser posisi peneliti dari pengamat yang kritis menjadi representasi atau juru bicara komunitas, sebuah risiko yang secara eksplisit menjadi catatan dalam forum ujian tesis ini. Untuk meminimalkan risiko tersebut, penelitian ini menempuh sejumlah langkah metodologis yang telah dijelaskan pada Bab I, yang fungsinya kembali ditegaskan di sini secara khusus untuk menjaga jarak akademik peneliti terhadap subjek penelitian. Triangulasi data digunakan untuk memastikan bahwa temuan tidak hanya bersumber dari sudut pandang peneliti sebagai anggota, melainkan dikonfirmasi silang antara wawancara, observasi, dan dokumentasi, termasuk melalui informan eksternal yang tidak memiliki keterikatan emosional dengan komunitas, yaitu Syarif Hidayatullah, Andik Vermansah, dan Irfan Jaya. Member check dilakukan dengan mengonfirmasi ulang interpretasi peneliti kepada informan, untuk memastikan bahwa makna yang dituliskan bukan proyeksi subjektif peneliti sebagai anggota komunitas. Adapun peer debriefing bersama dosen pembimbing berfungsi sebagai mekanisme kontrol eksternal, tempat interpretasi dan kecenderungan bias peneliti didiskusikan dan dikoreksi sebelum dituangkan ke dalam naskah akhir.

Meskipun demikian, peneliti mengakui bahwa mekanisme-mekanisme tersebut tidak sepenuhnya menghilangkan potensi bias yang melekat pada penelitian yang dilakukan oleh anggota terhadap komunitasnya sendiri. Objektivitas mutlak sulit dicapai dalam posisi ini, dan penelitian selanjutnya dengan tema serupa disarankan

mempertimbangkan pelibatan peneliti yang tidak memiliki keterikatan keanggotaan, atau menambahkan porsi wawancara dengan anggota yang bersikap kritis maupun anggota yang tidak aktif/keluar dari komunitas, guna memperoleh perspektif yang lebih berimbang.

A. Saran

1. Saran terhadap Komunitas Markifer FC Yogyakarta

Pengurus komunitas disarankan untuk menyusun panduan konten dakwah digital yang lebih terstruktur, agar penyebaran nilai-nilai keislaman di WhatsApp dan Instagram tidak hanya bersifat spontan, tetapi juga berkelanjutan dan terukur dampaknya.

Komunitas juga perlu memperkuat pendampingan bagi anggota baru dan muallaf, misalnya melalui mentor internal, agar internalisasi nilai keagamaan tidak berhenti pada partisipasi simbolik semata.

Selain itu, perlu disusun panduan etika komunikasi digital secara tertulis untuk menjaga kenyamanan interaksi di grup WhatsApp maupun kolom komentar media sosial komunitas.

2. Saran terhadap Penelitian Lanjutan

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian ini secara kuantitatif, misalnya mengukur tingkat internalisasi nilai keagamaan anggota berdasarkan intensitas keterlibatan digital.

Penelitian lanjutan juga dapat melakukan studi komparatif dengan komunitas non-formal berbasis hobi lain, seperti komunitas musik atau komunitas motor, untuk melihat apakah pola pembentukan identitas

sosial keagamaan melalui media baru bersifat umum atau spesifik pada konteks Komunitas Markifer FC Yogyakarta.



DAFTAR PUSTAKA

- Achadah, Alif. "Peran Jam'ah Aremania dalam Kegiatan Keagamaan." *Al-Wijdan* V, no. May (2020).
- Ahmad Zainal Mustofa. "Fenomena Islamophobia di Inggris: Analisis Pengaruh Mohamed Salah dan Implikasinya." *Al Irsyad* 1, no. 2 (2022): 57–68.
- Ashari, M Fahmi, Muhammad Khalil Dova, dan Canra Krisna Jaya. "Dakwah Kultural di Era Digital." *Journal of Da'wah* 3, no. 2 (2024): 137–61.
- Asmar, Afidatul. "Ekspresi Keberagaman Online: Media Baru dan Dakwah." *Jurnal Ilmu Dakwah* 40, no. 1 (2020): 54–64.
<https://doi.org/10.21580/jid.v40.1.5298>.
- Castells, Manuel. *The Rise of the Network Society*, 1996.
- Haritz Asmi Zanki. "Teori Psikologi dan Sosial Pendidikan (Teori Interaksi Simbolik)." *Journal of Pedagogy*, no. 23 (20022).
- Henry Jenkins, Mizuko Ito, danah boyd. *Participatory Culture in a Networked Era*, 2006.
- Kahlil Adnan, Patmawaty Taibe, Musawwir. "Perbedaan Implicit dan Explicit Bias Berdasarkan Perbedaan Identitas Agama pada Mahasiswa Islam dan Kristen di Kota Makassar." *Jurnal Psikologi Karakter* 4, no. 1 (2024): 341–52.
- Khairil, Muhammad. "Analisis Pemanfaatan New Media Melalui Jaringan Media Sosial," no. September (2018):.
- Kristina, Ayu. "Dakwah Digital Untuk Generasi Milenial : Studi Atas Praktik Dakwah Di Komunitas Omah Ngaji, Surakarta." *Muāṣarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* 2, no. 1 (2020): 10.
<https://doi.org/10.18592/msr.v2i1.3665>.
- Lubis, Ridha Widya. "Strategi Mualaf Center Indonesia Peduli (MCIP) dalam Membentuk Sosial Keagamaan Muslim Baru." *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* 8, no. 1 (2025): 1–14.

- Padil, Rohman, dan Achmad Zainal Arifin. “Efek Pengaruh Sosial Media Dalam Membentuk Identitas Sosial Remaja” 1, no. 3 (2024): 106–13.
- Ramadhan, Randy. “Pengaruh Media Sosial Youtube terhadap Perkembangan Dakwah Islam dengan Metode Structural Equation Modeling (SEM).” *Jurnal & Penelitian Teknik Informatika* 1 (2019): 60–66.
- Raymon, Alexander. “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pengayoman Komunitas.” *Indonesian Journal of Science, Technology and Humanities* (2025): 1–9.
- Ridwan, Aang. “Dakwah dan Digital Culture : Membangun Komunikasi Dakwah di Era Digital.” *Komunikasi dan Penyiaran Islam* 1, no. 1 (2022): 74–84.
- Rizqi, Akfi Yusria. “Peran Majelis Ta’lim dalam Pembentukan Identitas Keagamaan Remaja Pedesaan di Era Digital Pendahuluan,” 2025, 119–28.
- Syarif, Zainuddin, Abd Hannan, dan Mubaidi Sulaeman. “New Media Dan Representasi Budaya Islam Populer Di Kalangan Pendakwah Muslim
- Turner, J C. “Social comparison and group interest in ingroup favouritism” 9, no. November 1976 (1979): 187–204.
- Umulu, Wahyuningsih M, dan Andries Kango. “Dakwah Bil-Lisan dan Dakwah Melalui Internet: Studi Perbandingan Media Dakwah.” *SAF: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, no. 1 (2022): 1–11.