

**SALAFI VIRTUAL DI MEDIA SOSIAL:
REPRESENTASI IDEOLOGI SALAFUS SHALIH MELALUI
MEDIATISASI AGAMA PADA AKUN RODJATV DI
INSTAGRAM**

DISERTASI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Doktor dalam Bidang Ilmu Komunikasi**



Oleh :

Nama : Makroen Sanjaya

NIM : 2018630036

Promotor : Prof. Andi Faisal Bakti, MA., Ph.D.

Co-Promotors : Dr. Ridzki Rinanto Sigid, MM.

Dr. Rulli Nasrullah, M.Si.

**PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU KOMUNIKASI
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS SAHID JAKARTA**

2022

**SALAFI VIRTUAL DI MEDIA SOSIAL:
REPRESENTASI IDEOLOGI *SALAFUS SHALIH* MELALUI
MEDIATISASI AGAMA PADA AKUN *RODJATV* DI
*INSTAGRAM***

DISERTASI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Doktor dalam Bidang Ilmu Komunikasi**



Oleh :

Nama : Makroen Sanjaya

NIM : 2018630036

Promotor : Prof. Andi Faisal Bakti, MA., Ph.D.

Co-Promotors : Dr. Ridzki Rinanto Sigid, MM.

Dr. Rulli Nasrullah, M.Si.

**PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU KOMUNIKASI
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS SAHID JAKARTA**

2022



**SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS SAHID JAKARTA
PROGRAM DOKTOR ILMU KOMUNIKASI**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini, saya menyatakan bahwa disertasi berjudul **“SALAFI VIRTUAL DI MEDIA SOSIAL: REPRESENTASI IDEOLOGI SALAFUS SHALIH MELALUI MEDIATISASI AGAMA PADA AKUN RODJATV DI INSTAGRAM”** adalah benar sebagai hasil karya saya sendiri, yang saya susun sesuai dengan ketentuan dalam penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari terdapat hal-hal yang dapat dikategorikan sebagai tindakan plagiat, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Jakarta, 21 Juni 2022

Makroen Sanjaya

NIM 2018630036

**UNIVERSITAS SAHID JAKARTA
SEKOLAH PASCASARJANA
PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU KOMUNIKASI**

LEMBAR PERSETUJUAN DISERTASI

SALAFI VIRTUAL DI MEDIA SOSIAL :

**Representasi Ideologi *Salafus Shalih* melalui Mediatisasi Agama
pada Akun *RODJATV* di Instagram**

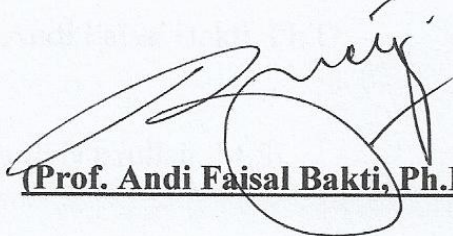
OLEH :

NAMA : MAKROEN SANJAYA

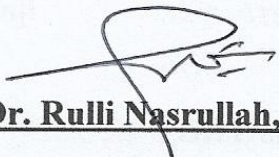
NPM : 2018630036

DISETUJUI OLEH :

PROMOTOR


(Prof. Andi Faisal Bakti, Ph.D.)

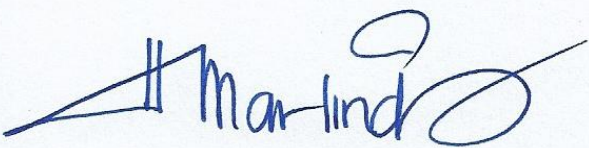
Co-Promotor


Dr. Rulli Nasrullah, M.Si.

Co-Promotor


Dr. Ridzki Rinanto Sigit, M.M.

Direktur Sekolah Pascasarjana


Dr. Marlinda Irwanti Poernomo, M.Si.

Ketua Program Studi
Doktor Ilmu Komunikasi


Dr. Ridzki Rinanto Sigit, MM.

**UNIVERSITAS SAHID JAKARTA
SEKOLAH PASCASARJANA
PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU KOMUNIKASI**

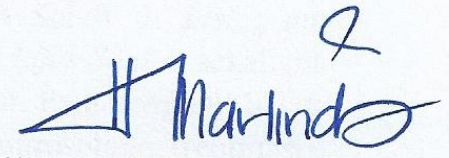
LEMBAR PENGESAHAN DISERTASI

Nama : MAKROEN SANJAYA
NPM : 2018630036
Judul Disertasi : **SALAFI VIRTUAL DI MEDIA SOSIAL : Representasi Ideologi *Salafus Shalih* melalui Mediatisasi Agama pada Akun *RODJATV* di Instagram**

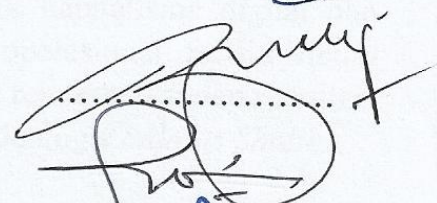
Telah dipertahankan dalam Sidang Terbuka Senat Akademik Sekolah Pascasarjana Universitas Sahid Jakarta Program Studi Doktor Ilmu Komunikasi pada hari Rabu, 6 Juli 2022 Jam 13.00 s.d 15.00 dan dinyatakan LULUS dengan predikat *Cumlaude/Dengan Pujian*.

DISAHKAN OLEH PANITIA PENGUJI DISERTASI :

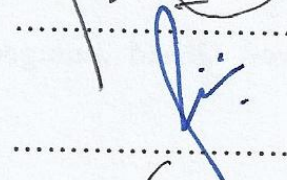
Ketua Sidang : Dr. Marlinda Irwanti Poernomo, M.Si.



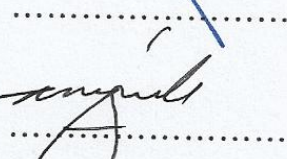
Promotor : Prof. Andi Faisal Bakti, Ph.D.



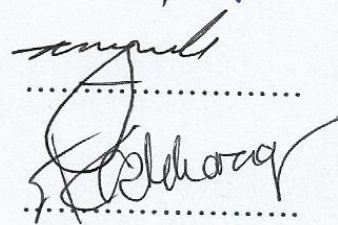
Co-Promotor : Dr. Rulli Nasrullah, M.Si.



Co-Promotor : Dr. Ridzki Rinanto Sigit, M.M.



Penguji : Dr. Arief Subhan, M.A.



Dr. Dorien Kartikawangi, M.Si.



Dr. Jamalullail, MM.

ABSTRAK

Komunitas Salafi yang termarginalisasi dari media arus-utama di Indonesia, melakukan representasi ideologi *Salafus Shalih* melalui mediatisasi agama. Salafi semula berdakwah secara tradisional, kemudian menggunakan radio, televisi, dan situs web, serta media sosial. Representasi ideologi melalui mediatisasi agama ini meningkatkan jumlah pengikut, sehingga mereka mampu mereproduksi formasi sosial untuk mempertahankan *status-quo*. Kajian ini bertujuan mengungkapkan bagaimana representasi ideologi konservatif *Salafus Shalih* melalui mediatisasi agama di media sosial. Sejauh mana Salafi melakukan mediatisasi agama melalui media sosial pada akun *Rodjatv* di *Instagram*? Mengapa Salafi memilih *Instagram* untuk merepresentasikan ideologinya? Seperti apa dan untuk apa Salafi media *Rodja* mengagregasi pengikutnya secara virtual di media sosial *Instagram* demi keberlangsungan dakwah dalam rangka menyebarkan ideologi konservatif *Salafus Shalih*? Paradigma Kritis dalam Pendekatan kualitatif dengan metode etnografi virtual dalam penelitian ini untuk menjelaskan bagaimana ideologi konservatif *Salafus Shalih* dalam mediatisasi agama melalui tiga metafora media, yaitu media sebagai saluran, bahasa, dan lingkungan, ditanamkan kelompok Salafi kepada para pengikut virtual di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan konten dakwah Salafi di *Instagram* menginterpelasi Salafi muda, dan mengimitasi cara beragama *Salafus Shalih*, sekaligus menciptakan komunitas atau *jama'ah* virtual dalam jumlah besar. Para pengikut Salafi muda kemudian menginterpelasi-ulang (reinterpelasi) dan meniru-ulang (reimitasi), bahkan menjadi sarana produksi material. Melalui praktik kapitalisme digital dan komodifikasi, Salafi menghimpun donasi untuk biaya operasional media *Rodja* sehingga dakwah Salafisme dapat berkelanjutan. Rangkaian reinterpelasi dan reimitasi pada akhirnya mengonstitusi Salafi dakwahis dan *jama'ah* ideologis *Salafus Shalih*.

Kata Kunci : Representasi Ideologi, Salafi, Mediatisasi Agama, Media Sosial, *Instagram*

ABSTRACT

The Salafi community, which is marginalized from the mainstream media in Indonesia, represents the ideology of Salafus Salih through the mediatization of religion. Salafis initially preached in a traditional way, then used radio, television, websites and social media. This ideological representation through the mediatization of religion increases the number of followers, so that they are able to reproduce social formations to maintain the status-quo. This study aims to reveal how the representation of Salafus Salih's conservative ideology through the mediatization of religion on social media. To what extent do Salafis carry out religious mediating activities through social media on Rodjatv's Instagram account? Why do Salafis choose Instagram to represent their ideology? What is it like and why does Salafi aggregate his followers virtually on Instagram for the sake of continuing da'wah in order to spread the conservative ideology of Salafus Shalih? Critical Paradigm and Qualitative Approach, as well as Virtual Ethnography Method used in this study to explain how Salafus Shalih's conservative ideology in mediating religion through three media metaphors, namely media as a conduits, languages and environments is instilled in his followers. The results of the study show that Salafus Salih's da'wah content on Instagram interpellates young Salafis, and imitates Salafus Salih's way of religion, while creating a virtual community or congregation. The Salafis then reinterpellates and replicates, and become a means of material production. The practice of digital capitalism and commodification, Salafis collect donations and sell satellite dishes for Rodja's media operational costs, so that the preaching of Salafism can be sustainable. Furthermore, the representation of ideology through mediatization of religion on Instagram aggregates a large number of conservative ideological congregants, while at the same time affirming Rodja's media Salafis as Da'wah Salafis or creed Salafis, not Sharia Salafis or political Salafis.

Keywords : Representation of Ideology, Salafi, Mediatization of Religion, Social Media, Instagram

KATA PENGANTAR

“.....Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat...(QS: Al-Mujadalah: 11).

Segala puji dan syukur senantiasa dilangitkan ke haribaan Allah Illahi Robbi yang telah menganugerahkan nikmat sehat, waktu, dan ilmu sehingga penulis dapat menuntaskan disertasi ini, sebagai persyaratan untuk meraih gelar akademik tertinggi yaitu doktor di bidang ilmu komunikasi di Sekolah Pascasarjana Universitas Sahid Jakarta. Hanya dengan berkat, rahmat dan karunia-Nya semata, penulis diberi kemampuan mencapai garis finis, sekaligus membuktikan kepada dunia bahwa belajar sejatinya ‘buta-tuli’ alias tanpa mengenal usia, latar belakang keluarga, waktu yang lapang, bahkan nominal uang. Belajar, dan untuk menjadi seorang cendekia, tidak harus dijalani selagi muda, dari keluarga intelek, tersedia banyak waktu, bahkan kantong harus tebal. Atas izin-Nya, penulis yang sudah separuh baya, anak kampung yang baru mengenal sepatu di usia 11 tahun, dan membayar kuliah S3 dengan cara menyicil, bisa menjadi doktor. Alhamdulillah, penulis kini menjadi bagian dari sedikit praktisi televisi yang masih aktif yang merengkuh doktor.

Penulis adalah anak petani gurem, dan pedagang makanan atau warung makan reyot di sebuah pelosok dusun di Lamongan, Jawa Timur. Ketika penulis ingin mencari kerja saja selepas SMA tahun 1985, ibu berkata: “Nak, kalau saja kulit *emak* ini laku dijual untuk biaya kuliahmu, (kulit ini) akan *emak* jual.” Tekad seorang ibu miskin itu, seolah menggemakan Firman Allah dalam Surat Ali Imran 139 yang artinya: “*Janganlah kamu bersikap lemah, dan jangan pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang yang paling tinggi derajatnya jika kamu beriman.*” Alhamdulillah, 37 tahun kemudian anak kampung ini meraih derajat dengan ilmu komunikasi hingga jenjang akademik tertinggi. Maha Suci Allah, di saat anaknya kini meraih derajat seperti yang diimpikannya, beliau tidak hadir di sini karena telah menghadap Allah 2019 lalu, saat penulis baru kuliah semester satu di SPS Universitas Sahid ini. Semoga beliau istirahat dengan bahagia di alam barzakh sana.

Penulis juga bersyukur memiliki keluarga dengan kelapangan hati dan kesabaran yang luar biasa. Selama 40 bulan (hingga Juni 2022) masa studi S3 ini, keluarga kecil kami harus “puasa sementara” dari plesiran dan beli makanan yang paling mahal, sebagaimana masa-masa sebelumnya. “Sabar yang nak, ayah sedang

butuh biaya, untuk bayar uang kuliah bulanan, dan beli buku.” “Tolong uang belanja keperluan rumah diirit sedikit, ya Bun.” Apologia itu berkumandang nyaris setiap akhir pekan. Sudah begitu, di seantero rumah kami yang mungil, berserakan buku, yang selalu terhimpun hampir setiap pekan pula. Kenyaman mereka, sudah terampas hampir selama 40 bulan ini. “Jangan pernah menyentuh atau memindahkan buku-buku, tanpa izin, ya!” Untukmu, istriku, permaisuriku, Audrey Aishiya Vitradevi, terima kasih tak terkira, atas kesabaranmu. Pijitan jemarimu yang lembut di kelopak mataku dan bahu, setiap Sabtu malam dan Minggu malam karena saking lelahnya duduk di depan komputer, semoga berbalas pahala surga kelak. Aamiin. Terima kasih pula kepada ibu Ira Winarni dan bapak Andryono Abdullah, kedua mertua tercinta, yang telah merelakan putrinya untuk berjuang mengarungi kehidupan bersama penulis. Teruntuk anak-anakku: Mahdiardy Zimam Sanjaya, Rizkiah Dwita Sanjaya, Muhammad Rayhan Elang Sanjaya, dan Ivahazalia Namira Sanjaya; semoga kesabaran, pengertian dan mungkin terselip rasa kesal karena sering ayah ‘cuekin’ demi studi ini, merupakan sebetuk motivasi yang kelak bisa kalian tiru sebagai teladan. Apa yang ayah lakukan tiada lain demi derajat keluarga kita. Kelak, ayah dan bunda, tidak meninggalkan harta benda buat kalian, melainkan teladan semangat belajar untuk derajat yang mulia, berjuang untuk menjadi manusia yang bermanfaat, berusaha meraih sukses di dunia dan terutama di akhirat. Semoga Allah mengijabahnya. Aamiin.

Penulis juga bersyukur karena diberi kesempatan menimba ilmu di SPS Universitas Sahid Jakarta. Tanpa budi baik Civitas Academica, saya yang bukan siapa-siapa ini, taklah mungkin tahu apa-apa tentang ilmu komunikasi, apalagi dapat meraih gelar doktor. Terima kasih tak terhingga, karena pimpinan SPS Usahid, memberi kesempatan membayar uang kuliah dengan skema menyicil selama 35 bulan. Penulis yang selalu merasa dimudahkan dalam segala urusan akademik, juga bersyukur telah dipertemukan dengan orang-orang cerdik-cendekia yang ilmunya sangkil-mangkus, dan para penuntun menuju jalan terang nan berhati mulia. Karenanya, sudah selayaknya penulis menyampaikan apresiasi, penghargaan, dan terima kasih tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Andi Faisal Bakti, MA., Ph.D, selaku Promotor yang secara luar biasa tekun, teliti, dan penuh kesabaran membimbing penulis menjelajahi belantara ilmu, sekaligus menuntun penulis untuk menjadi seorang *rausyan*

fikr, yaitu tidak sekedar menjadi sarjana demi gelar semata, melainkan menjadi seorang ilmuwan dan intelektual sekaligus. Selaku Promotor bukan saja mengajari tentang pengayaan (*enrichment*) dan perluasan (*enhancement*) cakupan konsep serta teoretis semata, bahkan beliau mengajari penggunaan pungtuasi hingga memberangus ‘penyakit’ *stupid mistakes* dalam penulisan dengan seksama.

2. Bapak Dr. Ridzki Rinanto Sigit, MM., selaku Co-Promotor yang demikian jeli, tajam tapi santun dengan sunggingan senyuman, dan teliti menemukan *blind spot* dari disertasi ini. Bimbingan dan arahannya semakin membangkitkan konfidensi penulis sebagai mahasiswa doktoral. Di tengah kesibukannya yang luar biasa sebagai Kaprodi DIK SPS Usahid, Co-Promotor Dr. Ridzki Rinanto Sigit, MM., menjelajahi lautan huruf di disertasi ini.
3. Bapak Dr. Rulli Nasrullah, M.Si., a.k.a Kang Arul, yang bukan saja memainkan perannya dengan apik selaku Co-Promotor, tetapi lebih dari itu membuka wawasan dan perspektif yang luas, sejak memilih judul, landasan teoretis, bahkan hingga skema konseptual; yang semula penulis anggap *mbulet* menjadi sederhana dan mudah dipahami. Dengan Co-Promotor Kang Arul, penulis dapat kesempatan bimbingan dan diskusi tanpa sekat ruang dan waktu.
4. Segenap Tim Penguji yang terdiri dari:
 - a. Bapak Dr. Arief Subhan, MA., yang selalu membuka jalan lebih terang bagi penulis dalam menyajikan hasil penelitian ini. Pertanyaan, saran, dan masukannya sangat berharga bagi penulis untuk memahami realitas dari perspektif yang lebih luas dan lengkap. Sejak ujian Sidang Proposal, Penguji mengingatkan penulis untuk cermat dalam menilai dan memosisikan objek penelitian, dengan merujuk pada referensi yang akurat secara historis dan sosiologis.
 - b. Ibu Dr. Dorien Kartikawangi, M.Si., yang senantiasa bersemangat mengajukan pertanyaan, memberi masukan dan saran dengan perspektif baru. Di antara masukan dan saran yang teramat penting adalah perlunya penulis melengkapi disertasi ini dengan menjelaskan Operasionalisasi

Konsep Akademik (OKA), dan membedah media baru dari perspektif logika media sosial serta karakter *network society*.

- c. Bapak Dr. Jamalullail, MM., seorang cerdas-cendekia, yang sejak ujian Sidang Proposal hingga ujian tahap akhir ini, telah sudi dengan kritis demi kualitas disertasi ini. Tak kalah pentingnya bagi kontribusi kualitas, Penguji juga selalu menemukan *blind spot* dalam disertasi ini untuk penulis perbaiki.
 - d. Bapak Dr. Ridzki Rinanto Sigit, MM., Co-Promotor yang memainkan peran dengan apik sebagai Penguji sekaligus. Penguji yang santun tapi kritis ini, mampu menggali dengan seksama kekurangan penulis dari aspek sistematika penyajian disertasi ini. Penguji juga membuka cakrawala perspektif penulis atas Hasil, Diskusi, dan Refleksi yang disajikan dalam disertasi ini.
5. Rektor Universitas Sahid Jakarta, Bapak Prof. Dr. M.Kholil, M.Kom., dan segenap Sivitas Academica, khususnya Direktur Pascasarjana Ibu Dr. Marlinda Irwanti Poernomo, M.Si., dan Kaprodi DIK Bapak Dr. Ridzki Rinanto Sigit, MM., terima kasih telah memfasilitasi akselerasi pencapaian ini.
 6. Segenap dosen yang telah menuntun penulis selama studi ini, yaitu Prof. Dr. Alo Liliweri, Prof. Dr. Hafied Cangara, M.Sc., Prof. Dr. M.Kholil, M.Kom, Prof. Andi Faisal Bakti, Ph.D., Dr. Mirza Ronda, M.Si., Dr. Mikhael Dua, M.Sc., Dr. Udi Rusadi, M.Si, Dr. Rahtika Diana, M.Si., Dr. Heri Budianto, M.Si., Dr. Manik Sunuantari, M.Si., Dr. Pinkey Triputra, M.Si., Dr. Dewi Widowati, M.Si., Dr. Alexander Seran, M.Si., Dr. Fahrudin Faiz, M.Ag.
 7. Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ) Bapak Dr. Ma'mun Murod, M.Si., jajaran Wakil Rektor (Warek), dan segenap Civitas Academica, khususnya Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Ibu Dr. Evi Satispi, M.Si., dan jajaran Wakil Dekan (Wadek), serta Ketua Prodi Ilmu Komunikasi (Ilkom) Ibu Dr.Oktaviana Purnamasari, M.Si., dan segenap dosen dan staf, yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
 8. Para pimpinan di *Rajawali Televisi (RTV)*, khususnya Bapak Satrio Tjai, yang telah memberikan izin bagi penulis untuk meninggalkan kantor lebih cepat karena jadwal kuliah setiap hari Jumat, semasa penulis masih berkarya

di RTV. Terima kasih juga disampaikan kepada Prof. Dr. Dadang Kahmad, M.Si., dan Prof. Dr. Abdul Mu'ti, M.Ed., selaku Ketua dan Sekretaris Umum Pimpinan Pusat Muhammadiyah yang membawahi *TV Muhammadiyah (TVMu)*, tempat penulis berkarya sejak November 2020, yang memberikan keleluasaan waktu untuk menuntaskan studi ini.

9. Teman-teman DIK 22 yang kebersamai penulis, belajar bersama, berdiskusi, dan saling memberi motivasi selama studi.
10. Para Staf Akademik SPS Usahid yang cekatan dan teringginas membantu penulis selama studi hingga capaian di garis finis. Mbak Gina, yang selama 35 bulan setiap awal bulan penulis kirim struk bayaran uang kuliah. Terkhusus untuk Pak Edi Junaedi, sosok bertangandingin, yang santun tapi cekatan membantu segala urusan administrasi akademik.
11. Karyawan *TV Muhammadiyah (TVMu)* yang menjadi penyemangat dan banyak membantu, khususnya Hilmi Karim dan Faizatunnisa. Terkhusus, Saudara Nazar Saeful Rahman, yang telah dengan tekun membantu penulis selama proses penelitian, mulai dari observasi lapangan, menghimpun dan menyusun data digital, hingga mentranskrip seluruh wawancara, baik wawancara melalui metode *face to face* secara *offline* maupun wawancara *interface* secara *online* atau virtual. Sdr. Nazar ini pula menemani penulis terjun ke lokus penelitian di Cileungsi, sebanyak tujuh kali, dan membaaur dengan komunitas Salafi Cileungsi.

Sebagai karya ilmiah, disertasi ini tidak mungkin bisa dianggap paripurna, melainkan masih banyak kekurangan di sana sini. Sebagai manusia biasa yang terus ingin belajar, penulis banyak salah dan khilafnya. Karena itu, apa pun yang tersaji di dalam disertasi ini, menjadi tanggungjawab pribadi penulis, yang kelak akan dipertanggungjawab di Mahkamah Akhirat.

Jakarta, 6 Juli 2022

DAFTAR ISI

LEMBAR ORISINALITAS.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR DIAGRAM.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.... Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.... Identifikasi Masalah.....	32
1.3.... Rumusan Masalah.....	34
1.4.... <i>Thesis Statement</i>	35
1.5.... Maksud dan Tujuan Penelitian.....	36
1.6.... Kegunaan Penelitian.....	37
1.6.1... Kegunaan Teoretis.....	37
1.6.2... Kegunaan Akademis.....	37
1.6.3... Kegunaan Praktis.....	37
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA	
PEMIKIRAN TEORETIS.....	39
2.1.... Kajian Pustaka.....	39
2.1.1... Penelitian Terdahulu.....	49
2.1.2... <i>Literature Gap</i>	43
2.1.3... <i>State of the Art</i>	44
2.2.... Perspektif Teoretis.....	44
2.3.... Kerangka Pemikiran Teoretis.....	48
2.3.1.... Konsep Representasi Ideologi.....	48
2.3.1.1. Ideologi sebagai Interpelasi.....	54
2.3.1.2. Fase Cermin.....	59

2.3.2....Mediatisasi Agama.....	61
2.3.2.1...Media sebagai Saluran (<i>Media as Conduits</i>)	63
2.3.2.2...Media sebagai Bahasa (<i>Media as Languages</i>).....	64
2.3.2.3...Media sebagai Lingkungan (<i>Media as Environments</i>).....	65
2.3.3....Media Baru (<i>New Media</i>).....	66
Interaktivitas.....	68
Kapitalisme Digital.....	70
2.3.4....Komunitas Virtual.....	71
Kehidupan Virtual Serupa di Dunia Nyata.....	72
2.4. Kerangka Konseptual.....	73
2.4.1. <i>Akidah Ahlus Sunnah wal Jama'ah</i>	73
2.4.1.1. <i>Manhaj Salafus Shalih</i>	74
2.4.1.2. <i>Ittiba'</i> (Meniru, Mengikuti Jejak).....	80
2.4.2. Mediasi <i>Manhaj Salafus Shalih</i>	84
2.4.2.1. Saluran <i>Tilawah</i> dan Kajian Islam.....	86
2.4.2.2. Bahasa Pengajian.....	86
2.4.2.3. Ibadah, Muamalah dan <i>Ta'awun</i>	87
2.4.3. Salafisme di Media Sosial.....	88
2.4.3.1. Fitur <i>Like, Comment, Share</i>	89
2.4.3.1.2. <i>Muhsinin, Infak, dan Parabola Rodja</i>	91
2.4.4. Pengikut (<i>Follower</i>), <i>Ikhwan</i> Virtual.....	93
2.5. Dialektika Teoretis.....	95
2.5.1. Dialektika Teori Representasi.....	95
2.5.2. Dialektika Teori Mediatisasi.....	98
2.6. Kerangka/Bagan Teoretis dan Konseptual.....	100
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	101
3.1....Paradigma Kritis.....	101
3.1.1. Ontologi.....	102
3.1.2. Epistemologi.....	103
3.1.3. Aksiologi.....	103

3.2.... Pendekatan Kualitatif.....	104
3.3.... Metode Etnografi Virtual.....	105
3.4.... Metode Pengumpulan Data.....	107
3.5.... <i>Key Informants</i>	109
3.6.... Metode Analisis Data.....	111
3.7.... Validitas Data.....	115
BAB IV DESKRIPSI DATA PENELITIAN.....	116
4.1. Dari <i>Khalafi</i> Menjadi Lalu Salafi.....	116
4.2. Salafisme dan Konservatisme.....	122
4.3. Dakwah Salafisme di Media <i>Rodja</i>	129
4.3.1. <i>Radio Rodja</i>	131
4.3.2. <i>Rodja TV</i>	139
4.3.3. Media Sosial.....	143
4.3.4. Optimasi <i>Instagram</i>	146
BAB V ANALISIS HASIL PENELITIAN.....	149
5.1. Kelompok Dakwah <i>Tauhid</i> (Mengesakan Tuhan) dan <i>Sunnah</i> (Aturan Dinukil dari Nabi.....)	149
5.1.1. Seruan Perkuat <i>Akidah</i>	154
5.1.2. Meniru Nabi dan <i>Salafus Shalih</i>	160
5.2. Media Pengajian Al-Qur'an dan <i>Sunnah</i>	170
5.2.1. <i>Rodja</i> sebagai Saluran <i>Tilawah Al-Qur'an dan Kajian</i> <i>Islam</i>	188
5.2.2. Bahasa Komunitas Salafi.....	189
5.2.3. Lingkungan Sosial Saling <i>Ta'awun'</i>	191
5.3. <i>Muhsinin</i> (Dermawan) Muda.....	196
5.3.1. Interaksi <i>Follower</i> melalui <i>Like, Comment, Share</i>	201
5.3.2. <i>Infaq, Sodaqoh, dan Muhsinin</i>	204
5.4. <i>Jama'ah</i> Virtual.....	214

BAB VI	TEMUAN, NOVELTY, DISKUSI, REFLEKSI,	
	IMPLIKASI TEORETIS.....	219
6.1.	Temuan Penelitian.....	219
6.1.1.	Dakwah <i>Tauhid</i> dan <i>Sunnah</i>	219
6.1.2.	Seruan Perkuat <i>Akidah</i>	219
6.1.1.2.	Meniru Nabi dan <i>Salafus Shalih</i>	220
6.1.2.	Media Pengajian Al-Qur'an dan Hadis.....	220
6.1.2.1.	Membaca, Menafsir Al-Qur'an dan Hadis.....	220
6.1.2.2.	Bahasa Komunitas Salafi.....	221
6.1.2.3.	Rasa Kebersamaan dan Tolong Menolong (<i>Ta'awun</i>).....	221
6.1.3.	Donasi dan <i>Mushinin</i> Muda.....	222
6.1.3.1.	Interaksi Materi Pengajian.....	222
6.1.3.2.	<i>Muhsinin</i> Digital.....	222
6.1.4.	<i>Jama'ah</i> Virtual.....	223
6.2.	<i>Novelty</i>	223
6.2.1.	Reinterpelasi dan Reimitasi Salafi Baru.....	223
6.2.2.	Praxis Emansipatoris dan Afirmasi Salafi Dakwahis.....	223
6.2.3.	Akumulasi Modal Material dan Komodifikasi.....	225
6.2.4.	<i>Jama'ah</i> Virtual sebagai <i>Jama'ah</i> Ideologis.....	230
6.3.	Diagram Temuan Penelitian dan <i>Novelty</i>	232
6.4.	Diskusi, Refleksi, dan Implikasi Teoretis.....	234
6.4.1.	Representasi Ideologi Menantang Pluralisme.....	234
6.4.2.	Revisi Teori Representasi Ideologi.....	238
6.4.3.	Emansipatoris Tapi Reduksionis Fungsi Media.....	240
6.4.4.	Ambiguitas Kelembagaan Media.....	243
6.4.5.	Dialektika Basis Ekonomi dan Suprastruktur.....	244
6.4.6.	Konsep <i>Ta'awun</i> yang Memberdayakan.....	247
6.4.7.	Penguasaan Alat Produksi.....	248
6.4.8.	Logika Media Sosial dan Masyarakat Jaringan (<i>Network Society</i>).....	252
6.4.9.	Komunitas Virtual dan Demokratisasi.....	254

BAB VII SIMPULAN DAN SARAN	280
7.1. Simpulan.....	280
7.2. Saran.....	284
7.2.1. Saran Teoretis.....	284
7.2.2. Saran Metodologis.....	285
7.2.3. Saran Praktis.....	285
DAFTAR PUSTAKA	288
LAMPIRAN	298

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perkembangan Pengguna <i>Instagram</i> di Indonesia.....	16
Tabel 1.2. Perbedaan historis antara <i>first media age</i> dan <i>second media age</i> Menurut David Holmes.....	29
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3.1. Kualifikasi dan Kuantifikasi Pengumpulan Data.....	110
Tabel 4.1. Perbedaan dan persamaan praktik ibadah dan muamalah antara Penganut Muhammadiyah, NU dan Salafi Cileungsi.....	145
Tabel 4.2 Rangkaian <i>digital presence media Rodja</i> milik Salafi di media <i>Online</i> dan media sosial.....	134
Tabel 5.1 Kerangka Teoretis, Kerangka Konseptual, dan Operasionalisasi Konsep Akademik (OKA) Representasi Ideologi	169
Tabel 5.2 Kerangka Teoretis, Kerangka Konseptual, dan Operasionalisasi Konsep Akademik (OKA) Mediatisasi Agama.....	196
Tabel 5.3 Kerangka Teoretis, Kerangka Konseptual, dan Operasionalisasi Konsep Akademik (OKA) Media Baru	213
Tabel 5.4 Kerangka Teoretis, Kerangka Konseptual, dan Operasionalisasi Akademik (OKA) Komunitas Virtual.....	216
Tabel 6.1. Kerangka Teoretis, Kerangka Konseptual, Operasionalisasi Konsep Akademik (OKA), Diskusi, Refleksi, dan Implikasi Teoretis.....	279

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Tokoh Salafi media <i>Rodja</i>	2
Gambar 1.2	Ustaz Abdul Hakim Amir Adat.....	7
Gambar 1.3	Data Pertumbuhan Internet 1998-2017.....	13
Gambar 1.4	Unggahan pertama akun <i>Rodjatv</i> di <i>Instagram</i>	15
Gambar 1.5	Unggahan akun <i>Rodjatv</i> di <i>Instagram</i> tentang “Larangan Menggunakan Stiker di <i>WhatsApp</i> ”.....	18
Gambar 1.6	Ajakan berdonasi untuk biaya operasional Radio <i>Rodja</i> dan <i>Rodja TV</i>	26
Gambar 1.7	Konten unggahan ajakan donasi pendirian Radio <i>Rodja</i> di Bandung dan Majalengka pada akun <i>rodjatv</i> di <i>Instagram</i>	27
Gambar 1.8	Unggahan dakwa oleh Yazid bin Abdul Qadir Jawas Pada akun <i>rodjatv</i> di <i>Instagram</i> , 14 September 2020.....	30
Gambar 2.1	Klaim <i>Rodja</i> sebagai Pendakwah Tauhid dan Sunnah.....	78
Gambar 2.2.	Bio akun <i>Rodjatv</i> di <i>Instagram</i> yang menegaskan posisi Sebagai media dakwah melalui kalimat “Saluran Tilawah Al-Qur’an dan Kajian Islam.....	86
Gambar 2.3	Tampilan akun <i>Rodjatv</i> di <i>Instagram</i>	88
Gambar 2.4	Unggahan tentang bi’ah di akun <i>Rodjatv</i> di <i>Instagram</i>	89
Gambar 2.5	Kata-kata dalam kolom komentar akun <i>Rodjatv</i>	91
Gambar 2.6	Ajakan berdonasi dengan penggunaan kosa kata infak, Muhsinin dalam di <i>Instagram</i>	92
Gambar 2.7	Penyebutan ikhwan bagi para pengikut (followers) akun <i>Rodjatv</i> di <i>Instagram</i>	94
Gambar 2.8	Penyebutan muhsinin bagi para donatur untuk biaya operasional Media <i>Rodja</i>	95
Gambar 3.1	Data Penelitian dalam 15 Folder.....	115
Gambar 4.1	Unggahan Ceramah “Dalam Aqidah Tidak Ada Qiyas”.....	119
Gambar 4.2	Perbandingan pakaian <i>jama’ah</i> Salafi dengan celana <i>syirwal</i> dan <i>jama’ah</i> Muhammadiyah dengan pakaian <i>isbal</i>	120
Gambar 4.3	Unggahan tentang Dakwah Tauhid Mengutip Muhammad bin Abd Wahha.....	126

Gambar 4.4	Unggahan agar Muslim Ikuti Manhaj Salafi.....	129
Gambar 4.5	Ketua Yayasan “Cahaya Sunnah” Agus Hasanudin, Memerhatikan siaran <i>Rodja TV</i> di Studio.....	131
Gambar 4.6	Papan nama (<i>signage</i>) <i>Radio Rodja</i> di Masjid Al-Barkah.....	134
Gambar 4.7	Studio <i>Rodja</i> di kompleks masjid Al-Barkah Jl. Pahlawan Kampung Tengah, Cileungsi, Bogor, Jawa Barat.....	137
Gambar 4.8	Papan Nama (<i>Signage</i>) <i>Rodja TV</i> di Kompleks Masjid AL-Barkah Cileungsi – Bogor.....	141
Gambar 4.9	Posisi <i>Channel 852 Rodja TV</i> di <i>Platform</i> Televisi Berlangganan <i>Indihome</i> , di antara sejumlah <i>channel</i> Islam lain.....	142
Gambar 4.10	Mobil warna kuning (kanan), kendaraan unit siaran luar, out Broadcast van.....	143
Gambar 4.11	Tampilan situs web <i>radiorodja.com</i>	144
Gambar 4.12	Profil bio akun <i>Rodjatv</i> di <i>Instagram</i>	146
Gambar 4.13	Unggahan <i>Reels</i> di <i>Rodjatv</i>	147
Gambar 5.1	Suasana di sekitar kompleks Masjid Al-Barkah.....	153
Gambar 5.2	Buku “Syarah Āqidah Alus Sunnah wal Jama’ah” dan “Mulia dengan Manhaj Salaf” Karya Yazid bin Abdul Qadir Jawas.....	154
Gambar 5.3	Tayangan <i>Rodja TV</i> di kanal <i>YouTube</i>	154
Gambar 5.4	Buku “Syarah Āqidah Ahlus Sunnah wal Jama’ah karya Yazid bin Abdul Qadir Jawas menjadi konten <i>Instagram</i>	155
Gambar 5.5	Unggahan di akun <i>Rodjatv</i> di <i>Instagram</i> , 9 Februari 2021.....	156
Gambar 5.6	Konten dakwah tokoh Salafi Ustaz Yazid bin Abdul Qadir Jawas berjudul “Kewajiban <i>Ittiba</i> ” (Mengikuti Jejak) <i>Salafus Shalih</i> , 1 Maret 2019.....	164
Gambar 5.7	Konten tentang wajibnya <i>Ittiba</i> ’	165
Gambar 5.8	Suasana Jl. Pahlawan Kampung Tengah.....	166
Gambar 5.9	Peringkat Top 40 Radio di https://radioonline.co.id	174
Gambar 5.10	Peringkat <i>Radio Rodja</i> Di Antara <i>Radio Streaming</i>	175
Gambar 5.11	Tampilan Beranda situs web www.radiorodja.com	176
Gambar 5.12	Konten musik yang dianggap melalaikan di akun <i>Instagram Rodjatv</i> 9 April 2020.....	178

Gambar 5.13	Perintah untuk taat dan tidak memberontak kepada pemerintah.....	179
Gambar 5.14	Program “Redaksi Pagi” Trans7 menyiarkan profil <i>Radio Rodja</i> , 8 Desember 2010.....	181
Gambar 5.15	Penampilan Ustaz Badru Salam dalam tema “Hukum menggunakan stiker di Aplikasi <i>WhatsApp</i> ”.....	184
Gambar 5.16	Tokoh utama Salafi Ustaz Yazid bin Abdul Qadir Jawas, tampil di <i>Rodja TV</i> tahun 2016.....	184
Gambar 5.17	Ustaz Yazid bin Abdul Qadir Jawas, tatkala tampil di <i>Rodja TV</i> tahun 2020.....	185
Gambar 5.18	<i>Tagline</i> “Saluran Tilawah Al-Qurán dan Kajian Islam.....	189
Gambar 5.19	Penggunaan diksi Antum dan Syukron jazakumullahu Khairn dalam satuunggahan di akun Rodjatv di Instagram.....	190
Gambar 5.20	Suasana antrean <i>jama’ah</i> untuk Makan Siang Gratis di Samping Masjid Al-Barkah.....	192
Gambar 5.21	Tampilan <i>Reels Video Rodjatv</i> yang Diunggah pertama kali Pada 26 Juli 2022.....	198
Gambar 5.22	Desainer Ade Rukmana di depan komputernya.....	200
Gambar 5.23	Dua unggahan akun <i>Rodjatv</i> di <i>Instagram</i> yang mendapat Interaksi dalam jumlah relatif banyak.....	201
Gambar 5.24	Salah satu interaksi berupa balasan oleh Administratur Media Sosial <i>Rodja</i> pada fitur <i>comment</i>	202
Gambar 5.25	Seruan untuk menjadi <i>Muhsinin</i> melalui <i>Newsticker</i> atau <i>Running text</i> pada posisi <i>lower third</i> layar <i>Rodja TV</i>	206
Gambar 5.26	Deskripsi pada unggahan konten akun rodjatv di Instagram.....	206
Gambar 5.27	Poster unggahan di aku Rodjatv di Instagram yang mengajak Audiens mendukung dakwah tauhid dan sunnah.....	207
Gambar 5.28	Chat WhatsApp tentang pengingat (reminter) bagi Muhsinin.....	208
Gambar 5.29	Unggahan ajakan donasi untuk pembangunan/perluasan Masjid Al-Barkah dengan anggaran Rp.100 miliar.....	209
Gambar 5.30	Iklan penjualan parabola pada deskripsi unggahan konten <i>Instagram Rodjatv</i>	210
Gambar 5.31	Komentar <i>jama’ah</i> pada Kajian Yazid bin Abdul Qadir Jawas.....	215
Gambar 6.1.	Jumlah <i>Followers Instagram Rodjatv</i>	223

Gambar 6.2	Acara “Tilawah Al-Qur’an” dan “Kajian Islam” di <i>Rodja TV</i>	224
Gambar 6.3	Peringkat Engagement dan akun Syafiq Riza Basalamah.....	227
Gambar 6.4	Unggahan “Dakwah Salaf Ajak Umat Berakhlak Mulia”.....	231

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2.1	Tipologi Ilmu Media/ Komunikasi.....	47
Diagram 2.2	Ciri-Ciri Ideologi Menurut Andrew Heywood.....	50
Diagram 2.3	Konvergensi Media “Tiga C” menurut Flew bersumber Dari Barr, <i>Newmedia.com.au</i>	67
Diagram 2.4	Kerangka Teoretis dan Kerangka Konseptual.....	100
Diagram 3.1	Perbedaan pendekatan berdasarkan fokusnya menurut Cresswell...	106
Diagram 4.1	Struktur organisasi Yayasan “Cahaya Sunnah”.....	135
Diagram 4.2	Struktur organisasi media <i>Rodja</i>	145
Diagram 6.1.	Skema Konseptual Reinterpelasi dan Reimitasi.....	223
Diagram 6.2.	Skema Konseptual Emansipatoris dan Afirmasi Salafi Dakwahis...	225
Diagram 6.3.	Skema Konseptual Akumulasi Modal dan Komodifikasi.....	229
Diagram 6.4.	Skema Konseptual Jama’ah Ideologis.....	231
Diagram 6.5.	Skema Konseptual Temuan Penelitian dan Novelty.....	232

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pergantian sistem politik tahun 1998 dari sistem otoriter menjadi sistem demokrasi, menjadi momentum penting bagi perkembangan pesat media massa sebagai pilar keempat demokrasi di Indonesia. Momentum perubahan demokrasi, tak terkecuali pada sistem media massa, antara lain ditandai dengan lahirnya dua undang-undang di bidang media massa, yaitu Undang-Undang Nomor 40 tahun 1999 tentang Pers dan Undang-Undang Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran. Kedua undang-undang tersebut dibuat dengan tujuan melindungi kemerdekaan pers dan media,¹ sekaligus menjadi bagian dari percepatan demokratisasi, di mana dalam 18 bulan pemerintahan BJ Habibie, terlahir 67 undang-undang demokratis, pemajuan hak asasi manusia (HAM) dan reformasi.² Di masa transisi demokrasi itulah terjadi lonjakan pertumbuhan media massa secara besar-besaran. Pada masa akhir era Orde Baru 1998, hanya terdapat 289 Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP). Tetapi di Era Reformasi itu, dengan UU Nomor 40/1999 tentang Pers, jumlah SIUPP melonjak menjadi 1.800 hingga 2.000.³ Jumlah stasiun radio dan televisi juga meningkat pesat. Data dari Dewan Pers menyebutkan, selama 17 tahun terakhir (pada 2018), jumlah stasiun radio dan televisi telah meningkat dari satu televisi nasional dan satu stasiun radio pada tahun 1997, menjadi masing-masing 1.165 dan 398 pada tahun 2014.⁴ Jumlah stasiun televisi juga terus melonjak. Hingga tahun 2021, jumlah stasiun televisi terestrial (*free to air*) yang berbadan hukum membengkak menjadi 701 stasiun.⁵

Salah satu entitas yang turut mengambil bagian memanfaatkan iklim demokratisasi komunikasi itu adalah kelompok Salafi media *Rodja* dari Cileungsi,

¹ Puji Rianto, dkk. (2012). *Dominasi TV Swasta (Nasional). Tergerusnya Keberagaman Isi dan Kepemilikan*. Yogyakarta: PR2Media-Yayasan Tifa., hlm. 1.

² <https://mediaindonesia.com/opini/260750/habibie-dan-lahirnya-uu-yang-demokratis>. Diakses: Selasa, 1 Maret 2022 pukul 21.21 wib.

³ Angelo Romano. (2003). *Politics and the Press in Indonesia. Understanding an Evolving Political Culture*. London, UK: RoutledgeCurzon., hlm. 35.

⁴ Andi Faisal Bakti. (2018). *Media and Religion: Rodja TV's Involvement in the Civil Society Discourse for Community Development*. *Jurnal Komunikasi Malaysian Journal of Communication* Jilid 34 (3) 2018:226-244.

⁵ <https://siarandigital.kominfo.go.id/berita/mengurangi-kepadatan-lalu-lintas-penyiaran>. Diakses: Selasa, 1 Maret 2022 pukul 19.42 wib.