

**PERAN AKUN INSTAGRAM @DAWUHGURU SEBAGAI MEDIA
PEMBANGUN OTORITAS KEAGAMAAN BAGI WARGA NAHDLIYIN
DI ERA MEDIA BARU**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Sebagai Salah Satu

Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam



Disusun Oleh :

Moh. Dliya'ulkhaq

3420133

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

K.H ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

2024

**PERAN AKUN INSTAGRAM @DAWUHGURU SEBAGAI MEDIA
PEMBANGUN OTORITAS KEAGAMAAN BAGI WARGA NAHDLIYIN
DI ERA MEDIA BARU**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Sebagai Salah Satu

Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam



Disusun Oleh :

Moh. Dliya'ulkhaq

3420133

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

K.H ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Moh. Dliya'ulkhaq

NIM : 3420133

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul

**“PERAN AKUN INSTAGRAM @DAWUHGURU SEBAGAI MEDIA
PEMBANGUN OTORITAS KEAGAMAAN BAGI WARGA NAHDLIYIN
DI ERA MEDIA BARU”**

adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 23 Desember 2024

Yang Menyatakan,



Moh. Dliya'ulkhaq
NIM. 3420133

NOTA PEMBIMBING

Kholid Noviyanto, MA. Hum
Jl. Pahlawan, Km 05 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan

Lamp : 4 (Empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Moh. Dliya'ukhaq

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
c.q Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
di-

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Moh. Dliya'ukhaq
NIM : 3420133
Judul : **PERAN AKUN INSTAGRAM @DAWUHGURU SEBAGAI
MEDIA PEMBANGUN OTORITAS KEAGAMAAN BAGI
WARGA NAHDLIYIN DI ERA MEDIA BARU**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 23 Desember 2024

Pembimbing,

Kholid Noviyanto, MA. Hum
NIP. 198810012019031008



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161

Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **MOH. DLIYA'ULKHAQ**
NIM : **3420133**
Judul Skripsi : **PERAN AKUN INSTAGRAM @DAWUHGURU
SEBAGAI MEDIA PEMBANGUN OTORITAS
KEAGAMAAN BAGI WARGA NAHDLIYIN DI ERA
MEDIA BARU**

yang telah diujikan pada Hari Senin, 16 Desember 2024 dan dinyatakan **LULUS**
serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial
(S.Sos) dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Vyki Mazaya, M.S.I.
NIP. 199001312018012002

Penguji II

Ahmad Hidayatullah, M.Sos.
NIP. 199003102019031013

Pekalongan, 20 Desember 2024

Disahkan Oleh
Dekan



Prof. Dr. H. Sam'ani, M.Ag
NIP. 197305051999031002

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil putusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 Tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/ U/ 1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap dalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi ini adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fenom-fenom konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan hurud. Dalam transliterasi ini sebagian dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini daftar hurud Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sas	ṯ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik

			dibawah)
خ	Kha	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ḏ	zet (dengan titik dibawah)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	„ain	„	Koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Rangkap Panjang
أ = a	يأ = ai	آ = ā
إ = i	وأ = au	أِي = ī
أ = u		أُو = ū

3. Ta Marbutoh

Ta Marbutoh dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مراجميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمه ditulis *fātimah*

4. Kata Sandang Artikel

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyi, yaitu /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyi, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	ditulis	<i>al-badi'</i>
اجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

5. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/.

Contoh:

امرث Ditulis *Umirtu*

شيء Ditulis *Syai'un*

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, hidayah, serta kesehatan, kekuatan, dan kesabaran yang telah diberikan. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang menjadi teladan dalam setiap langkah hidup penulis, beserta keluarga, para sahabat, keturunan, dan semua umat yang mencintainya. Semoga keberhasilan ini menjadi awal dari pencapaian impian dan masa depan yang lebih baik. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari banyak dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh cinta dan rasa terima kasih, karya ini penulis persembahkan kepada:

1. Allah Subhanahu Wata'ala. Terima kasih telah memberikan segala nikmat dan ridho-Mu. Tanpa segala nikmat dan karunia yang Engkau berikan pada hambamu ini, skripsi ini belum tentu dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kepada Kedua orang tua tercinta, Bapak Nahdliyin dan Ibu Siti Khamidah yang dengan kasih sayang yang tak terbatas selalu mendoakan, menyemangati, dan memberikan dukungan baik secara moril maupun materi.
3. Kepada Kakak-kakak kandung saya Ahmad Khusnil Ibad, Moh. Ashim, Uli Mafruhah yang memberikan dukungan materi dan semangat dan memacu saya dalam setiap proses ini.
4. Kepada Ibu Vyki Mazaya, M.S.I. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, terima kasih atas segala bantuan dalam hal-hal yang berkaitan dengan kelulusan penulis.

semester ini. Terima kasih atas segala bantuan, dukungan, dan do'a nya selama ini. Semoga segala kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT.Semua pihak yang telah membantu, mendukung, dan mendoakan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih yang tulus atas segala bantuan yang diberikan.

Semoga setiap dukungan dan doa yang telah diberikan dibalas dengan berlipat ganda oleh Allah SWT.



MOTTO

“Hidup harus diperjuangkan kamu perlu sedikit kesusahan,perlu sedikit tekanan, gelem ora gelem, supaya nantinya bisa memetik kenikmatan hidup dimasa yang akan datang.”

(Gus Kautsar)



ABSTRAK

Ulkhag, Moh. Dliya' 2024. *Peran Akun Instagram @Dawuhguru Sebagai Media Pembangun Otoritas Keagamaan Bagi Warga Nahdliyin Di Era Media Baru*

Skripsi Progam Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing Kholid Noviyanto, MA. Hum

Kata Kunci: Otoritas Keagamaan, Media Baru, Instagram, Dawuh Guru Dakwah Digital, Analisis Wacana Kritis

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan media baru yang telah memengaruhi bentuk dan persepsi otoritas keagamaan, khususnya melalui platform media sosial seperti Instagram. Akun @Dawuhguru menjadi salah satu contoh bagaimana otoritas keagamaan bertransformasi dan dijalankan di ruang digital, menawarkan pendekatan yang lebih inklusif dan terhubung langsung dengan pengikutnya. Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran akun @Dawuhguru dalam membangun otoritas keagamaan dan menyampaikan dakwah di era digital. Penelitian ini tidak hanya memperluas literatur yang ada, tetapi juga menawarkan wawasan praktis bagi pengelola akun keagamaan, institusi keagamaan, dan masyarakat luas.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis wacana kritis Norman Fairclough dan konsep otoritas dari Max Weber untuk menganalisis strategi dan bentuk penyampaian otoritas keagamaan di akun @Dawuhguru. Data dikumpulkan melalui observasi langsung terhadap konten di akun Instagram @Dawuhguru, wawancara dengan pengelola akun, serta survei persepsi dari pengikutnya. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang mendalam terhadap makna, interaksi, dan pesan yang disampaikan melalui konten keagamaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @Dawuhguru mampu membangun otoritas keagamaan yang kuat di kalangan pengikutnya melalui strategi konten yang relevan dan edukatif, serta penggunaan bahasa yang mudah dipahami dan dekat dengan kehidupan sehari-hari. Akun ini juga berhasil membentuk komunitas yang aktif dan terlibat dalam kegiatan literasi digital keagamaan. Hal ini memperlihatkan bahwa otoritas keagamaan di era media baru dapat dikembangkan melalui interaksi digital yang inklusif dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Akun @Dawuhguru juga menonjol dalam mengatasi tantangan dakwah digital, seperti maraknya konten keagamaan provokatif, dengan menyajikan nilai-nilai Islam Ahlussunnah Waljamaah yang moderat dan toleran.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, sehingga penyusunan skripsi yang berjudul "Otoritas Keagamaan Di Era Media Baru (Studi Kasus Akun Instagram @dawuhguru)" dapat terselesaikan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam di Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Penelitian ini menghasilkan gambaran bahwa dengan menganalisis akun media dakwah @dawuhguru melalui teori otoritas Max Weber dan Analisis isi wacana Norman Fairlough dapat memberikan kontribusi signifikan dalam memahami dinamika baru otoritas keagamaan di era media digital. Dengan fokus pada bagaimana akun Instagram seperti Dawuh Guru mempengaruhi persepsi dan praktik keagamaan, penelitian ini tidak hanya memperluas literatur yang ada tetapi juga menawarkan wawasan praktis bagi pengelola akun keagamaan, institusi keagamaan, dan masyarakat luas.

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis menerima banyak bantuan, bimbingan, serta arahan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis hanya bisa menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya, disertai doa agar segala kebaikan yang diberikan mendapatkan balasan pahala dari Allah SWT. Ucapan terima kasih khusus penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Prof. Dr. H. Sam'ani, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
3. Ibu Vyki Mazaya, M.S.I. selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Bapak Kholid Noviyanto, M.A.,Hum. Selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing penulis hingga menyelesaikan studi akhir. Dan sekaligus pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, dukungan, dan arahan dengan penuh kesabaran selama penelitian dan penyusunan skripsi.
5. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang memberikan dorongan, motivasi, dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Keluarga yang selalu memberikan doa dan restu kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Pengelola akun instagram @dawuhguru yang telah memberikan informasi penting untuk penelitian ini.
8. Teman-teman seperjuangan di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang selalu memberi motivasi dan dukungan.
9. Semua pihak yang turut berperan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Penulis juga memahami bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan

saran yang membangun dari para pembaca demi perbaikan skripsi ini serta sebagai panduan untuk karya-karya berikutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Amin.

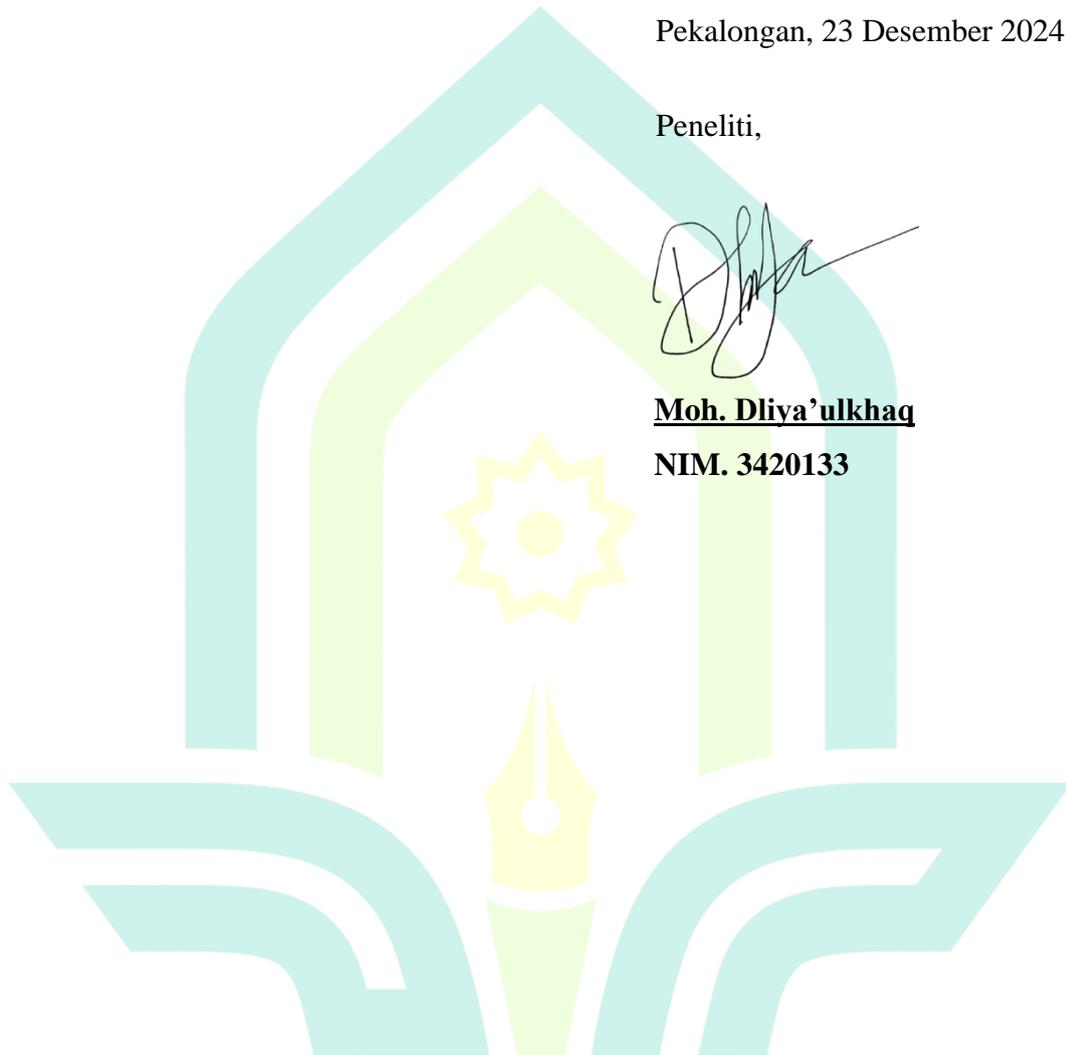
Pekalongan, 23 Desember 2024

Peneliti,



Moh. Dliya'ulkhaq

NIM. 3420133



DAFTAR ISI

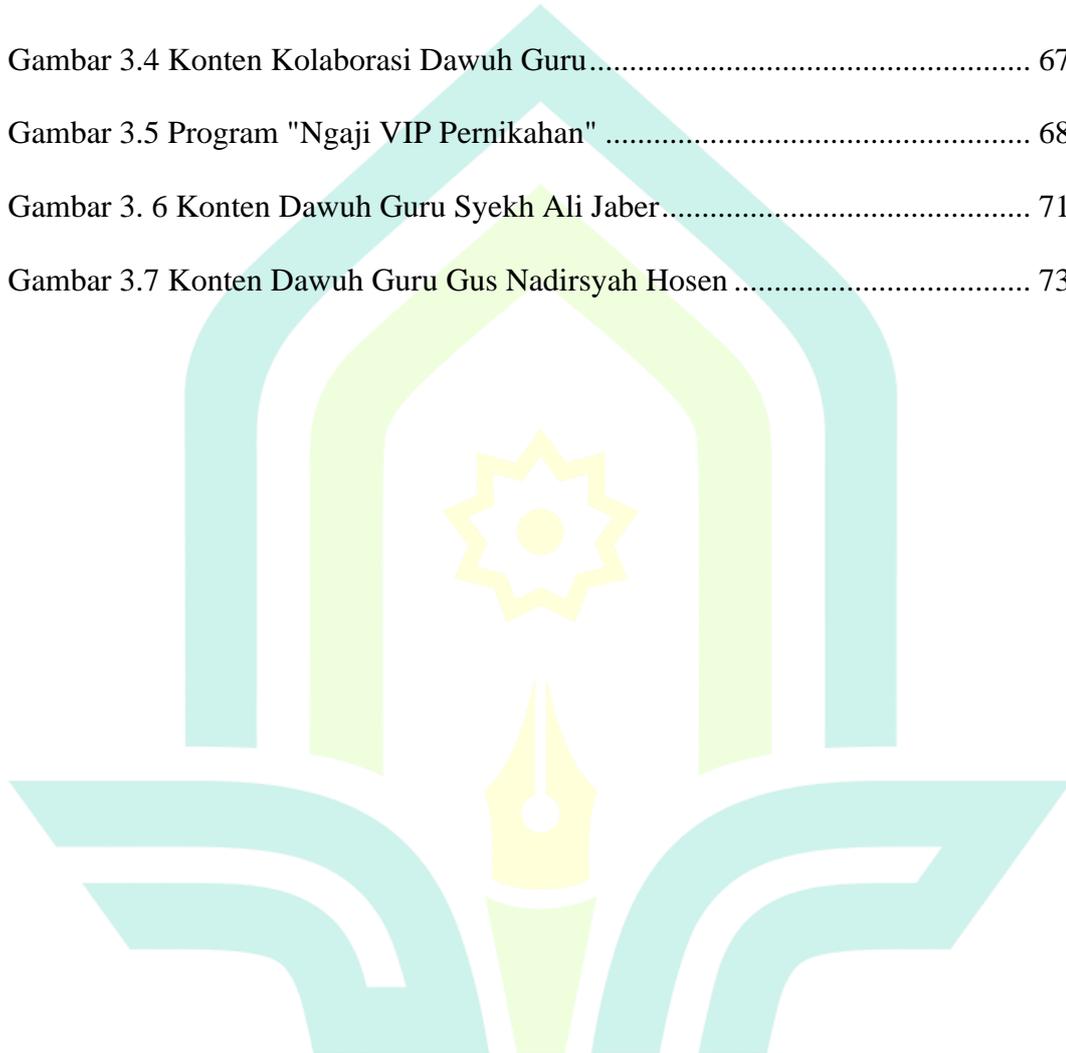
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN.....	ix
MOTTO	xii
ABSTRAK	xiii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Tinjauan Pustaka	9
1. Otoritas Keagamaan	9
2. Media Baru	12
3. Akun Instagram @dawuhguru	15
4. Warga Nahdliyin.....	16

F. Penelitian Relevan.....	16
G. Kerangka Berpikir.....	20
H. Metode Penelitian.....	22
1. Paradigma Penelitian.....	22
2. Jenis dan pendekatan penelitian.....	24
3. Subjek dan Objek dalam Penelitian.....	26
4. Sampel.....	26
5. Sumber Data.....	27
6. Teknik Pengumpulan Data.....	28
7. Teknik Keabsahan Data.....	29
8. Teknik Analisis Data.....	30
I. Sistematika Pembahasan.....	33
BAB II GAMBARAN UMUM OTORITAS KEAGAMAAN.....	34
A. Otoritas Keagamaan.....	34
B. Media Baru.....	40
C. Media Baru dan Transformasi Otoritas Keagamaan.....	43
D. Karakteristik Otoritas di Era Media Baru.....	45
BAB III PERAN AKUN INSTAGRAM DAWUH GURU SEBAGAI MEDIA PEMBANGUN OTORITAS KEAGAMAAN DI ERA MEDIA BARU	51
A. Sekilas Tentang Akun Instagram @DAWUHGURU.....	51
B. Peran Akun Dawuh Guru Dalam @Dawuhguru Dalam Membangun Otoritas Keagamaan Bagi Warga Nahdliyin Di Era Media Baru.....	60

C. Strategi Materi Dakwah Dawuh Guru Sebagai Media Sumber Otoritas Keagamaan Di Era Media Baru.....	70
1. Strategi Materi Dakwah Berdasarkan Hasil Wawancara	70
2. Analisis Wacana Berdasarkan Strategi.....	72
BAB IV Analisis Wacana Kritis Terhadap Peran Akun Instagram @Dawuhguru Dalam Pembangunan Otoritas Keagamaan Bagi Warga Nahdliyin Diera Media Baru.....	77
A. Analisis Teks Wacana Dakwah Islam pada postingan Akun Instagram Dawuh Guru	77
B. Analisis Praktik Diskursif dalam Postingan Dawuh Guru.....	79
C. Analisis praktik Sosiokultural Dakwah Islam pada postingan Akun Instagram Dawuh Guru	80
BAB V PENUTUP.....	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berpikir	22
Gambar 3.1 Profil Instagram Dawuh Guru	51
Gambar 3.2 Bukti Verifikasi Akun Dawuh Guru	61
Gambar 3.3 Konten Dawuh Guru Gus Baha.....	62
Gambar 3.4 Konten Kolaborasi Dawuh Guru.....	67
Gambar 3.5 Program "Ngaji VIP Pernikahan"	68
Gambar 3. 6 Konten Dawuh Guru Syekh Ali Jaber.....	71
Gambar 3.7 Konten Dawuh Guru Gus Nadirsyah Hosen	73



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Praktek metode dakwah dengan pendekatan tradisional khotbah di atas mimbar masih menjadi pilihan model dakwah disukai. beberapa tahun terakhir melihat munculnya Internet dan barang media lainnya, yang menunjukkan perubahan dalam cara penyampaian kajian dakwah. Kedatangan Internet telah menciptakan forum untuk dialog, proses pengumpulan informasi, penyelesaian krisis identitas, pertemuan spiritual, dan penyebaran prinsip-prinsip agama yang tidak terbatas pada otoritas tertentu.¹ Eickelman dan Anderson mengklaim bahwa pertumbuhan Pendidikan yang masif dan Internet, bersama dengan produk sampingan, media baru (media sosial), menciptakan lingkungan diskursus yang adil di area publik. Berbicara tentang agama adalah salah satunya.² Beragam macam dakwah ustadz, ulama dan kiai menjamur di berbagai *platform* media sosial baik di Instagram, YouTube, Facebook, Podcasts, Telegram maupun WhatsApp.

Abdul Somad, Arifin Ilham, Yusuf Mansur, Aa Gym, dan Rizieq Shihab adalah lima ulama berpengaruh versi Lingkar Survei Indonesia (LSI). Penelitian yang dirilis oleh LSI Denny JA terkait ulama dan efek elektoral menunjukkan bahwa ulama memiliki pengaruh kuat terhadap pemilih sebesar

¹ Haryadi. Didid . “Otoritas Keagamaan Baru: Habitiasi dan Arena Dakwah Era Digital”. *Islamic Insights Journal Vol. 2(2)*, (2020): Hlm. 69-82.

² Eickelman, D. F., & Anderson, J. W . *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere*. (Redefining Muslim Publics 2003). Hlm 39

51,7 persen dari 1200 responden. Angka ini jauh melampaui tokoh masyarakat lain (20 persen), politisi (11 persen), dan pengamat (4,5 persen).³

Hasil survei yang dilakukan pada 10-19 Oktober 2018 tersebut menunjukkan bahwa tokoh-tokoh ulama yang memiliki tingkat pengenalan di atas 40 persen, tingkat kesukaan masyarakat di atas 50 persen, dan tingkat keberpengaruhan di atas 15 persen mencakup nama-nama yang telah disebutkan sebelumnya. Sementara itu, pada Oktober 2019, Pusat Studi Strategi Islam (The Royal Islamic Strategic Studies Centre) di Amman, Jordania, juga merilis daftar 500 tokoh muslim paling berpengaruh di dunia. Dalam daftar tersebut, Presiden Jokowi berada di posisi ke-13, Kiai Said Aqil Siraj di posisi ke-19, dan Habib Luthfi bin Yahya di posisi ke-33.⁴

Selang waktu satu tahun antara survei LSI dan The Royal Islamic Strategic Studies Centre mengindikasikan adanya dinamika dalam persepsi terhadap tokoh-tokoh keagamaan. Dalam konteks digital, fenomena Ramadan mencatat banyak kiai dan gus-gus pesantren yang menyelenggarakan kajian online melalui platform seperti Facebook, YouTube, dan aplikasi lainnya. Namun, terdapat disparitas signifikan dalam jumlah penonton antara kajian online yang diselenggarakan oleh kiai pesantren dengan yang dilakukan oleh ustaz-ustaz selebritas.

³Lingkaran Survei Indonesia (LSI) Denny JA, "Lima Ulama Berpengaruh terhadap Pemilih Versi Survei LSI Denny JA," *Tempo*, 15 November 2018, <https://nasional.tempo.co>.

⁴The Royal Islamic Strategic Studies Centre, *The Muslim 500: The World's 500 Most Influential Muslims 2019*, Amman, Jordania, 2019, <https://themuslim500.com/download/>.

Hasil survei menunjukkan bahwa Kiai Said Aqil Siraj berada di peringkat ke-19 dalam daftar tokoh muslim paling berpengaruh dunia, sedangkan Ustaz Abdul Somad termasuk dalam lima ulama berpengaruh di Indonesia versi LSI. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh offline tidak selalu berbanding lurus dengan popularitas di dunia digital. Kajian lebih lanjut mengungkapkan bahwa ustaz-ustaz selebritas cenderung memiliki tim IT dan media yang kompeten, desain visual yang menarik, serta strategi pemasaran digital yang lebih efektif dibandingkan kiai pesantren.⁵

Sebagai refleksi, tulisan KH. Imam Jazuli, Lc. MA, berjudul "Trend Ngaji Online dan Ambyarnya Kharisma Kiai NU, Sudah Saatnya Move On!" menggarisbawahi perlunya adaptasi pesantren terhadap dunia digital. Salah satu contoh positif adalah pengajian online Kitab Tafsir al-Jailani oleh Kiai Agung Irawan di Pesantren Baitul Kilmah yang menarik 700-an penonton di Instagram. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan pengelolaan media yang baik, kajian online oleh kiai pesantren dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

Adaptasi terhadap teknologi digital menjadi kebutuhan mendesak bagi kalangan pesantren. Penguasaan desain grafis, pemanfaatan media sosial, dan strategi pemasaran digital perlu ditingkatkan untuk menjembatani gap antara

⁵ LSI, "Ulama Berpengaruh di Indonesia 2024," *Survei Nasional*, 2024, hlm. 89.

popularitas ustaz selebritas dan kiai pesantren. Dengan demikian, dakwah digital dari kalangan pesantren dapat bersaing secara efektif di era media baru.⁶

Terdapat perdebatan di antara para intelektual dan ulama tradisional ihwal komodifikasi Islam di Indonesia. Mereka mengeluhkan bahwa banyak dari penceramah terkenal tidak mendapat pendidikan Islam yang baik. Selain itu, para selebriti dengan pengetahuan Islam yang minim tampil begitu terkemuka sering terbata-bata dan tidak fasih dalam pengucapan istilah-istilah atau dalil-dalil agama.⁷ Selama berabad-abad sebelumnya, para pendakwah dan ulama mencapai kewenangan dan wibawa mereka dengan mengabdikan diri bertahun-tahun mengaji secara mendalam. Organisasi Nahdlatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah menampilkan wajah Islam Indonesia yang damai dan bersahabat. Sebagai arus utama ormas Islam dan representasi otoritas Islam yang telah diterima secara luas, NU dan Muhammadiyah menjadi acuan dalam melakukan dakwah Islam di masyarakat. Secara tradisional, otoritas keagamaan dipegang oleh ulama, kiai, atau institusi keagamaan resmi yang memiliki otoritas formal dan pengakuan dari masyarakat. Namun, dengan hadirnya media sosial, definisi otoritas keagamaan mulai berubah. Akun-akun seperti Dawuh Guru yang memiliki banyak pengikut dan dipercaya oleh

⁶ Strategi Media Digital Ustaz-ustaz Selebritas dan Kiai Pesantren," *Prosiding Seminar Media Digital*, 2024, hlm. 36.

⁷ Fealy, G., & White, S. 2008. *Expressing Islam: Religious life and politics in Indonesia*. In *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*. Hlm 1-13

banyak orang dapat dianggap memiliki otoritas baru dalam konteks keagamaan.⁸

Penelitian ini penting untuk memahami dinamika baru dalam otoritas keagamaan di era media baru. Beberapa alasan mengapa penelitian ini urgensi adalah perubahan lanskap keagamaan maksudnya dengan meningkatnya penggunaan media sosial, penting untuk memahami bagaimana media ini mempengaruhi persepsi dan praktik keagamaan. Peran dan pengaruh akun Keagamaan seperti Dawuh Guru memainkan peran penting dalam membentuk pandangan keagamaan masyarakat. Meneliti pengaruh dan peran mereka dapat memberikan wawasan tentang bagaimana otoritas keagamaan dibentuk dan dipertahankan di era digital. Implikasi Sosial dan Budaya: Penyebaran pesan keagamaan melalui media sosial memiliki dampak yang luas terhadap kehidupan sosial dan budaya masyarakat. Memahami dampak ini penting untuk mengembangkan strategi yang dapat memanfaatkan potensi positif dari media baru sambil meminimalkan dampak negatifnya. Contoh dari isi unggahan akun ini mencontohkan wejangan atau dawuh salah satu tokoh NU karismatik, dan otoritatif, KH. Mustofa Bisri atau yang lebih terkenal dengan panggilan Gus Mus. Selain sebagai pengasuh Pondok Pesantren Leteh, Gus Mus banyak menyiarkan dakwahnya melalui media sosial. Max Weber membagi otoritas ke dalam tiga bentuk, yakni otoritas tradisional, legal, dan karismatik. Otoritas tradisional merujuk kepada otoritas yang

⁸ Luthfi Assyaukanie, "Media Sosial dan Otoritas Keagamaan Baru," *Jurnal Komunikasi*, 2018, hlm. 115.

dimiliki oleh seorang pemimpin dalam masyarakat tradisional, yang memiliki otoritas dalam menafsirkan dan menegakkan aturan-aturan yang berlaku.⁹

Dalam pandangan Weber seiring dengan modernisasi, otoritas tradisional ini akan tergantikan oleh otoritas legal yang muncul dan berkembang seperti dalam otoritas birokrasi sebagaimana terjadi dalam masyarakat Barat yang rasional. Sementara otoritas tradisional terkait dengan keyakinan terhadap kesakralan tatanan nilai tradisional dan kepatuhan terhadap pemimpinnya karena hubungannya dengan para pemimpin terdahulu, kepatuhan terhadap otoritas legal dibangun berdasarkan asas-asas rasionalitas modern. Sementara itu, otoritas karismatik merujuk kepada pengakuan bahwa pemimpin tersebut memiliki karisma, atau sering disebut karomah.¹⁰ Jika mengikuti pandangan Weber di atas, dalam isi konten instagram ini diisi oleh berbagai macam ulama sepuh salah satunya Gus Mus maka otoritas Gus Mus dikategorikan sebagai otoritas tradisional dan otoritas karismatik.

Instagram Dawuh Guru adalah salah satu dari sedikit akun yang menyajikan konten dakwah. Ini adalah satu-satunya akun yang meliputi satu area ilmu komunikasi, yaitu komunikasi visual, yang cukup menarik dan menghibur. Konten dari akun ini mencakup seleksi kutipan bijak dari

⁹ Max Weber, *The Theory of Social and Economic Organization*, 1947, hlm. 324

¹⁰ Adair-Toteff, Christopher. "Max Weber's Charisma". *Journal of Classical Sociology* Vol 5 no. 2. (2005). Hlm. 130

pendekian Muslim terkemuka. Selain itu, akun ini mengunggah konten dakwah dari sekian banyak Da'i Indonesia khususnya Guru yang sudah berilmu tinggi. Maksudnya, akun tersebut bertujuan untuk memberikan banyak pengetahuan dan perspektif yang beragam kepada para pengikutnya. Yang membuatnya menonjol adalah kontennya yang relevan bagi berbagai kalangan, bahkan bagi yang tidak beragama Islam.¹¹

Dari permasalahan ini akan memberikan kontribusi signifikan dalam memahami dinamika baru otoritas keagamaan di era media digital. Dengan fokus pada bagaimana akun Instagram seperti Dawuh Guru mempengaruhi persepsi dan praktik keagamaan, penelitian ini tidak hanya memperluas literatur yang ada tetapi juga menawarkan wawasan praktis bagi pengelola akun keagamaan, institusi keagamaan, dan masyarakat luas. Awal isi dari dakwah akun ini merupakan tentang tradisi petuah dari ulama sepuh atau kultural yang bersifat tentang ubudiyah atau amaliyah warga NU atau bisa dikatakan dengan ajaran Ahlusunnah Waljamaah menjadi lebih multi komprehensif. Seperti praktik sosiokultural dakwah islam, dan praktik diskursus dakwah islam. Dalam unggahan teks dari konten Dawuh Guru, Wacana membahas struktur sosial yang berfokus tentang permasalahan dalam agama, terutama dalam Islam, di mana reputasi agama untuk nuansa provokatif menyebar luas dan pada akhirnya membawa nilai-nilai negatif kepada Islam

¹¹https://www.instagram.com/dawuhguru?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=zDNIZDc0MzIxNw== diakses tanggal 3 november 2024.

itu sendiri. Karena prediksi yang dibuat dalam banyak studi dan kuliah agama lainnya, ini mengundang kritik dari akademisi dan pendidik. Sebagai simbol masalah, Dawuh Guru berfungsi sebagai saluran untuk ide-ide dan perspektif intelektual dan instruktur yang mempertahankan prinsip-prinsip toleransi dan Islam.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis wacana kritis peran akun instagram dawuh guru sebagai media pembangun otoritas keagamaan bagi warga nahdlyin di era media baru?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui analisis wacana kritis dari peranan akun instagram dawuh guru sebagai media pembangun otoritas keagamaan bagi warga nahdlyin di era media baru

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini bisa digunakan sumber informasi dan kajian untuk pembaca dalam melihat perkembangan teknologi sebagai media baru dalam berdakwah. Sebagai dedikasi berharga dalam bentuk informasi terkait ilmu dakwah dan komunikasi tentunya. Dan untuk masyarakat sekarang, konsumen tekhnologi dan media sosial terutama, dalam kajian Otoritas dakwah di era *New Media* (Media Baru) dalam Dakwah.”

2. Secara Praktis

Penelitian ini dapat berguna bagi semua kalangan baik masyarakat umum, da'i, mahasiswa Fakultas Unshuluddin Adab dan Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid terkhusus untuk masyarakat penikmat media sosial. Hasil penelitian ini bisa berguna sebagai salah satu referensi atau bahan pustaka bagi penelitian selanjutnya khususnya di bidang Dakwah. Bagi pelaku dakwah yang menggeluti atau berdakwah melalui media sosial, khususnya Youtube dapat meningkatkan kemampuannya untuk mengembangkan dakwah dan agar dapat terlaksana dakwah yang efektif.

E. Tinjauan Pustaka

Media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat modern. Salah satu platform media sosial yang populer adalah Instagram. Instagram memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video serta mengikuti akun yang menarik bagi mereka. Dalam konteks keagamaan, Instagram juga digunakan oleh banyak tokoh agama untuk menyebarkan ajaran dan memperluas jangkauan pengaruh mereka. Salah satu akun Instagram yang populer di kalangan umat Islam di Indonesia adalah @dawuhguru. Akun ini dijalankan oleh seorang ulama yang memiliki banyak pengikut dan sering memposting konten keagamaan.

1. Otoritas Keagamaan

Otoritas keagamaan adalah konsep yang penting dalam studi agama. Otoritas keagamaan dapat diistilahkan sebagai kekuasaan atau pengaruh yang dimiliki oleh pribadi atau kelompok dalam masyarakat keagamaan.

Otoritas keagamaan bisa bersumber dari wawasan, empiris, atau posisi dalam starata keagamaan Otoritas keagamaan dalam Islam adalah hak untuk mengemban dan menginstruksikan aturan yang dianggap sejalan dengan kehendak Allah. Namun, konsep ini menimbulkan kompleksitas karena keyakinan bahwa satu-satunya pemegang otoritas adalah Allah sendiri, yang diungkapkan dalam Al-Quran. Sesuai dengan pandangan ini, pemegang otoritas dalam Islam adalah mereka yang mampu memimpin dan mengarahkan tindakan sesuai dengan ajaran Islam yang terdapat dalam Al-Quran. Individu-individu yang dianggap memiliki otoritas ini dapat berupa ulama secara individu, atau kelompok ulama yang tergabung dalam organisasi atau lembaga yang diakui oleh pemerintah. Secara tradisional, otoritas dalam Islam berada di tangan para ulama, kyai, atau ustadz. Mereka memiliki kewenangan resmi dan memberikan interpretasi terhadap Al-Quran untuk menyelesaikan masalah umat melalui fatwa-fatwa yang dikeluarkan. Fatwa ini kemudian menjadi pedoman bagi perilaku masyarakat.¹²

Max Weber juga menggambarkan bahwa, seperti yang dijelaskan oleh Gundrum Kramer, pemisahan antara otoritas keagamaan dan kekuasaan tidaklah selalu jelas. Otoritas keagamaan memiliki banyak bentuk dan fungsi yang beragam: dapat berupa kemampuan untuk menetapkan

¹² Gaborieau, Marc. , *"Redefining Religious Authority in South Asian Muslims"*, dalam *Varieties of Religious Authority: Changes and Challenges in 20th Century Indonesian Islam.*, Azra Azyumardi, et al, (Singapore :ISEAS 2010) hal 3

kebenaran keyakinan dan tindakan, atau untuk membentuk pandangan dan menggerakkan tindakan sesuai dengan keinginan tertentu dan untuk mengidentifikasi, menolak, atau menghukum deviasi, bid'ah, dan kesesatan dalam pengikut suatu doktrin. Dalam agama-agama monoteistik yang berbasis pada kitab suci, otoritas keagamaan terutama terkait dengan kekuasaan untuk menetapkan dan menafsirkan teks-teks kanonik dengan cara yang diakui sebagai sah.

Max Weber memecah konsep otoritas menjadi tiga ragam yang berbeda: tradisional, legal, dan karismatik. Otoritas tradisional adalah wewenang yang dimiliki oleh pemimpin dalam masyarakat yang masih menjunjung tinggi nilai-nilai tradisional, memegang kendali dalam menafsirkan dan menjalankan aturan-aturan yang telah ada. Namun, Weber memperkirakan bahwa seiring dengan kemajuan modernisasi, otoritas tradisional ini akan digantikan oleh otoritas legal yang muncul dan berkembang, khususnya dalam bentuk birokrasi yang terorganisir dengan rapi seperti yang terjadi di masyarakat Barat yang lebih rasional. Sementara otoritas tradisional bergantung pada keyakinan terhadap keagungan nilai-nilai lama dan ketaatan kepada pemimpin karena warisan hubungannya dengan para pemimpin sebelumnya, kepatuhan terhadap otoritas legal lebih bersumber pada prinsip-prinsip rasionalitas modern. Sedangkan otoritas

karismatik mengacu pada pengakuan akan kekarismanya, yang sering kali dianggap sebagai anugerah yang dimilikinya..¹³

Tetapi, dalam kontras dengan sudut pandang para sarjana sebelumnya, Muhammad Qasim Zaman menawarkan pandangan yang berbeda. Baginya, meskipun ada munculnya otoritas keagamaan baru, tidak berarti otoritas keagamaan tradisional akan tergeser sepenuhnya. Menurutnya, otoritas keagamaan tradisional masih memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan.¹⁴ Pertanyaannya adalah bagaimana kemunculan otoritas keagamaan baru memengaruhi peran otoritas keagamaan tradisional. Zaman menegaskan bahwa tidak seperti yang diungkapkan oleh Turner, fenomena ini tidak langsung mengurangi peran otoritas keagamaan tradisional. Sebaliknya, otoritas keagamaan tradisional turut menyesuaikan diri dengan narasi baru dalam ranah keagamaan untuk mempertahankan posisinya sebagai pusat keilmuan Islam.¹⁵ Di sisi lain, penulis tidak sepakat dengan Turner yang mengaitkan gelombang teknologi informasi dengan munculnya otoritas keagamaan baru sebagai ancaman terhadap popularitas otoritas keagamaan tradisional.¹⁶

2. Media Baru

¹³ *Ibid.*, h. 130.

¹⁴ Zaman, Muhammad Qasim., *The Ulama in Contemporary Islam*. (United States: Princeton University Press 2002). hlm 230-231.

¹⁵ Turner, et al. *Religious Authority and the New Media*. (United Kingdom: SAGE Publications). Hlm, 117-134.

¹⁶ Azyumardi Azra, "Pemencaran Otoritas Keagamaan", (Jakarta: *Republika*, 5 Juli 2005.) Hlm. 155-18

New media adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan teknologi informasi dan komunikasi baru dan muncul, seperti internet, media sosial, dan perangkat seluler. Media baru telah mengubah cara orang berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain. Dalam konteks keagamaan, media baru juga mulai mempengaruhi bagaimana orang berperilaku dan berinteraksi satu sama lain. Sulit untuk mendefinisikan dan memahami apa itu media baru. Jika informasi ini dibandingkan dengan media yang sudah usang, itu pada dasarnya baru. Istilah ini tersebar luas dengan interpretasi yang beragam oleh berbagai pihak, merangkum makna, konsep, teknologi, dan peran yang berbeda. "*New media*" merujuk pada evolusi teknologi komunikasi dan media massa, yang terutama terjadi seiring dengan kemunculan komputer digital di era akhir abad ke-20. Sebagian besar dari apa yang kita kenal sebagai "media baru" berbasis digital, seringkali dapat dimanipulasi, terhubung dalam jaringan, interaktif, dan bersifat netral. Contoh-contohnya meliputi internet, situs web, multimedia komputer, permainan komputer, *CD-ROM*, dan *DVD*.¹⁷

Vin Crosbie menjelaskan bahwa ada tiga media komunikasi yang sekarang digunakan. Pertama, media interpersonal, juga dikenal sebagai *one-to-one*. Media ini memungkinkan seseorang untuk dengan mudah berkomunikasi atau bertukar informasi dengan orang lain. Sekali lagi, disebut media massa. Media ini digunakan sebagai sarana untuk

¹⁷ LevManovich, "*New Media From Borges to HTML.*" dalam Noah Wardrip-Fruin dan Nick Montfort(eds.), *The New Media Reader*, (Cambridge& Massa-chusetts, 2003), hlm.13-25.

menyebarkan informasi dari satu orang ke banyak orang lain. (*one to many*). Jenis komunikasi media yang keempat disebut media baru. Media ini adalah kelanjutan, jika tidak pembersihan, dari dua media sebelumnya. Lebih khusus lagi, media ini digunakan untuk mengkomunikasikan ide-ide dan informasi dari banyak orang ke banyak orang lain. (*many to many*).¹⁸ Berdasarkan terminologi ini, karakteristik new media, yakni dapat memberi akses ke konten di mana kasi bahwa siapapun bisa menjadi sumber informasi sekaligus sebagai user bagi khalayak sepanjang tidak bertentangan dengan kode etik jurnalistik.¹⁹

Dalam era media yang terus berkembang, dakwah harus mengikuti arusnya, memanfaatkan segala sumber daya yang tersedia, termasuk internet dengan beragam aplikasi yang mendukungnya. Penyampaian pesan dakwah secara online telah menjadi kebutuhan yang tak terhindarkan. Oleh karena itu, penggunaan media baru sebagai sarana untuk menyebarkan nilai-nilai mulia dalam ajaran Islam menjadi suatu keharusan. Untuk itu, diperlukan ide-ide segar, inovatif, dan kreatif agar konten dakwah dapat diterima dengan baik oleh khalayak. Generasi muda, termasuk pelajar dan mahasiswa, cenderung lebih memilih mencari jawaban atas pertanyaan keagamaan mereka melalui internet daripada langsung bertanya kepada ulama atau membaca buku di perpustakaan. Namun, beberapa pengamat,

¹⁸VinCrosbie, RebuildingMedia, http://rebuildingmedia.corante.com/archives/2006/04/27/what_is_new_media.php. Diakses 1 Oktober 2012

¹⁹Gary R. Bunt, *Islam in the Digital Age: E-Jihad, Online Fatwas and CyberIslamic Environments* (London: Pluto Press, 2003), hlm. 125.

seperti Debbie Herring, mengkhawatirkan bahwa kemajuan internet dan media baru dapat mengubah otoritas keagamaan menjadi sekadar moderator di dalam kelompok online, dianggap sebagai otoritas spiritual oleh anggota komunitas agama secara online..²⁰

Media baru tidak hanya meningkatkan akses publik ke sumber alternatif informasi agama, tetapi juga memberdayakan masyarakat untuk berkontribusi informasi, kebijaksanaan, dan dukungan untuk pidato publik dan advokasi. Ini berarti bahwa Muslim perlu memiliki keterampilan baru dalam menggunakan teknologi. Mereka juga membutuhkan wawasan baru dari penyelidikan untuk memeriksa bagaimana media modern telah menciptakan lingkungan sosial baru yang memfasilitasi interaksi spiritual, menciptakan perspektif baru, dan membenarkan tindakan dalam komunitas keagamaan.

3. Akun Instagram @dawuhguru

Akun Instagram @dawuhguru adalah sebuah platform dakwah yang mengusung motto "Merawat Tradisi, Membangun Peradaban". Di dalamnya, terdapat rangkaian postingan yang mencakup dawuh-dawuh atau nasehat-nasehat dari para guru dan pendakwah terkemuka. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi internet, akun ini menjadikan media sosial sebagai sarana penyiaran yang efisien dan cepat. Namun, yang membuatnya istimewa adalah tidak hanya sekadar menyebarkan dakwah,

²⁰ Debbie Herring. 2005. "Virtual as Contextual: A Net News Theology" dalam Morten T. Hojsgaard dan Margit Warburg, eds., *Religion and Cyberspace*. New York: Routledge

tetapi juga menyajikan konten-konten baru, kreatif, dan menarik. Berkat dedikasi dan konsistensinya dalam mengunggah video-video yang bermanfaat, akun Instagram Dawuh Guru telah berhasil membangun komunitas yang besar dengan lebih dari 699 ribu pengikut.

Pengelola akun ini dengan penuh antusias ingin menyampaikan bahwa Islam memancarkan keindahan, kelembutan, serta penuh penghargaan terhadap perbedaan. Melalui akun Instagram @dawuhguru, ia menciptakan sebuah ruang virtual yang memfasilitasi interaksi sosial antar individu dalam ranah dakwah. Setiap konten yang diunggah, baik berupa teks, gambar, suara, maupun video, menjadi medium untuk berbagi nilai-nilai agama dengan lebih luas. Respon positif dari berbagai lapisan masyarakat menjadi pendorong bagi pemilik akun ini untuk terus menghasilkan konten dakwah yang bermutu. Kehadiran media sosial, dengan cakupan yang luas dan akses yang mudah, mempercepat penyebaran informasi, termasuk konten dakwah dari @dawuhguru. Dari satu pengguna, pesan tersebut dapat menjangkau banyak orang lainnya, bahkan dengan mekanisme share postingan di story Instagram.

F. Penelitian Relevan

“Studi Kritis Transmisi dan Otoritas Keagamaan di Media Sosial”. Moh Muhtador salah satu dosen di IAIN Kudus. 2018.²¹ Studi ini menggunakan pendekatan penelitian desk kritis dengan menggunakan teori otoritas Aboe el

²¹ Moh. Muhtador, “Studi Kritis Transmisi dan Otoritas Keagamaan di Media Sosial”, *Jurnal Fikrah*, (Kudus:IAIN Kudus,2018), 328-333.

Fadl untuk mengidentifikasi dan menganalisis evolusi model keagamaan dalam media sosial dan teori transmisi. Temuan utama dari penelitian ini adalah bahwa evolusi paradigma agama di media sosial tidak mendukung transmisi pengetahuan universal. Kesamaan dengan tim studi saat ini adalah bahwa mereka sedang menyelidiki model media sosial agama sementara perbedaan adalah bahwa tim penelitian saat ini sedang meneliti model media social agama yang tidak mendukung transmisi pengetahuan. Dan menjadi teksalis-dogmatis, yang melibatkan sikap keagamaan yang telah tinggi aplikasi perbandingan dakwah tokoh ulama dalam mengakomodasikan media sosial.

“Analisis Etnografi Virtual Meme Islami Di Instagram Memecomic.Islam” Oleh Ryan Alamsyah NIM: 1113051000123 Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2018.²² Skripsi ini Metode penelitian dalam penulisan skripsi ini mengadopsi pendekatan etnografi virtual dengan fokus pada analisis media siber. Kerangka teoretis yang digunakan adalah teori realitas sosial-siber yang dikemukakan oleh Gotved. Teori ini secara konvensional membahas berbagai aspek sosial dari realitas yang terdapat di dunia maya, dengan menelusuri dan melibatkan fitur-fitur teknologi yang ada. Signifikansinya terletak pada peran model realitas sosial-siber sebagai fondasi utama dalam memahami dinamika yang terjadi di dalam komunitas virtual. Konsep ini menyoroti interaksi yang terjadi

²² Ryan Alamsyah, Analisis Etnografi Virtual Meme Islami Di Instagram Memecomic.Islam, *Skripsi Sarjana Komunikasi Dan Penyiaran Islam* (Jakarta: Perpustakaan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta ,2018)

dalam komunitas maya serta nilai-nilai dan artefak budaya yang menjadi elemen penting. Kesemuanya tersebut menjadi elemen tambahan yang memperkaya teori penelitian terkait eksplorasi kehidupan di ranah internet. Persis seperti yang teramati dalam penelitian tentang otoritas keagamaan di era media baru yang sedang diteliti melalui akun Instagram @Dawuhguri, Akun memecomic.islam juga mencerminkan sebuah fenomena menarik dalam berdakwah melalui media sosial, khususnya Instagram. Meskipun tradisi berdakwah seringkali terkait dengan kegiatan langsung di masjid atau majelis-majelis, namun keberadaan Akun memecomic.islam menunjukkan bahwa media sosial membuka pintu yang baru dalam penyebaran pesan keagamaan. Dengan memanfaatkan meme, akun ini berhasil menarik perhatian dan memfasilitasi dialog keagamaan di ruang digital, di mana batasan ruang dan waktu tidak lagi menjadi hambatan. Ini sejalan dengan penelitian yang sedang berlangsung, di mana media sosial menjadi tempat interaksi yang tak terbatas bagi para penggunanya, memungkinkan penyampaian pesan keagamaan untuk mencapai khalayak yang lebih luas tanpa terikat oleh batasan fisik. Perbedaan penelitian ini adalah Analisa pergeseran otoritas keagamaan di era media baru menggunakan studi kasus pada akun Instagram @Dawuhguru sedang penelitian tersebut berfokus pada pendeskripsikan analisis media siber yang terjadi pada akun dan juga. Level-level analisis media siber dalam akun memecomic.islam Serta bagaimana Latar belakang memecomic.islam menggunakan sarana Instagram untuk berdakwah.

Penelitian yang berjudul "Intervensi New Media dan Impersonalisasi Otoritas Keagamaan di Indonesia" oleh Mutohharun Jinan pada tahun 2013, yang dilakukan di UIN Surabaya, menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif²³. Dalam rangkaian argumennya, artikel ini mengulas dampak new media terhadap pergeseran otoritas keagamaan di Indonesia. Penelitian ini berpendapat bahwa seiring dengan kemajuan teknologi informasi, internet telah mengakibatkan redupnya otoritas keagamaan yang bersifat tradisional, beralih ke media impersonal seperti buku, blog, website, dan platform serupa. Eksistensi new media juga menjadi pendorong percepatan fenomena yang disebut sebagai "peremajaan ulama," yang tidak lagi mengikat pada persyaratan bahwa ulama, kiai, atau ustadz harus berasal dari lulusan pondok pesantren. Kesimpulan ini menggambarkan perubahan lanskap otoritas keagamaan yang semakin cenderung bersifat impersonal, dengan new media sebagai salah satu faktor kunci yang mempercepat transformasi ini. Persamaan dengan penelitian tersebut adalah otoritas agama yang terperangaruhi oleh new media. Sedangkan perbedaannya adalah new media yang dikaji pada tesis ini adalah berfokus pada instagram, sedangkan pada M. Jinan pada semua new media.

"Otoritas Keagamaan dan Fatwa Personal di Indonesia" yang disusun oleh Ahmad Khotim Muzakka, seorang dosen di IAIN Pekalongan pada tahun

²³ Mutohharun Jinan, "Intervensi New Media dan Impersonalisasi Otoritas Keagamaan di Indonesia", *Jurnal Komunikasi Islam* Vol.3 No.2 (Surabaya: UIN Surabaya, 2013), hlm 321-348.

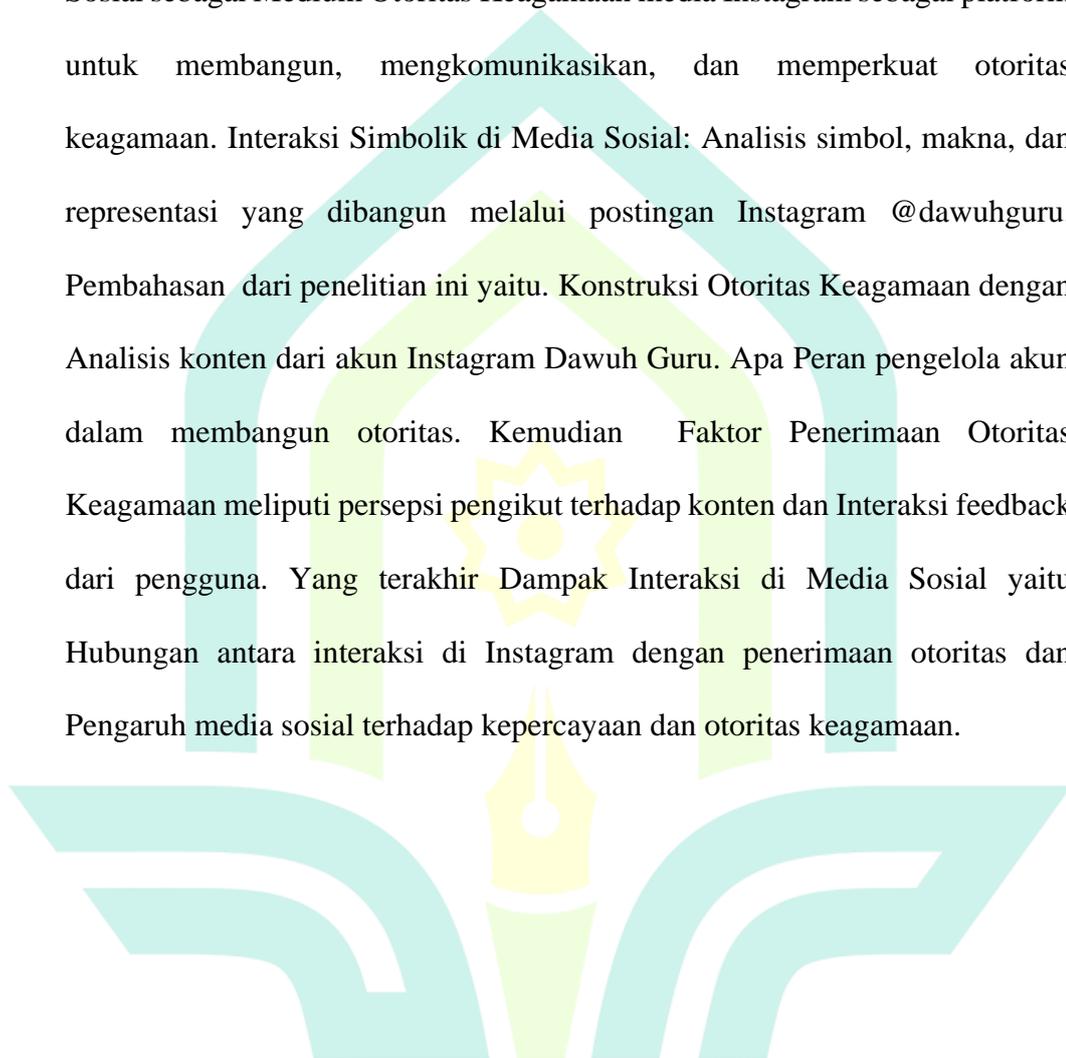
2018.²⁴Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan analisis isi yang mengkaji perbedaan pendekatan keilmuan antara dua tokoh, yaitu Nadirsyah dan Firanda, dengan meneliti fokus kajian keduanya di media sosial dan web. Hasil dari penelitian ini menyajikan bahwa keduanya menggunakan argumen ilmiah yang beragam berdasarkan literatur dari berbagai periode. Nadirsyah berusaha mengintegrasikan literatur klasik dan modern, sementara Firanda lebih memusatkan perhatian pada literatur klasik. Pendekatan masing-masing tokoh ini memiliki dampak signifikan terhadap pemikiran pribadi mereka yang termanifestasi dalam situs media sosial dan web. Meskipun penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang meneliti otoritas keagamaan, perbedaannya terletak pada fokus kajian yang membedakan pendekatan keilmuan kedua tokoh tersebut. Sementara penelitian sebelumnya memeriksa distingsi keilmuan melalui laman website, penelitian ini lebih memusatkan perhatian pada bagaimana Akun Dakah dalam menyampaikan pesan keagamaan mereka.

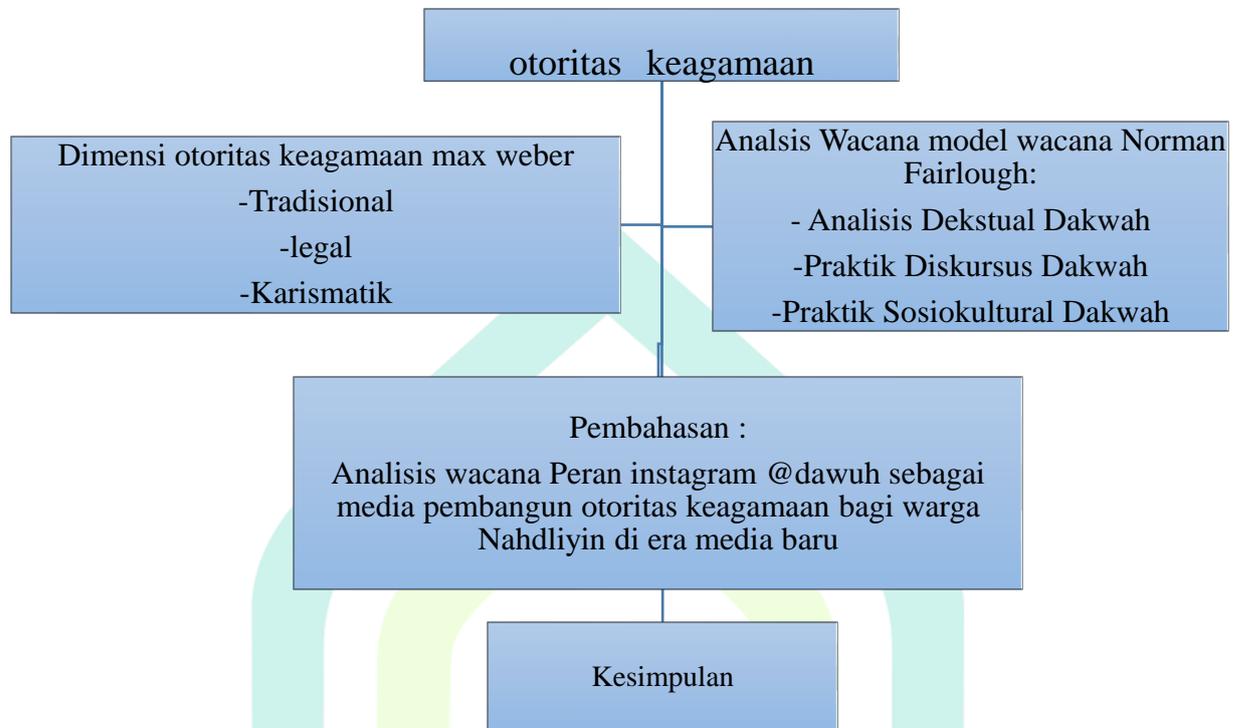
G. Kerangka Berpikir

Konsep Utama dari penelitian ini adalah mengkaji tentang Otoritas Keagamaan di Media Sosial terdapat teori Dimensi Otoritas Keagamaan yaitu Otoritas Tradisional: yang berisi Representasi ajaran keagamaan yang bersumber dari tradisi dan norma keagamaan. Otoritas Rasional-Legal: Dari penelitian ini penulis mengambil teori dari Max weber tentang Representasi

²⁴ Ahmad Khotim Muzakka, "Otoritas Keagamaan dan Fatwa personal di Indonesia", *Episteme Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman* Vol.13 No.1 (Tulungagung: LP2M IAIN Tulungagung, 2018), hlm 63-88

Dimensi otoritas keagamaan yang disusun berdasarkan hukum keagamaan dan doktrin tertentu. Otoritas Karismatik: Representasi otoritas keagamaan yang diperoleh melalui daya tarik pribadi, karisma, dan pengaruh emosional. Penulis juga menghubungkan kaitan otoritas keagamaan dengan media sosial. Media Sosial sebagai Medium Otoritas Keagamaan media Instagram sebagai platform untuk membangun, mengkomunikasikan, dan memperkuat otoritas keagamaan. Interaksi Simbolik di Media Sosial: Analisis simbol, makna, dan representasi yang dibangun melalui postingan Instagram @dawuhguru. Pembahasan dari penelitian ini yaitu. Konstruksi Otoritas Keagamaan dengan Analisis konten dari akun Instagram Dawuh Guru. Apa Peran pengelola akun dalam membangun otoritas. Kemudian Faktor Penerimaan Otoritas Keagamaan meliputi persepsi pengikut terhadap konten dan Interaksi feedback dari pengguna. Yang terakhir Dampak Interaksi di Media Sosial yaitu Hubungan antara interaksi di Instagram dengan penerimaan otoritas dan Pengaruh media sosial terhadap kepercayaan dan otoritas keagamaan.





Gambar 1.1
Kerangka Berpikir

H. Metode Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian adalah landasan filosofis dan metodologis yang mendasari seluruh proses penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan paradigma penelitian kualitatif yang Moleong (identifikasi sebagai paradigma konstruktivisme). Paradigma penelitian kualitatif umumnya terkait dengan penelitian yang bersifat deskriptif analitis, komparatif, menekankan makna, dan memperoleh data melalui observasi serta analisis dokumen. Pendekatan ini melihat bahwa realitas

merupakan hasil konstruksi atau bentukan manusia itu sendiri. Pendekatan konstruksionis memandang realitas kehidupan sosial bukan sebagai sesuatu yang alami, melainkan terbentuk melalui proses konstruksi. Oleh karena itu, fokus analisis pada paradigma konstruksionis adalah untuk memahami bagaimana peristiwa atau realitas dibangun, serta melalui metode apa konstruksi tersebut dilakukan. Dalam konteks studi komunikasi, paradigma konstruksionis ini sering disebut sebagai paradigma produksi dan pertukaran makna, dan sering dibandingkan dengan paradigma positivis atau paradigma transmisi.²⁵

Paradigma ini menekankan konstruksi pengetahuan oleh individu melalui interaksi sosial dan konteks budaya. Dengan pendekatan ini, penelitian akan berfokus pada pemahaman konstruksi otoritas keagamaan yang dibangun oleh pemilik akun Instagram @dawuhguru dan bagaimana pengikutnya berinteraksi dengan konten yang disajikan. Langkah-langkah penelitian dalam paradigma konstruktivis dapat melibatkan: Analisis Konten: Mengidentifikasi dan menganalisis konten yang diunggah di akun Instagram @dawuhguru. Fokus pada pesan-pesan keagamaan, nilai-nilai, dan norma-norma yang disampaikan. Melakukan studi kasus terhadap interaksi antara pemilik akun dan pengikutnya. Menganalisis komentar, tanggapan, dan partisipasi aktif dalam konten yang diunggah. Melakukan wawancara dengan pemilik akun @dawuhguru untuk memahami tujuan,

²⁵ Moleong, Lexy J., *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2013) hlm, 51-52

motivasi, dan pandangan mereka terkait otoritas keagamaan yang diwakili melalui media baru, khususnya Instagram. Mengumpulkan data melalui survei kepada pengikut akun tersebut untuk mengetahui persepsi mereka terhadap otoritas keagamaan yang diwakili oleh akun @dawuhguru. Menganalisis data secara interpretatif dengan mempertimbangkan perspektif-perspektif yang muncul dari pemilik akun, pengikut, dan konteks media sosial. Konteks Budaya dan Sosial: Menempatkan temuan penelitian dalam konteks budaya dan sosial yang lebih luas untuk memahami bagaimana media baru memengaruhi pembentukan otoritas keagamaan.

Paradigma konstruktivis akan memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana otoritas keagamaan dibangun, dipertahankan, dan diartikulasikan dalam era media baru, khususnya melalui platform Instagram. Penelitian ini akan memberikan wawasan yang berharga tentang peran media sosial dalam membentuk persepsi dan konstruksi otoritas keagamaan di masyarakat kontemporer.

2. Jenis dan pendekatan penelitian

Terdapat berbagai macam metode penelitian, namun pada penelitian ini, pendekatan yang diterapkan adalah pendekatan kualitatif. Creswell mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai suatu metode penelitian yang menitikberatkan pada pemahaman proses yang terjadi dan hasil atau produknya. Peneliti, khususnya, memiliki ketertarikan untuk memahami bagaimana suatu peristiwa terjadi. Menurut penjelasan dari Creswell, penelitian kualitatif tidak terpusat pada hasil atau data yang diperoleh oleh

peneliti. Sebaliknya, fokusnya adalah pada proses yang terjadi selama penelitian. Karakteristik fleksibel dari proses tersebut menandakan bahwa penelitian kualitatif bersifat bebas, tidak terikat, dan sulit dibatasi, sehingga peneliti memainkan peran krusial dalam menyusun penelitian tersebut²⁶.

Otoritas keagamaan pada zaman disrupsi diselidiki menggunakan pendekatan etnografi dan netnografi. Pendekatan etnografi menganggap bahwa pengetahuan dari semua budaya memiliki nilai yang sangat berharga. Oleh karena itu, penting untuk menggambarkan dan menjelaskan keteraturan berbagai perilaku sosial melalui proses alami atau enkulturatif sepenuhnya.²⁷ Sementara itu, data netnografi dikumpulkan melalui penelusuran online dengan mengamati partisipan online. Perspektif ini digunakan untuk menganalisis Akun Dawuh Guru dalam berdakwah melalui media sosial. Data dikumpulkan melalui berbagai metode, termasuk wawancara untuk mendapatkan informasi tentang perubahan dan peta otoritas sumber keislaman di era disrupsi, serta upaya pemangku otoritas keislaman tradisional menghadapi disrupsi. Observasi digunakan untuk mengamati data di media digital yang dihasilkan oleh sumber-sumber keislaman tradisional dan cara penyampaian pesan keagamaan. Netnografi, yang merupakan etnografi terhadap sumber-sumber di internet, juga digunakan untuk mendapatkan data tentang peta otoritas sumber keislaman

²⁶ John W. Creswell, *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches* (California: SAGE Publications, Inc, 1994), hlm. 162.

²⁷ James P. Spradley, *Metode Etnografi*, (Yogyakarta: PT. Tiara Wacana Yogya, 1997), hlm. 12-13

di media digital. Studi pustaka melibatkan penelusuran dokumen-dokumen tentang otoritas sumber keislaman tradisional di era disrupsi, mencakup penelitian sebelumnya, artikel jurnal akademik, media massa, dan video yang diunggah melalui platform media sosial seperti Facebook dan YouTube. Focus Group Discussion (FGD) dilakukan dengan informan kunci yang memahami peta otoritas sumber keislaman tradisional di era disrupsi, serta perkembangan dan perubahan otoritas sumber keislaman di era digital, dan kesiapan pemegang otoritas tersebut. .

3. Subjek dan Objek dalam Penelitian

Sesuai dengan lokasi penelitian yang dilakukan pada media sosial Instagram maka subjek penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah admin dari akun Instagram Dawuh Guru.

4. Sampel

Dalam konteks pengambilan sampel untuk penelitian "Dinamika Otoritas Keagamaan dalam Era Media Baru: Studi Kasus Akun Instagram @dawuhguru," beberapa teori pengambilan sampel yang relevan dan dapat diterapkan adalah sebagai berikut:

- a. Pengambilan Sampel Bertujuan (Purposeful Sampling) untuk mengambil sampel dengan sengaja berdasarkan tujuan spesifik penelitian, seperti mendapatkan pandangan yang beragam dari pengikut akun Instagram @dawuhguru. Implementasi sampel ini dengan memilih pengikut atau konten yang memiliki relevansi signifikan dengan topik penelitian,

misalnya, mereka yang secara aktif berinteraksi dengan konten keagamaan.

- b. Pengambilan Sampel Acak Sederhana (Simple Random Sampling):
Rasional: Menjamin setiap elemen di dalam populasi (misalnya, postingan atau pengikut) memiliki peluang yang setara untuk dipilih. Implementasi sampel memilih postingan atau pengikut secara acak dari keseluruhan

5. Sumber Data

Data primer dan sekunder adalah sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini.

a. Sumber Data Primer

Data primer dikumpulkan oleh para peneliti dari admin wawanacara dan screenshot dari beberapa posting Instagram oleh Dawuh Guru. Unggahan dilakukan pada *thread* yang sering muncul atau sering diunggah oleh Dawuh Guru admin. Selain itu, upaya dilakukan untuk mendukung unggahan yang sesuai dengan tren saat ini dari kejadian tertentu, yaitu di Indonesia. Dengan pendekatan ini, antar-tekstualitas dapat dievaluasi berdasarkan hubungan antar-teks internal yang menciptakan bentuk tertentu dan mengidentifikasi fenomena dalam wacana yang sesuai.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan oleh peneliti disebut data tambahan. Para peneliti melakukan ulasan literatur melalui jurnal, artikel, atau

sumber lain yang relevan dengan pertanyaan penelitian mereka. Selain itu, penggunaan data peringkat kedua dari media online, seperti video pisah-terpisah, juga digunakan, seperti yang terlihat di saluran akun instagram dakwah yang lainnya.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik untuk mengumpulkan data yang diambil termasuk penelitian lapangan dan analisis kualitatif. Untuk memastikan data dan informasi yang akurat dalam studi lapangan, penulis menggunakan teknik berikut:

- a. Dokumentasi : Dokumentasi merupakan salah satu teknik yang penting dalam mengumpulkan informasi dalam penelitian sosial. 1. Dalam penelitian ini penulis mengambil data dari akun instagram @dawuhguru.
- b. Wawancara : metode interaktif yang digunakan untuk mendapatkan informasi yang akurat dan mengatasi masalah khusus berdasarkan data yang dikumpulkan. Melalui wawancara, penulis dapat memverifikasi keandalan data yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber atau alat lain, serta mengungkapkan potensi pertentangan dalam informasi yang diperoleh. Dalam konteks penelitian ini, penulis melakukan wawancara dengan admin akun Dawuh Guru serta beberapa pengikutnya untuk mendapatkan wawasan yang lebih dalam."
- c. Studi Kepustakaan Penulis : melakukan studi kepustakaan dengan menggali bacaan buku-buku yang berhubungan dengan komunikasi dakwah, otoritas keagamaan, sosial media serta hasil-hasil dari penelitian yang sebelumnya yang juga menggunakan analisis isi konten

7. Teknik Keabsahan Data

Sugiono menyatakan bahwa kevalidan data penelitian dapat diukur melalui kesesuaian antara data yang dilaporkan dengan keadaan yang benar-benar terjadi pada objek penelitian.²⁸ Untuk memastikan keabsahan data, dilakukan metode member check. Member check merupakan langkah verifikasi data oleh peneliti kepada responden, dimana tujuannya adalah untuk mengevaluasi sejauh mana kesesuaian data yang diperoleh dengan informasi yang diberikan oleh responden. Dalam konteks penelitian ini, member check dilakukan dengan mengonfirmasi kembali jawaban yang diberikan oleh informan.²⁹

- a. Pengumpulan dokumen termasuk hasil penelitian, referensi, dan jurnal, untuk menyusun sumber informasi..
- b. Pengumpulan informasi dan informan yang akurat dengan kriteria yang telah ditentukan.
- c. Melakukan wawancara mendalam dengan pengunggah, pengikut, dan pemirsa menggunakan metode FGD (Focus Group Discussion). Melalui serangkaian langkah tersebut, diharapkan data yang diperoleh memiliki keabsahan yang tinggi dan dapat diandalkan.

²⁸ Sugiono, “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*”, (Bandung. Alfabeta: 2011), hal 268

²⁹ IAIN Jember, “*Pedoman penulisan Ilmiah*” (Jember: Pascasarjana IAIN Jember, 2016)

8. Teknik Analisis Data

Penelitian mengkaji konten dan isu-isu yang berkaitan dengan otoritas keagamaan dalam konteks era media baru, dengan fokus pada studi kasus Instagram Dawuh Guru. Analisis isi dilakukan untuk menyelidiki berbagai aspek yang mencakup pemahaman tentang bagaimana otoritas keagamaan diungkapkan, diterima, dan berinteraksi melalui platform media sosial tersebut. Pendekatan ini mencakup tinjauan terhadap berbagai jenis konten yang dipublikasikan, reaksi dan partisipasi pengguna. Dengan menggunakan metode analisis isi, penelitian ini merinci berbagai aspek, termasuk konten yang diunggah oleh Dawuh Guru, respon dan partisipasi pengguna, serta peran Instagram sebagai medium penyampaian pesan keagamaan.³⁰

Penggunaan model analisis wacana menandai sebuah pergeseran penting dalam metode penelitian. Sementara analisis kuantitatif mengejar jawaban atas "apa" dari pesan atau teks komunikasi, analisis wacana meretas jalan ke dalam esensi yang lebih dalam. Dengan pendekatan yang lebih kualitatif, kita tidak hanya menelusuri apa yang dikatakan, tetapi juga bagaimana dan mengapa hal itu diungkapkan. Ini bukan sekadar memahami permukaan kata-kata, melainkan menggali makna tersembunyi, tujuan, dan bahkan konstruksi sosial di baliknya. Dengan demikian, analisis wacana memperkaya pemahaman kita tentang komunikasi dan membuka pintu

³⁰ Joko Santoso, "Media Baru dan Otoritas Keagamaan Generasi Milenial Muslim" *Jurnal Maarif* Vol. 17, No. 2 (Desember 2022)

untuk pemahaman yang lebih mendalam tentang kompleksitas pesan manusia. Untuk melihat “bagaimana”, yaitu bagaimana isi teks berita dan bagaimana pesan itu disampaikan. Dalam melakukan analisis isi ini peneliti menggunakan analisis wacana dari Norman Fairclough. Ia mengungkapkan tentang metode tahapan level dalam wacana konteks ini . Diantaranya adalah analisis pada text (level mikro), *discourse practice* (level meso), dan *sociocultural practice* (level makro)³¹.

Tingkatan dalam analisis teks dalam diskursus yaitu tingkatan mikro. Memahami bagaimana penulis menciptakan simbol-simbol linguistik untuk menghasilkan diskursus Islam dapat diperoleh dari penelitian ini. Sebuah teks dapat diperiksa sehubungan dengan elemen internal dan eksternal. Praktek sosial dan struktur sosial adalah contoh dari aspek peristiwa sosial yang dianalisis melalui lensa hubungan eksternal. Penelitian representasi tindakan, identitas, dan representasi teks dimasukkan dalam analisis hubungan eksternal teks. Sebaliknya, hubungan kata-kata semantik, gramatikal, dan deskriptif dimasukkan dalam analisis hubungan internal.

Tahap selanjutnya adalah tahap meso yang mencakup analisis praktik diskursif. Hubungan antara teks dan praktik sosial budaya disampaikan melalui praktik diskursif. Cara teks dibuat dan dimaknai ditinjau dari praktik diskursif yang dipilih dari urutan wacana yang dibuat. Peneliti melakukan

³¹ Elya Munfarida, “Analisis Wacana Kritis Dalam Perspektif Norman Fairclough” *Jurnal Komunika*, Vol. 8, No. 1, (Januari - Juni 2014). Hlm. 1-2

interpretasi (analisis proses) berdasarkan pada sudut pandang kritis subjektif peneliti. Tujuannya adalah untuk memperoleh representasi makna yang ingin disampaikan oleh teks tersebut. Menurut Fairclough, pemahaman makna memerlukan keterlibatan konteksnya. Realitas yang tersirat dalam teks dapat dihasilkan melalui analisis konteks produksi, konsumsi, dan penyebaran teks yang memengaruhi pembuatan teks tersebut.³²

Tahap terakhir adalah level makro yang mencakup analisis praktik sosial budaya. Praktik sosial budaya tidak secara langsung memengaruhi teks, tetapi memengaruhi bagaimana teks diproduksi dan dipahami. Hubungan antara teks dan praktik sosial budaya ditentukan oleh pilihan praktik diskursif. Peneliti akan memperhatikan aspek situasi, institusi, dan konteks masyarakat yang terkait dengan wacana dakwah Islam dalam konten yang diposting oleh akun Dawuh Guru. Fairclough mengusulkan tiga level analisis pada tahap ini, yaitu...

- a. Aspek Situasional: Ini mencakup konteks sosial yang memperhitungkan kondisi spesifik saat teks diproduksi. Setiap teks dapat berbeda tergantung pada situasi yang berbeda. Teks juga bisa dianggap sebagai respons terhadap situasi atau konteks sosial tertentu.
- b. Institusional: mencakup dampak organisasi dalam praktik pembuatan wacana. Pengaruh institusi bisa berasal dari dalam media itu sendiri atau dari kekuatan luar. Kekuatan luar ini dapat berupa institusi politik dan

³² Norman Fairclough, *Discourse and Social Change* (Cambridge: Polity Press, 1992), hlm. 101

pengaruh ekonomi media. Institusi politik memengaruhi kebijakan suatu organisasi atau media.

- c. Sosial: melibatkan penelaahan terhadap sistem ekonomi, sistem politik, dan sistem budaya dari masyarakat secara menyeluruh..³³

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika penyusunan bahasan skripsi pada penelitian ini tidak jauh berbeda dengan penyusunan skripsi pada umumnya yaitu:

BAB I Pendahuluan, memuat latar belakang masalah, metode penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, metode penelitian, tinjauan pustaka, dan sistematika pembahasan.

BAB II Landasan Teori berfokus pada landasan teori yang digunakan, pada bab ini bertujuan untuk memperkuat argumentasi dan teori yang digunakan peneliti

BAB III Hasil Penelitian berfokus pada Data yang dikumpulkan melalui observasi langsung terhadap konten di akun Instagram @Dawuhguru, wawancara dengan pengelola akun, serta survei persepsi dari pengikutnya

BAB IV Analisis data., Berisi analisis data sesuai dengan teori analisis data yang telah dipaparkan. Data yang dianalisis yakni data yang berkaitan dengan rumusan masalah penelitian dengan menggunakan teori analisis data.

BAB V Penutup yang meliputi kesimpulan dan saran-saran

³³ Norman Fairclough, *Discourse and Social Change*, hlm. 87-88.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil analisis wacana kritis terhadap akun Instagram @Dawuhguru menunjukkan peran signifikan dalam pembangunan otoritas keagamaan di era media baru. Analisis menggunakan pendekatan Norman Fairclough, yang melibatkan elemen representasi, relasi, dan identitas, menyoroti berbagai dimensi dalam strategi dakwah akun tersebut:

1. Representasi Wacana

Akun @Dawuhguru merepresentasikan nilai-nilai Islam Ahlussunnah Waljamaah (Aswaja) yang moderat, toleran, dan seimbang, sesuai dengan prinsip Nahdlatul Ulama (NU). Penggunaan diksi dalam kontennya mencerminkan sikap toleransi dan keseimbangan dalam menjalankan ajaran Islam, menekankan nilai-nilai damai dan anti-provokasi.

2. Relasi Wacana

Konten akun ini menampilkan solusi atas problematika dakwah di era digital, di mana banyak wacana keagamaan cenderung provokatif. @Dawuhguru hadir sebagai medium yang menyuarakan dakwah ulama NU, mengedepankan sikap toleran dan moderasi dalam menghadapi berbagai tantangan sosial-keagamaan.

3. Identitas Wacana

Identitas dakwah akun ini terletak pada keterlibatan tokoh-tokoh keagamaan yang kredibel, seperti para ulama dan kiai NU, dengan ciri khas ajaran yang mengedepankan sikap At-Tawassuth (moderat), At-Tawazun (seimbang), Al-I'tidal (tegak lurus), dan At-Tasamuh (toleransi).

Analisis Praktik Diskursif Dari sisi produksi, @Dawuhguru memanfaatkan otoritas tokoh keagamaan seperti KH. Mahrus Ali untuk memberikan nasihat moral yang kuat dan tegas kepada audiens. Konsumsi konten oleh audiens diarahkan untuk merenungkan pesan keagamaan yang sarat nilai moral dan relevansi dalam kehidupan sehari-hari, khususnya bagi pemimpin.

Analisis Praktik Sosiokultural Dalam level situasional, konten akun ini dipilih secara selektif untuk mengedepankan pesan damai dan non-provokatif, mencerminkan konteks sosial yang relevan. Di tingkat institusional, keterlibatan tokoh agama memperkuat otoritas dakwah akun ini sebagai representasi Islam moderat. Pada tingkat sosial, akun ini mendorong etika sosial media yang positif dan memengaruhi persepsi masyarakat tentang nilai kepemimpinan yang berlandaskan moralitas dan keimanan.

Secara keseluruhan, akun @Dawuhguru berhasil menjadi medium dakwah yang efektif dalam membangun otoritas keagamaan berbasis nilai Aswaja di kalangan Nahdliyin. Dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah, akun ini

tidak hanya memperkuat nilai-nilai keislaman yang toleran, tetapi juga berkontribusi pada pembentukan budaya sosial yang lebih harmonis di era digital.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Bagi Pengelola Akun Dawuh Guru:

- a. **Diversifikasi Konten Dakwah:** Mengingat beragamnya audiens yang mengikuti akun ini, akan lebih baik jika konten dakwah yang disajikan lebih bervariasi, seperti video, artikel panjang, atau webinar, untuk menjaga keberagaman jenis materi yang dapat diterima dengan mudah oleh pengikut.
- b. **Peningkatan Interaksi dengan Pengikut:** Akun ini sudah memfasilitasi diskusi dan forum, namun dapat lebih ditingkatkan lagi dengan mengadakan sesi live atau tanya jawab langsung yang lebih sering untuk mempererat hubungan antara pengelola dan pengikut.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. **Penelitian Lebih Lanjut tentang Efektivitas Media Sosial dalam Dakwah:** Penelitian lebih mendalam mengenai dampak dakwah melalui media sosial terhadap perubahan sosial dan perilaku pengikut dapat menjadi kajian yang menarik untuk dikembangkan.
- b. **Penelitian dengan Perspektif Lain:** Menggunakan perspektif teori lain seperti teori komunikasi atau teori pengaruh dapat memberikan

pemahaman yang lebih luas tentang bagaimana media sosial membentuk persepsi masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

- Adair-Toteff, Christopher. Max Weber's Charisma. *Journal of Classical Sociology* Vol 5 no. 2 (2005).
- Ahmad Khotim Muzakka. 2018. Otoritas Keagamaan dan Fatwa personal di Indonesia. *Episteme Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman* Vol.13 No.1. Tulungagung: LP2M IAIN Tulungagung (2018).
- Azyumardi Azra. *Pemencaran Otoritas Keagamaan*, Jakarta: (Republika. 5 Juli 2005).
- Bubun Nursya'ban. 2021. Neo-Ottomanisme Dan Isu Hagia Sophia Digital Religion Dan Pengaruh Popularitas Erdogan Terhadap Kaum Milenial Islamis Di Indonesia. *Misykat. Jurnal Ilmu-Ilmu Al-Quran, Hadist, Syari'ah Dan Tarbiyah* vol 6, no. 1 (2021)
- Eickelman, D. F., & Anderson, J. W. *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere*. Redefining Muslim Public 2003
- Effendi Chairi. 2019 *Ketiadaan Otoritas Terpusat Dalam Fenomena Kontemporer Di Indonesia, Sangkep. Jurnal Kajian Sosial Keagamaan* vol 2, no. 2. (2019).
- Fealy, G., & White, S.. *Expressing Islam: Religious life and politics in Indonesia*. 2008.
- Fritz Ringer, Max Weber. 2004. *An Intellectual Biography*. (London: The University of Chicago Press. 2004)
- Gaborieau, Marc. 2010. "Redefining Religious Authority in South Asian Muslims", dalam *Varieties of Religious Authority: Changes and Challenges in 20th Century Indonesian Islam*. (Azra Azyumardi, et al, Singapore :ISEAS. 2010)
- Haryadi. Didid. Otoritas Keagamaan Baru: Habitiasi dan Arena Dakwah Era Digital. *Islamic Insights Journal* Vol. 2(2). (2020).
- Hugh M. Culbertson. "Media and Religion: Foundations of an Emerging Field." *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 90 (2013)
- IAIN Jember. *Pedoman penulisan Ilmiah*. (Jember: Pascasarjana IAIN Jember. . 2016.)
- Ibnus Shofi dan Talkah. 2021. "Analisis Teori Otoritas Max Weber Dalam Kepemimpinan Multikultural Kiai Sholeh Bahruddin Ngalah (Studi Kepemimpinan Multikultural Di Pondok Pesantren Ngalah Pasuruan)". *Jurnal Kependidikan Islam* 11, no. 1. (2021)

- John W. *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*. (California: SAGE Publications, Inc. 1994).
- Joko Santoso. Media Baru dan Otoritas Keagamaan Generasi Milenial Muslim. *Jurnal Maarif Vol. 17, No. 2.*(2022)
- Kerstin Radde-Antweiler and Xenia Zeiler. *Mediatized Religion in Asia: Studies on Digital Media and Religion*. (New York: Routledge: Taylor & Francis Group. 2022).
- Moh. Muhtador. Studi Kritis Transmisi dan Otoritas Keagamaan di Media Sosial. *Jurnal Fikrah. Kudus:IAIN Kudus* (2018).
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. 2013).
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. (Bandung. Alfabeta. 2011.)
- Turner, et al. *Religious Authority and the New Media*. United Kingdom: SAGE Publications.
- Zaman, Muhammad Qasim 2002. *The Ulama in Contemporary Islam*. (United States:Princeton University Press. 2002).



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS DIRI

Nama : Moh. Dliya'ulkhaq
Tempat/Tanggal Lahir : Pekalongan, 25 Oktober 2001
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat : Desa Pajomblangan RT/RW 001/003, Kec.
Kedungwuni, Kab. Pekalongan
Email : dliyaulkhaq4@gmail.com
Orang Tua : Nahdliyin / Siti Khamidah

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. MI Walisongo 1 Pajomblangan : 2007– 2013
2. SMP NU Pajombangan : 2013 – 2016
3. SMAN 1 Kedungwuni : 2016 – 2019
4. UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan : 2020 – 2024
- 5.

Pekalongan, 23 Desember 2024

Penulis



MOH. DLIYA'ULKHAQ

NIM. 3420133