



Peranan Media Sosial dalam Gerakan Dakwah dan Politik Islam di Indonesia

¹Jelita Hasibuan, ²Hasan Sazali

¹Syekh Ali Hasan Ahmad Addary State Islamic University, Padangsidempuan,
Indonesia

²Sumatera Utara State Islamic University, Indonesia

jelitahasiswa@uinsyahada.ac.id, hasansazali@uinsu.ac.id

ABSTRACT

This paper examines the role and potential of social media in the propagation of Islamic politics in Indonesia. This study aims to describe the role and potential of social media in Islamic political da'wah in Indonesia. The method used in obtaining data is a qualitative method which is carried out by taking data references from books, journals, and trusted news pages related to the theme of social media relations and da'wah. The results of the study show that social media and da'wah have a very close relationship. From social media, da'wah can be shared and distributed to be known by the public. Social media is used to preach to invite to the right path and keep away from what is evil, to achieve the pleasure of Allah SWT. With social media, da'wah can also capture all audiences and have a large mass and can expand the reach of preaching, especially with the presence of the YouTube application.

Keywords: Da'wah, Social Media, Islamic Politic

Pendahuluan

Zaman sekarang ini dapat dikatakan segala aktivitas manusia telah diikuti dengan menggunakan media terutama aktivitas yang berhubungan dengan komunikasi, baik antar individu maupun kelompok lainnya. Aktivitas yang dilakukanpun akan lebih mudah, lancar tanpa melihat batas waktu. Media sosial memiliki peranan yang penting untuk menyebarkan informasi, berita dan mengajak masyarakat tentang berita yang berkaitan dengan masalah sosial, ekonomi, politik bahkan agama. Mulai dari mengirim pesan kepada teman, berbagi informasi, hingga mencari suatu informasi yang sedang hangat di masyarakat (Keles et al., 2020).

Terdapat banyak kesan positif dan negatif yang diperoleh daripada hasil penggunaan media sosial secara berterusan (Usman, n.d.). Media sosial dianggap sebagai satu mekanisme perhubungan yang kuat karena dapat memberikan dampak yang sangat besar dalam aspek kehidupan. Pada tahun 1980an media hanya bergantung dengan penggunaan media cetak dan media elektronik saja seperti televisi dan radio. Dua puluh tahun yang lalu dunia global melihat berlakunya transformasi yang begitu pesat daripada penggunaan media tradisional kepada media baru atau media sosial. Banyak media sosial yang timbul setelah itu seperti internet, Facebook, blog, Twitter, youtube dan sebagainya.

Perkembangan media sosial telah mengalami kemajuan yang sangat pesat di mana media sosial menjadi industri besar di tengah masyarakat Indonesia. Kehadiran YouTube sebagai salah satu media sosial dan dikembangkan melalui rekaman video telah memberi peluang bagi manusia untuk menambah ilmu dari dunia maya. Sehingga, YouTube lebih cepat

untuk diterima masyarakat sebagai upaya media dalam menyebarkan berita dengan cepat sampai menembus batas-batas wilayah dan waktu. Oleh karena itu, media sosial harus dimanfaatkan oleh umat Islam untuk berdakwah tentang agama Islam di tengah-tengah masyarakat. Jadi, dengan adanya YouTube dapat dijadikan sebagai jembatan untuk seorang da'i untuk memberikan dan membagikan ilmu pengetahuan tentang keislaman untuk menciptakan dan mendorong keterlibatan aktif dari umat Islam dalam usaha membantu memotivasi umat Islam agar menjalani kehidupan sesuai dengan nilai-nilai Islam yaitu menjalankan perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya. Melalui dakwah Islam yang dijalani oleh youtuber Muslim hendaknya berpegang pada syariat Islam. Harapan agar para youtuber mampu untuk mengarahkan masyarakat kepada kehidupan yang lebih baik karena seorang youtuber merupakan ujung tombak dalam dakwah Islam melalui YouTube.

Secara khusus banyak kelebihan yang ditawarkan dari media sosial untuk meliputi penyebaran berbagai pesan komunikasi dakwah dengan konsep *Amar ma'ruf nahi mungkar* yang dititikberatkan dalam Islam. Media sosial sudah menjadi pemasaran yang sangat besar di tengah masyarakat Indonesia. Banyak kemudahan yang sudah dirasakan masyarakat luas dengan datangnya media sosial. Dalam hal ini hadirnya Youtube, youtube telah dapat mengiringi kesehariannya masyarakat. Dengan hadirnya bantuan jaringan internet yang melekat pada media sosial seperti handphone, laptop dan komputer. Kondisi ini membawa kepada masyarakat terbuka dan memberi peluang untuk saling berinteraksi lewat dunia maya melalui aplikasi yang tersedia.

Kecanggihan media sosial sudah memadupadankan hasil rekaman youtube lebih cepat diterima dan diunduh agar dapat ditonton berkali-kali. Dengan youtube membuat masyarakat lebih terbuka wawasan dan ilmu pengetahuan tentang agama, bisnis, makanan, berita bahkan sampai dunia entertainment. Youtube bisa disiarkan secara *live* atau *recorded* atau media sosial dapat dikatakan sebagai penyedia data lengkap yang dapat meningkatkan taraf hidup, pendidikan, harkat dan martabat, baik dari segi politik, ekonomi, dan sosial masyarakat (Ahnaf, 2009).

Eksistensi media diharapkan secara khusus agar dapat memberikan warna tersendiri bagi kehidupan umat Islam dalam berdakwah. Harapan masyarakat demikian besar terhadap hadirnya media. Kondisi masyarakat yang majemuk dengan masalah kurangnya ilmu keagamaan di tengah-tengah kehidupan yang hiruk-piruk dan terpapar oleh derasnya arus globalisasi benturan budaya asing dengan budaya ketimuran yang masuk dalam gaya hidup masyarakat. Hedonisme, konsumtif dan menjadi gaya hidup dan ketimpangan sosial hingga merambah kepada kemerosotan akhlak dengan pergaulan bebas (Hendriyani et al., 2016). Harapan di atas tidak berlebihan jika diingat dari komposisi umat Islam yang mendominasi dari umat beragama. Terlebih di Indonesia menurut data dari BPS, jumlah umat Islam berkisar 237,56 juta jiwa setara dengan 86,7 % populasi Indonesia.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam tulisan ini adalah metode kualitatif, yang dilakukan dengan mengambil referensi data dari buku, jurnal, dan

laman berita terpercaya yang berkaitan dengan tema dakwah dan media sosial. Kemudian, membuat pembagian domain menjadi satu dengan menganalisis pola-pola yang ditemukan berdasarkan data lapangan dan membahasnya. Berdasarkan data dan fakta yang berfokus pada masalah dakwah dalam media sosial mengenai peranan dan potensi dakwah dalam media sosial politik Islam di Indonesia.

Kerangka Teoretis

Media berasal dari bahasa latin *mediare* artinya pengantara, alat penghubung atau alat yang digunakan. Media juga dikatakan sebagai *media is the extension of man*, yaitu perluasan ide, gagasan dan pikiran terhadap kenyataan sosial. Marshal McLuhan mengemukakan konsep media adalah pesan itu sendiri dipahami adalah media lebih dari sekedar wahana. Media massa terdiri atas dua kelompok besar yakni media cetak dan media elektronik (Arifianto, 2019). Kedua spesifikasi itu masing-masing memiliki sifat dan kelebihan. Salah satu media instan pada saat ini memiliki berbagai fungsi dalam perannya selain berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi yaitu media sosial. Media massa juga menjadi sarana untuk penggunaannya dalam menggali berbagai informasi (Rubawati, 2018). Media sosial memiliki peran dan dampak bagi kehidupan masyarakat yang harus didesain sedemikian rupa agar media sosial tetap pada fungsi dan tujuannya itu sendiri dan memiliki manfaat dalam kehidupan setiap individu.

Menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller, media sosial merupakan sarana untuk konsumen berbagi informasi gambar, tulisan, video dan audio. Media dan komunikasi memiliki hubungan yang sangat erat yang

saling berkaitan dalam usaha untuk menyampaikan sesuatu gambaran atau pesan (Rustandi, 2020) Media sosial membantu demokratisasi informasi dan pengetahuan yakni mengubah manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri. Media sosial berhasil mentransformasi praktik komunikasi ke arah media siaran dari satu institusi media kebanyakan audien dalam komunikasi bersifat terbuka antara banyak pendengar. Media sosial juga dapat dikatakan sebagai alat yang digunakan oleh seseorang untuk menyampaikan pesan kepada sasarannya. Media sosial membawa nilai baru dalam beragama bagi kebanyakan masyarakat. Sehingga, dengan media sosial tersebut masyarakat cenderung mengambil nilai agama melalui media sosial (Hisyam, 2009).

Ada beberapa kelebihan dari media sosial dibandingkan media konvensional di antaranya yaitu: pertama, lebih cepat, tepat, ringkas, padat dan sederhana. Kalau dilihat media konvensional masih membutuhkan keterampilan secara khusus dan memiliki standar baku serta kemampuan marketing yang baik. Berbeda dengan media sosial digunakan dengan mudah bahkan tidak harus memiliki keahlian khusus hanya dengan menggunakan smartphone, komputer dengan ditambahkan koneksi internet (Zakariya & Mohamad, n.d.). Kedua, menciptakan hubungan yang sangat kuat. Berbeda dengan media konvensional yang komunikasi dilakukan hanya satu arah. Dengan hal itu maka media konvensional menciptakan hubungan dengan model interaksi melalui telepon secara live. Media sosial berinteraksi dengan mitra, pelanggan dan relasi membangun hubungan timbal balik secara langsung. Ketiga, jangkauan yang luas dan mengglobal. Media konvensional juga memiliki jangkauan yang global,

tetapi masih memerlukan waktu dan biaya yang cukup besar. Media sosial dapat berkomunikasi secara cepat tanpa hambatan jarak dan waktu (Gil de Zúñiga et al., 2018). Pengguna media sosial memiliki banyak waktu untuk mendesain konten yang menarik untuk menarik simpati khalayak ramai. Keempat, terkendali dan terukur. Media sosial menggunakan sistem tracking yang tersedia, jadi semua pengguna media sosial dapat mengendalikan dan mengukur pengaruh dari informasi yang diberikan dengan adanya respons dari khalayak serta reaksi yang muncul sedangkan media konvensional mesti ada waktu secara khusus dan lama (Azadarmaki, 2008).

Dalam berdakwah banyak media sosial yang dapat digunakan di antaranya, yaitu: pertama, media sosial dalam bentuk video (Abdullah & Mohamed Osman, 2018). Media sosial yang termasuk dalam kategori ini yaitu Youtube, Vimeo, dan Daily Motion. Media ini sangat layak untuk dijadikan sebagai sarana berdakwah. Kedua, media dalam bentuk Mikroblog. Media sosial yang termasuk kategori ini yaitu Twitter dan Tumbler (Gil de Zúñiga et al., 2018). Aplikasi ini sangat efektif untuk mengajak dan menyeru manusia kepada jalan yang baik, karena para da'i dapat memposting pesan moral yang bersumber dari nilai keislaman ke dalam aplikasi tersebut sehingga dapat dilihat dan dibaca oleh banyak orang. Ketiga, media sosial dengan berbagi jaringan sosial. Media sosial yang termasuk dalam kategori ini yaitu Facebook, Google Plus dan Path. Sama seperti media sosial yang lain, media sosial ini juga dapat digunakan para da'i untuk berdakwah dan memposting pesan dakwah (Kharim, 2020).

Begitu banyaknya manfaat internet dan jejaring sosial bagi manusia yang digunakan sebagai sarana untuk menebar kebaikan dalam berdakwah. Semua informasi yang telah diposting dan dishare ke media sosial akan secara langsung dan mudah untuk diakses oleh siapa pun dan dimanapun. Dengan adanya media sosial membuat manusia dapat berkomunikasi dengan siapapun dan dimanapun tidak peduli jarak dan waktu antara mereka (Syahputra, 2016). Dengan menggunakan media sosial manusia seperti saling berkomunikasi secara langsung. Pemanfaatan media sosial harus disertai dengan sikap arif dan bijaksana, karena dengan menggunakan media sosial secara bijak akan memudahkan manusia untuk belajar dan berdakwah (Hew, 2018).

Secara etimologi dakwah diartikan sebagai memanggil, mengajak dan menyeru. Secara harfiah berasal dari kata *da'a yad'u da'watan* yang artinya ajakan, seruan, undangan dan panggilan (Dianto, 2019, 2022; Kharim, 2020). Disimpulkan dakwah yaitu ajakan dan seruan kepada jalan yang benar sesuai ajaran Islam. Warson Munawir mengatakan bahwa dakwah diartikan sebagai memanggil/ *to call*, mengajak/ *to summon*, *propose*, mendorong/ *to urge*, mengundang/ *to invite*, menyeru/ *to* dan memohon/ *to pray* (Lengauer, 2018). Sebagaimana firman Allah SWT yang menjelaskan tentang dakwah yaitu QS. An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۚ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ
بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۚ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “*Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantablah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalannya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.*”

Dakwah merupakan bagian penting dari Islam yaitu mengundang dan mengajak manusia kepada ajaran Allah SWT (Farihah, 2013). Walaupun dakwah dikatakan sebagai menyuruh atau mengajak manusia ke dalam ajaran Islam bukan berarti tidak mengubah orang tersebut tetapi lebih kepada penyebaran pesan-pesan Allah SWT dengan cara yang sama seperti yang dilakukan oleh para nabi terdahulu.

Dari sudut pandang komunikasi dakwah dilihat sebagai suatu penyampaian pesan dalam bentuk persuasif dengan harapan masyarakat dapat menerima dengan terbuka dan baik. Dakwah juga dapat dikatakan sebagai satu usaha menarik orang lain kepada jalan yang benar yaitu agama Islam agar mengikuti ajaran Islam dan melaksanakan segala ketentuan dari ajaran Islam (Putra, 2017). Dakwah memiliki prinsip yaitu *al-amar bi al ma'ruf wa al nahy'an al munkar*.

Komunikasi dan dakwah memiliki sifat keserasian sehingga terbentuknya komunikasi dakwah. Dalam Islam terdapat program sempurna dan lengkap yang mengandung segala jenis ilmu pengetahuan dibutuhkan oleh setiap manusia. Untuk menjelaskan tujuan hidup serta untuk petunjuk jalan yang akan membawa ke jalan yang benar. Karena dakwah bertujuan untuk menyampaikan pesan mengenai Islam, dalam komunikasi juga menyampaikan segala informasi yang dipikirkan perlu

untuk masyarakat. Oleh karena itu dakwah mempunyai peranan utama untuk menyebarkan ajaran Islam kepada masyarakat melalui media sosial yang menjadi perhatian umum masyarakat pada saat ini (*Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*, n.d.).

Salah satunya aplikasi youtube menawarkan berbagai fungsi kepada pengguna di seluruh dunia yaitu masyarakat pada khususnya Islam menggunakan youtube untuk memberi dan mencari informasi yang berkaitan dengan isu-isu agama Islam seperti hukum-hukum tentang sejarah Islam, sejarah nabi, bahkan nasihat dan tafsiran hukum Islam.

Bahkan youtube juga dijadikan sebagai sumber untuk mempelajari lebih banyak mengenai ajaran Islam (Sidel, 2007). Dalam youtube masyarakat mencari informasi tentang kepercayaan agama amalan-amalan serta perayaan keagamaan.

Dalam aktivitas dakwah pengguna media sosial membantu menyampaikan pesan dengan mudah dan pantas kepada sasaran dakwah. Dari sudut kegunaan yaitu untuk proses pendakwaan mendapati bahwa generasi muda menggunakan youtube untuk menyampaikan dakwah islamiyah (Lengauer, 2018). Dengan adanya Youtube maka pengguna media sosial lebih mudah untuk menjelaskan tentang dakwah islami yakni dengan membuat satu video yang direkam secara langsung dan disampaikan di media sosial sehingga sasaran dakwah dapat melihat dan mempelajari tentang ajaran Islam dan dapat diputar kembali dibagikan kepada khalayak atau sasaran dakwah yang lebih banyak lagi (Yemelianova, n.d.).

Sehubungan dengan hal tersebut terdapat implikasi yang signifikan antara pengguna media sosial dengan sasaran dakwah apabila banyak sasaran dakwah yang menyatakan bahwa pesan dakwah di media sosial memberikan kesan yang positif terhadap jiwa mereka maka hal ini menunjukkan bahwa media sosial sebagai dakwah kecil yang turut memainkan peranannya dalam pembentukan pribadi muslim (Beaumont, n.d.).

Media sosial telah menjadi kebiasaan yang sangat baik dan menarik dalam berdakwah (Bahfen, 2018). Dalam dakwah bahwa dengan adanya media sosial akan semakin mudah untuk disampaikan kepada sasaran dakwah. Media sosial dan dakwah sudah hampir tidak dapat terpisahkan lagi dari kehidupan masyarakat. Masyarakat sekarang yang menjadi sasaran dakwah sendiri telah mudah dipengaruhi dengan media sosial, sasaran dakwah dapat melihat dakwah dari media sosial tanpa harus pergi ke suatu tempat mencari satu kumpulan yang hanya untuk mendengarkan dakwah (Arifianto, n.d.).

Pertanyaan sekarang bagaimana memaksimalkan potensi dan memainkan peran media sosial sebagai media dakwah? Berdasarkan dari beberapa kenyataan bahwa pertumbuhan industri media sosial seperti youtube menunjukkan bahwa semua bahwa masyarakat telah memandang akan urgensi media sosial dalam kehidupan. Sehingga, banyak masyarakat yang berbondong-bondong untuk menjadi seorang youtuber untuk di jadikan sebagai penghasilan uang tambahan. Ini dapat terlihat dari banyaknya masyarakat yang sudah banyak berhasil menjadi youtuber yang memiliki penghasilan lebih dari banyaknya subscribe video yang mereka buat

di youtube (Hamayotsu, 2013). Jika dihitung secara rata-rata seorang youtuber bisa menghasilkan uang sekitar Rp. 45-75 ribu per satu video dengan 1.000 views. Hal ini belum termasuk penghasilan tambahan dari yang menyaksikan iklan yang ada dalam video yang nominalnya bisa mencapai Rp. 270.000,- per 1000 views.

Hasil dan Pembahasan

Youtuber Dakwah

Islam merupakan agama dakwah (Dianto, 2018), umat Islam berkewajiban untuk melaksanakan ajaran Islam dalam keseharian dan harus menyampaikan tabligh yaitu kebenaran ajaran Islam terhadap orang lain. Youtube dalam hal ini menjadi alat instan yang dapat dipakai oleh umat Islam untuk berdakwah. Youtube menjadi solusi baik ketika seseorang tidak memiliki keberanian berdakwah di muka umum dan belum mampu menghadapi masyarakat secara tatap muka. Youtube juga menjadi media dakwah yang bisa mengontrol emosi yang kemungkinan bisa berlebihan saat berbicara di hadapan publik.

Profesi youtuber di media sosial dapat mengkonstruksi realitas yang ada di masyarakat. Karena, kerja youtuber bukan sekedar menyampaikan informasi melalui rekaman video saja, melainkan mampu membentuk opini masyarakat melalui karya tulisnya. Seorang youtuber Islami juga menjadi penghubung untuk menjadi pakar ilmu agama yaitu seorang ulama, kyai atau ustadz, karena itu aktifitas dakwah dalam hal ini tidak terbatas. Fuad mengemukakan bahwa aktifitas dakwah sangat luas yaitu: pertama, mengingatkan manusia akan nilai kebenaran dan keadilan dengan lisan

(Solomon, 2016). Kedua, mengkomunikasikan prinsip Islam melalui karya tulis. Ketiga, memberikan contoh keteladanan akan perilaku akhlak yang baik. Keempat, bertindak tegas dengan kemampuan fisik, harta dan jiwanya dalam menegakkan prinsip ilahi (Hashmi et al., 2021).

Politik Identitas Islam

Politik Identitas Islam terdiri dari tiga kata yaitu politik, identitas dan Islam. Politik merupakan satu pengetahuan tentang pemeritahan. Hog berpendapat yaitu satu konsep seseorang tentang bagaimana, macam jenis, dan hubungan mereka dengan orang lain (Hakiki & Lampung, 2011). Politik identitas merupakan gaya politik yang berusaha melawan garis kelompok dengan menganut sebuah rasa identitas bersama yang positif dan asertif. Dengan adanya politik identitas untuk memberikan garis tegas tentang menentukan siapa saja yang termasuk anggota dan siapa yang tidak anggota dari kelompok tersebut (Hamayotsu, n.d.). Lukmantoro mengatakan bahwa dalam politik identitas lebih mengedepankan suatu kepentingan tertentu dari anggota yang memiliki identitas dan karakter. Dalam hal ini disandarkan pada kesamaan suku, ras, jenis kelamin dan agama. Politik identitas juga merupakan usaha politis untuk menyalurkan aspirasi dan mempengaruhi kebijakan publik yang dipandang berharga (Firdaus & Andriyani, 2021). Politik identitas adalah nama lain dari biopolitik berbicara tentang suatu kelompok diidentitaskan atas satu kepribadian biologis. Politik identitas mewakili peran dan kesadaran afiliasi politik yaitu adanya peran penting dari kesadaran dalam mengembangkan identitas politik untuk ikut bergabung dalam satu kelompok tertentu

(Yablon, n.d.). Menurut hemat panulis menyimpulkan dari semua pendapat yang mengatakan politik identitas yaitu yang paling komprehensif pendapatnya yaitu pendapat Lukmantoro yaitu yang mengedepankan kepentingan anggota yang memiliki kesamaan identitas, karakteristik baik disandarkan pada kesamaan budaya, etnis, jenis kelamin dan agama.

Islam yaitu agama yang diturunkan Allah kepada rasul untuk dijadikan pedoman hidup di dunia dan akhirat (Giuliano, n.d.). Agama dan politik dijadikan satu hal yang saling berhubungan untuk kepentingan satu kelompok. Pada saat ini politik identitas dengan agama sudah dapat dikatakan bersamaan (Gil de Zúñiga et al., 2018). Karena, politik identitas terlebih lagi dalam hal agama memang tidak pernah hilang dalam dunia politik di Indonesia. Dalam konteks politik identitas, agama adanya upaya untuk memasukkan nilai-nilai agama dalam suatu kebijakan (Hoodfar & Sadr, n.d.). Politik Islam adalah tentang satu usaha dalam menghadapi masalah dipandu dengan undang-undang dasar sebagai wujud upaya menciptakan kebahagiaan dan mencegah dari yang mengakibatkan kerugian kepentingan masyarakat dengan berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist. Untuk itu, maka politik identitas Islam merupakan pengetahuan tentang negara yang di dalamnya terdapat satu konsep tentang bagaimana mereka saling berhubungan dengan yang lain berlandaskan kepada Al-Qur'an dan Hadist.

Dalam Islam terdapat kata politik dengan istilah *siyasah*. Jika dimaksud politik dalam Islam adalah siyasah mengatur segenap urusan umat, maka Islam sangat menerapkan pentingnya *siyasah*. Islam sangat mencela bagi mereka yang tidak mengetahui dan tidak ingin tahu tentang

urusan umat (Fatima, 2011). Jika *siyasah* diartikan sebagai orientasi kekuasaan, maka sesungguhnya Islam memandang kekuasaan hanya dijadikan sebagai menyempurnaan pengabdian kepada Allah SWT. Akan tetapi, dengan adanya Islam yang bisa dijadikan sebagai sarana dalam masalah kekuasaan (Hadiz & Robison, 2012). Sebagian orang seringkali salah menilai tentang politik Islam menurut perspektif Islam, hal ini sebagai bentuk yang wajar karena dalam dunia nyata selalu disuguhkan dengan praktik politik yang kurang atau tidak sesuai sama sekali dengan ajaran agama Islam atau menyimpang dari yang dijadikan pedoman hidup yakni Al-Qur'an dan Hadist. Sampai batasan tertentu Islam memiliki konsep yang khas tentang politik. Akan tetapi, Islam tetap terbuka dalam berbagai konsep politik yang senantiasa muncul untuk melengkapi konsep yang sudah ada. Asalkan tidak bertentangan dengan konsep Islam yang sudah ada sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadist. Islam memiliki sifat terbuka dalam masalah politik yang tidak terlepas dari kenyataan bahwa Islam tidak menetapkan konsep politiknya secara rinci. Dalam hal ini Islam harus memiliki motif politik Islam, tetapi politik bukanlah satu-satunya yang dimiliki Islam. Oleh sebab itu, kalau Islam hanya bermotif politik saja tanpa ada motif lain yang seharusnya ada maka dengan demikian Islam disebut Islam yang parsial (Anam, 2019).

Kebanyakan politik Islam menggunakan motif Islam yang sangat kuat pada dasarnya didorong oleh kelemahan bahkan sampai keterpurukan politik umat Islam saat ini. Oleh sebab itu, dengan munculnya politik menjadi salah satu tugas penting untuk semua umat Islam agar bangkit dari kemunduran dan terhindar dari komoditas politik pragmatis (Bectovic,

2011). Perdebatan dan perselisihan dalam masyarakat Islam adalah perbedaan tentang masalah interpretasi gambaran dari pencarian bentuk pengamalan agama yang sesuai dengan konteks budaya dan sosial (Yavuz, 1995). Termasuk dalam persoalan keseharian manusia dalam hal interpretasi agama dan penggunaan simbol-simbol agama yang cenderung digunakan untuk kepentingan kehidupan manusia. Tentunya peran dan makna agama akan beragam yang sesuai dengan keragaman masalah sosialnya. Orientasi yang paling utama dalam politik Islam terkait dengan masalah kekuasaan yaitu mengenai tegaknya hukum-hukum Islam di muka bumi ini (Salmons, 2003). Dengan menunjukkan bahwa kekuasaan tertinggi adalah kekuasaan Allah sementara manusia pada dasarnya sama sekali tidak memiliki kekuasaan.

Dakwah Politik Islam dalam Youtube

Media sosial banyak menyiarkan tentang politik Islam dibawakan oleh da'i-da'i kondang Indonesia. Dalam hal ini seperti yang dilakukan oleh Ustadz Abdul Somad banyak menyiarkan tentang politik Islam, di antaranya dengan tema "Jangan Pisahkan Politik dan Islam" yang sudah ditonton 23 ribu views, "Islam dan Politik" ditonton sebanyak 40 ribu views, "Piagam Madinah: Contoh Politik Nabi" ditonton 52 ribu views, "Politik dalam Pandangan Islam" ditonton sebanyak 417 ribu views, "Khilafah dan Politik Islam" ditonton sebanyak 1,7 ribu views. Selain itu, Buya Yahya yang pernah mengangkat tentang politik Islam dengan tema "Kisah Politik Zaman Rasulullah" ditonton sebanyak 2.2 ribu views. KH. Ahmad Hasyim Muzadi dengan tema "Agama dan Politik" ditonton

sebanyak 3 ribu views, “Islam dan Geopolitik Internasional” ditonton sebanyak 64 ribu views. Habib Rizieq dengan tema “Umat Islam Harus Tahu Politik” ditonton sebanyak 12 ribu viws. Ustadz Arifin dengan tema “Bolehkah Islam Berpolitik” ditonton sebanyak 50 ribu views. Najwa Shihab juga pernah membawa tentang politik Islam dengan tema “Bagaimana Politik Dicampur Agama” ditonton sebanyak 133 ribu views. Ustadz Adi Hidayat dengan tema “Bolehkah Islam Berpolitik” ditonton sebanyak 51 ribu views. KH Syukron Ma’mun dengan tema “Bicara Politik Islam dan Tegas Kritik Pemimpin Yang Suka Berbohong (Solomon, 2016).

Tabel. 1 Siaran Media Sosial tentang Politik Islam di Youtube

No.	Tema	Pemateri	Jumlah Views
1.	Jangan Pisahkan Politik dan Islam	Ustadz Abdul Somad	23 ribu views
2.	Islam dan Politik	Ustadz Abdul Somad	40 ribu views
3.	Piagam Madinah: Contoh Politik Nabi	Ustadz Abdul Somad	52 ribu views
4.	Khilafah dan Politik Islam	Ustadz Abdul Somad	1,7 ribu views
5.	Politik Dalam Pandang Islam	Ustadz Abdul Somad	417 ribu views

6.	Kisah Politik Zaman Rasulullah	Buya Yahya	2,2 ribu views
7.	Agama dan Politik	KH Ahmad Hasyim Muzadi	3 ribu views
8.	Islam dan Geopolitik Internasional	KH Ahmad Hasyim Muzadi	64 ribu views
9.	Umat Islam Harus Tahu Politik	Habib Rizieq	12 ribu views
10.	Bagaimana Politik Dicampur Agama	Nazwa Shihab	133 ribu views
11.	Bolehkan Islam Berpolitik	Ustadz Arifin	50 ribu views
12.	Bicara Politik Islam dan Tegas Kritik Pemimpin yang Suka Bohong	KH Syukro Ma'mun	39 rbu views
13.	Bolehkah Islam Berpolitik	Ustadz Adi Hidayat	51 ribu views

Sumber: Hasil penelitian, diolah sendiri, 2022.

Kesimpulan

Mengingat media sosial mempunyai peranan dan pengaruh yang sangat besar bagi masyarakat, maka sebaiknya umat Islam menempatkan posisi sebagai pelaku tidak lagi sebagai objek penerima yang hanya diam dan menonton saja. Media sosial dijadikan untuk berdakwah mengajak kepada jalan yang benar dan menjauhkan dari yang munkar, untuk mencapai ridho Allah SWT. Dengan media sosial dakwah juga dapat menangkap semua

khalayak dan memiliki massa yang banyak serta dapat memperluas jangkauan berdakwah, terutama dengan hadirnya aplikasi youtube. Politik dan agama saling beriringan untuk menuju kemaslahatan umat, dengan membuat video keislaman dengan isi politik Islam agar masyarakat lebih paham tentang pengetahuan perpolitikan Islam.

Daftar Pustaka

- Abdullah, N., & Mohamed Osman, M. N. (2018). Islamisation in the Indonesian media spaces new sites for a conservative push. *Journal of Religious and Political Practice*, 4(3), 214–232. <https://doi.org/10.1080/20566093.2018.1525894>
- Ahnaf, M. I. (2009). Between revolution and reform: The future of Hizbut Tahrir Indonesia. *Dynamics of Asymmetric Conflict*, 2(2), 69–85. <https://doi.org/10.1080/17467580902822163>
- Anam, H. F. (2019). Politik Identitas Islam dan Pengaruhnya Terhadap Demokrasi di Indonesia. *POLITEA*, 2(2), 181. <https://doi.org/10.21043/politea.v2i2.5953>
- Arifianto, A. R. (n.d.). *Islamic Campus Preaching Organizations in Indonesia: Promoters of Moderation or Radicalism?*
- Arifianto, A. R. (2019). Islamic Campus Preaching Organizations in Indonesia: Promoters of Moderation or Radicalism? *Asian Security*, 15(3), 323–342. <https://doi.org/10.1080/14799855.2018.1461086>
- Azadarmaki, T. (2008). Television, Religious Media, and the Mirror Relationship between Family, Government, and Religion in Iran. *Journal of Media and Religion*, 7(1–2), 45–55. <https://doi.org/10.1080/15348420701838335>

- Bahfen, N. (2018). The Individual and the *Ummah*: The Use of Social Media by Muslim Minority Communities in Australia and the United States. *Journal of Muslim Minority Affairs*, 38(1), 119–131. <https://doi.org/10.1080/13602004.2018.1434939>
- Beaumont, N. (n.d.). *Ecotourism and the Conservation Ethic: Recruiting the Uninitiated or Preaching to the Converted?*
- Bectovic, S. (2011). Studying Muslims and constructing Islamic identity. *Ethnic and Racial Studies*, 34(7), 1120–1133. <https://doi.org/10.1080/01419870.2010.528782>
- Dianto, I. (2018). Peranan Dakwah Dalam Proses Pengembangan Masyarakat Islam. *Hikmah*, 12(1), 98–118. <https://doi.org/10.24952/hik.v12i1.854>
- Dianto, I. (2019). Analisis Tematik Subjek Dakwah Dalam Al-Quran. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah FDIK LAIN Padangsidimpuan*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.24952/tad.v1i1.1792>
- Dianto, I. (2022). *Integrasi Ilmu Dakwah dan Social Work*. Dialektika. https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=7Xy9pocAAAAJ&citation_for_view=7Xy9pocAAAAJ:TFP_iSt0sucC
- Farihah, I. (2013). (*Dosen Jurusan Dakwah dan Komunikasi STAIN Kudus*). 1.
- Fatima, S. (2011). Who Counts as a Muslim? Identity, Multiplicity and Politics. *Journal of Muslim Minority Affairs*, 31(3), 339–353. <https://doi.org/10.1080/13602004.2011.599542>
- Firdaus, M. N., & Andriyani, L. (2021). Politik Atas Identitas Agama, dan Etnis di Indonesia.

- Gil de Zúñiga, H., Barnidge, M., & Diehl, T. (2018). Political persuasion on social media: A moderated moderation model of political discussion disagreement and civil reasoning. *The Information Society*, 34(5), 302–315. <https://doi.org/10.1080/01972243.2018.1497743>
- Giuliano, E. (n.d.). *Islamic Identity and Political Mobilization in Russia: Chechnya and Dagestan Compared*.
- Hadiz, V. R., & Robison, R. (2012). Political Economy and Islamic Politics: Insights from the Indonesian Case. *New Political Economy*, 17(2), 137–155. <https://doi.org/10.1080/13563467.2010.540322>
- Hakiki, K. M., & Lampung, I. R. I. (2011). *POLITIK IDENTITAS AGAMA LOKAL*.
- Hamayotsu, K. (n.d.). *Beyond faith and identity: Mobilizing Islamic youth in a democratic Indonesia*.
- Hamayotsu, K. (2013). The Limits of Civil Society in Democratic Indonesia: Media Freedom and Religious Intolerance. *Journal of Contemporary Asia*, 43(4), 658–677. <https://doi.org/10.1080/00472336.2013.780471>
- Hashmi, U. M., Rashid, R. A., & Ahmad, M. K. (2021). The representation of Islam within social media: A systematic review. *Information, Communication & Society*, 24(13), 1962–1981. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1847165>
- Hendriyani, Hollander, E., d’Haenens, L., & Beentjes, J. W. J. (2016). Changes in cultural representations on Indonesian children’s television from the 1980s to the 2000s. *Asian Journal of Communication*, 26(4), 371–386. <https://doi.org/10.1080/01292986.2016.1156718>

- Hew, W. W. (2018). THE ART OF *DAKWAH*: Social media, visual persuasion and the Islamist propagation of Felix Siauw. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 61–79. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1416757>
- Hisyam, M. A. (2009). HARMONI LINTAS AGAMA DI MEDIA MASSA. *Millah*, IX(1), 89–102. <https://doi.org/10.20885/millah.volIX.iss1.art6>
- Hoodfar, H., & Sadr, S. (n.d.). *Islamic Politics and Women's Quest for Gender Equality in Iran*.
- Keles, B., McCrae, N., & Grealish, A. (2020). A systematic review: The influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), 79–93. <https://doi.org/10.1080/02673843.2019.1590851>
- kharim, A. (2020). *DAKWAH DAN TANTANGANNYA DALAM MEDIA TEKNOLOGI KOMUNIKASI* [Preprint]. Open Science Framework. <https://doi.org/10.31219/osf.io/pxzrv>
- Komunida: Media Komunikasi dan Dakwah*. (n.d.).
- Lengauer, D. (2018). Sharing *semangat taqwa*: Social media and digital Islamic socialities in Bandung. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 5–23. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1415276>
- Putra, N. A. (2017). Wacana Politik dalam Media Dakwah Online. *JURNAL IPTEKKOM : Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 19(1), 1. <https://doi.org/10.33164/iptekkom.19.1.2017.1-24>

- Rubawati, E. (2018). Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 2(1).
<https://doi.org/10.25139/jsk.v2i1.586>
- Rustandi, R. (2020). Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam. *NALAR: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam*, 3(2), 84–95.
<https://doi.org/10.23971/njppi.v3i2.1678>
- Salmons, P. (2003). Teaching or Preaching? The Holocaust and intercultural education in the UK. *Intercultural Education*, 14(2), 139–149. <https://doi.org/10.1080/14675980304568>
- Sidel, J. T. (2007). On the ‘Anxiety of Incompleteness’: A Post-Structuralist Approach to Religious Violence in Indonesia. *South East Asia Research*, 15(2), 133–212.
<https://doi.org/10.5367/000000007781509544>
- Solomon, H. (2016). The particular role of religion in Islamic State. *South African Journal of International Affairs*, 23(4), 437–456.
<https://doi.org/10.1080/10220461.2016.1272486>
- Syahputra, I. (2016). AGAMA DI ERA MEDIA: Kode Religius dalam Industri Televisi Indonesia. *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*, 17(1), 125. <https://doi.org/10.14421/esensia.v17i1.1283>
- Usman, F. (n.d.). *Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah*. 1.
- Yablou, Y. B. (n.d.). *Are we preaching to the converted? The role of motivation in understanding the contribution of intergroup encounters*.

- Yavuz, M. H. (1995). The patterns of political Islamic identity: Dynamics of national and transnational loyalties and identities. *Central Asian Survey*, 14(3), 341–372.
<https://doi.org/10.1080/02634939508400912>
- Yemelianova, G. M. (n.d.). *Islam, national identity and politics in contemporary Kazakhstan*.
- Zakariya, N., & Mohamad, A. D. (n.d.). *Media Sebagai Wasilah Dakwah*.