

KOMUNIKASI ULAMA DI ERA VIRAL (STUDI REPRESENTASI GUS MIFTAH DAN NARASI RELIGIUS DI MEDIA DIGITAL)

¹Faisal, ²Yogi Abdullah

¹Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

²Universitas Teknologi Digital, Bandung

Email koresponden: dosen03103@unpam.ac.id, yogiabdullah@digitechuniversity.ac.id

Submitted: 5 June 2025 ; Revised: 12 November 2025 ; Accepted: 30 December 2025

Abstract

This study explores the representation of Gus Miftah's da'wah in digital media using an interdisciplinary framework that combines Self-Presentation Theory (Jones & Pittman), Islamic principles of religious moderation (wasathiyah), and the Social Construction of Reality theory (Berger & Luckmann). Gus Miftah is a contemporary cleric from Nahdlatul Ulama, widely known for his unconventional preaching approach, including outreach in nightclubs, marginalized communities, and on social media platforms. Through analysis of his Instagram account (@gusmiftah), YouTube sermon content, and public reactions via comment sections, the study finds that Gus Miftah actively constructs his public persona using exemplification, self-promotion, and ingratiation strategies. His message promotes tolerance, national unity, and interfaith dialogue, aligning with moderate Islamic values – yet it also generates controversy over the ethics and limits of religious communication. The study also reveals that public religious authority in the digital era is shaped through the processes of externalization, objectivation, and internalization, as seen in social media interactions. Ultimately, this research concludes that digital media is not merely a da'wah platform, but a dynamic discursive arena that redefines religious narratives, clerical legitimacy, and socio-religious engagement in an increasingly plural and connected society.

Keywords: Gus Miftah, digital da'wah, self-presentation, religious moderation, social construction, social media, religious authority

Abstrak

Penelitian ini mengkaji representasi dakwah Gus Miftah di media digital dengan menggunakan pendekatan interdisipliner yang melibatkan *Self-Presentation Theory* (Jones & Pittman), prinsip moderasi beragama dalam Islam (wasathiyah), serta teori konstruksi sosial atas realitas (Berger & Luckmann). Gus Miftah merupakan figur ulama kontemporer dari Nahdlatul Ulama yang dikenal karena pendekatan dakwahnya yang tidak konvensional dan keberaniannya menjangkau ruang-ruang marginal seperti diskotik, komunitas non-Muslim, dan media sosial. Melalui analisis terhadap akun Instagram @gusmiftah, dokumentasi ceramah di YouTube, serta tanggapan publik dalam komentar netizen, penelitian ini menemukan bahwa Gus Miftah secara aktif membentuk citra dirinya

melalui strategi exemplification, self-promotion, dan ingratiation. Dalam konteks substansi dakwah, ia menonjolkan pesan toleransi, persatuan bangsa, dan keberagaman, yang selaras dengan prinsip moderasi Islam, namun juga memunculkan kontroversi terkait batas etika dakwah. Sementara itu, konstruksi sosial atas otoritas keagamaan Gus Miftah terbentuk melalui interaksi digital yang melibatkan proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media digital tidak hanya menjadi saluran dakwah, tetapi juga arena diskursif yang membentuk ulang narasi religius, legitimasi keulamaan, dan dinamika keberagaman di tengah masyarakat yang semakin plural dan terkoneksi.

Kata Kunci: Gus Miftah, dakwah digital, self-presentation, moderasi beragama, konstruksi sosial, media sosial, otoritas keagamaan

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam kehidupan manusia, termasuk dalam dimensi keberagaman. Salah satu wujud transformasi yang paling menonjol adalah pergeseran bentuk dakwah dari ruang fisik ke ruang digital. Media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok telah menjadi platform utama penyebaran pesan keagamaan. Dakwah tidak lagi eksklusif berada di atas mimbar, melainkan dapat dilakukan melalui video pendek, siaran langsung, hingga unggahan status yang viral. Fenomena ini mencerminkan adaptasi dakwah terhadap ekosistem komunikasi baru di era digital (Fridiyanto et al., 2020).

Transformasi ini juga turut mengubah wajah ulama. Jika dahulu ulama dikenal melalui pengajian tradisional atau kitab kuning, kini mereka bisa menjadi figur digital dengan ribuan hingga jutaan pengikut daring. Hal ini menunjukkan bahwa eksistensi dan otoritas ulama tidak lagi hanya dibentuk oleh sanad keilmuan dan institusi, tetapi juga oleh popularitas di media sosial. Seorang ulama bisa menjadi influencer, dan sebaliknya, seorang influencer bisa mengklaim otoritas keagamaan.

Salah satu tokoh yang muncul dalam pusaran fenomena ini adalah Miftah Maulana Habiburrahman, atau lebih dikenal sebagai Gus Miftah. Pendakwah yang berasal dari tradisi Nahdlatul Ulama ini dikenal luas karena metode dakwahnya yang tidak lazim: menyapa umat di lokalisasi, klub malam, bahkan memberikan orasi kebangsaan di gereja. Praktik ini menjadikan Gus Miftah sebagai figur yang kompleks: dicintai oleh sebagian masyarakat karena keberaniannya, namun juga dikritik karena dianggap terlalu toleran (Kosmawijaya, 2019; Hasanah & Nikmawati, 2021).

Pendekatan dakwah Gus Miftah membuka diskursus baru mengenai batas dakwah dalam Islam. Ia menantang narasi dominan yang cenderung eksklusif dan menggantinya dengan pendekatan yang lebih inklusif. Dakwah bukan lagi hanya soal menyampaikan teks, melainkan juga bagaimana menyapa realitas sosial, bahkan yang dianggap marjinal oleh masyarakat. Dengan strategi ini, Gus Miftah berhasil menjangkau komunitas yang selama ini jauh dari ruang dakwah formal.

Namun, tidak semua pihak menyambut metode dakwah ini dengan positif. Tindakan Gus Miftah sering kali menjadi sorotan di media sosial dan media massa. Contohnya, saat ia memberikan orasi kebangsaan di peresmian Gereja Bethel Indonesia (GBI), video yang viral tersebut memicu perdebatan sengit di ruang publik digital. Sebagian kalangan menyebutnya sebagai pelopor toleransi antaragama, namun sebagian lain mengecamnya sebagai tindakan yang menyalahi batas akidah Islam (Prasongko, 2022).

Selain peristiwa orasi di gereja, interaksi Gus Miftah dengan penjual es teh juga memunculkan kontroversi. Guyonan beliau yang dianggap kasar oleh sebagian warganet memunculkan kritik terkait adab dan kesantunan dalam komunikasi ulama. Hal ini memperlihatkan bagaimana sekecil apa pun ujaran seorang tokoh agama di era digital dapat diinterpretasikan secara luas dan memicu kontroversi (Ardona & Nasar, 2023; Revameilawati et al., 2021).

Dalam konteks ini, media digital menjadi ruang yang sangat cair. Ia bukan hanya menjadi saluran dakwah, tetapi juga ruang mediasi antara citra, pesan, dan persepsi publik. Ulama tidak hanya dituntut untuk bijak dalam menyampaikan pesan, tetapi juga cakap dalam membangun citra diri. Strategi komunikasi dan *self-presentation* menjadi penting dalam menjaga otoritas dan kredibilitas (Elsya, 2022).

Strategi *self-presentation* yang dilakukan Gus Miftah terlihat jelas dalam akun media sosialnya, terutama Instagram. Ia memanfaatkan media tersebut untuk menampilkan sisi humanis, karismatik, dan dekat dengan masyarakat. Pendekatan ini sesuai dengan teori Jones dan Pittman yang menyebutkan bahwa *self-presentation* dapat digunakan untuk membentuk kesan positif di hadapan publik (Elsya, 2022).

Di sisi lain, komunikasi Gus Miftah juga perlu dibaca dalam kerangka teori sosial. Interaksinya dengan komunitas diskotek, misalnya, menunjukkan adanya relasi kuasa yang kompleks antara ulama dan masyarakat marjinal. Gus Miftah tidak datang sebagai tokoh yang menghakimi, tetapi sebagai sosok yang merangkul dan memahami realitas sosial mereka (Kosmawijaya, 2019).

Hal ini sejalan dengan pandangan Berger dan Luckmann tentang konstruksi sosial atas realitas. Melalui eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi, Gus Miftah membentuk pemaknaan baru atas dakwah dan masyarakat dakwah. Proses ini memperlihatkan bahwa dakwah bukan hanya soal mengajarkan doktrin, tetapi juga tentang membangun pemahaman bersama dengan objek dakwah.

Dari sisi keislaman, pendekatan Gus Miftah juga bersentuhan dengan gagasan moderasi beragama. Ia tidak hanya mempraktikkan ajaran toleransi, tetapi juga menyuarakan pentingnya hidup berdampingan dalam perbedaan. Dalam konteks ini, gerakan *cangkem elek* ala Gus Baha menjadi relevan sebagai bentuk kontra-narasi terhadap kelompok ekstremis yang menguasai ruang digital (Rozzaq & Toipah, 2021).

Narasi keagamaan yang dibangun oleh Gus Miftah sering kali bersifat naratif, personal, dan menyentuh sisi emosional audiens. Ia menggunakan gaya komunikasi

yang santai, sering menyisipkan humor, dan tidak jarang melakukan improvisasi dalam dakwahnya. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi dakwah di era digital menuntut fleksibilitas dan kemampuan adaptasi tinggi.

Namun, pendekatan ini juga membuka ruang bagi terjadinya pelanggaran prinsip-prinsip kesantunan komunikasi. Dalam beberapa kesempatan, humor Gus Miftah dinilai melampaui batas, bahkan dianggap menyinggung perasaan audiens tertentu. Studi Revameilawati et al. (2021) menunjukkan bahwa dalam ceramah Gus Miftah terdapat pelanggaran prinsip kesantunan yang cukup signifikan.

Meskipun demikian, sebagian pihak justru melihat gaya komunikasi seperti ini sebagai bentuk pendekatan yang membumi. Dakwah tidak lagi berjarak dengan audiensnya, tetapi hadir secara egaliter. Gus Miftah menjadi representasi ulama yang tidak hanya berbicara kepada masyarakat, tetapi berbicara bersama masyarakat.

Di tengah polarisasi sosial yang makin kuat, dakwah model Gus Miftah menjadi relevan. Ia menawarkan narasi yang lebih akomodatif, yang membuka ruang dialog antarpihak. Dalam konteks Indonesia yang majemuk, pendekatan seperti ini sangat penting untuk menjaga kohesi sosial dan harmoni keberagamaan.

Penelitian yang mengkaji representasi Gus Miftah dalam media digital menjadi penting karena ia menjadi model baru ulama digital. Dengan menggabungkan pendekatan komunikasi, teori Islam, dan teori sosial, kita dapat melihat bagaimana otoritas keagamaan dibentuk secara dinamis dan kontekstual.

Media digital tidak hanya sebagai medium, tetapi juga sebagai medan kontestasi wacana. Di sinilah peran publik sangat besar dalam membentuk legitimasi seorang ulama. Otoritas keagamaan tidak hanya ditentukan oleh ilmu dan sanad, tetapi juga oleh penerimaan sosial di ruang digital.

Dengan demikian, Gus Miftah bukan hanya fenomena dakwah, tetapi juga fenomena komunikasi dan sosial. Ia menjadi simbol dari pergeseran paradigma keberagamaan di era digital yang menuntut inklusivitas, adaptabilitas, dan keterampilan membangun narasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana Gus Miftah merepresentasikan Islam melalui media digital, bagaimana ia membangun otoritas, dan bagaimana masyarakat mengonstruksi ulang pesan-pesan keagamaannya. Dengan pendekatan interdisipliner, kajian ini ingin berkontribusi dalam memahami kompleksitas dakwah digital dan dinamika otoritas ulama kontemporer.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami fenomena representasi dakwah Gus Miftah di media digital. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk mendeskripsikan dan menginterpretasikan fenomena sosial secara mendalam, terutama terkait dengan dinamika komunikasi keagamaan, konstruksi otoritas ulama, serta resepsi masyarakat terhadap narasi religius di era

digital. Penelitian ini berupaya tidak hanya mengungkap *apa* yang terjadi, tetapi juga *bagaimana* dan *mengapa* fenomena tersebut terbentuk dan dimaknai oleh berbagai pihak.

Untuk menggali dinamika interaksi antara Gus Miftah dan publik digital, pendekatan netnografi digunakan guna menelusuri aktivitas daring yang berkaitan dengan dakwah dan citra Gus Miftah. Netnografi memungkinkan peneliti untuk mengamati secara sistematis bagaimana komunitas digital, seperti pengguna YouTube dan Instagram, berinteraksi, memberikan komentar, serta membentuk jejaring sosial seputar dakwah Gus Miftah (Fridiyanto et al., 2020; Rohimi, 2021). Selain itu, pendekatan semiotika digunakan untuk menganalisis makna simbolik dari visual dan teks dalam video, unggahan, dan ceramah Gus Miftah, dengan menggunakan model Charles Sanders Peirce (ikon, indeks, simbol) serta Ferdinand de Saussure (signifier dan signified) (Elsya, 2022).

Sumber data primer dalam penelitian ini mencakup video ceramah Gus Miftah yang diunggah di YouTube, unggahan Instagram pada akun resmi @gusmiftah, serta komentar-komentar dari netizen yang terdapat dalam platform tersebut. Sementara itu, sumber data sekunder diperoleh dari berbagai jurnal ilmiah, skripsi, disertasi, dan artikel media yang mengkaji fenomena dakwah digital, komunikasi ulama, hingga polemik seputar Gus Miftah di ruang publik. Kombinasi data ini memberikan pemahaman yang lebih utuh mengenai bagaimana Gus Miftah membangun narasi religius dan bagaimana masyarakat menanggapiinya.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi digital, dokumentasi media sosial, analisis komentar netizen menggunakan perangkat *Netlytic* untuk *Social Network Analysis* (SNA), serta studi pustaka terhadap referensi ilmiah yang relevan. Teknik ini digunakan untuk menangkap jejak digital yang tersebar dan menggambarkan jejaring sosial yang terbentuk dari interaksi antara Gus Miftah dan publik digital, sebagaimana dipaparkan dalam penelitian Rohimi (2021) dan Nadhif et al. (2024).

Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan beberapa metode. Pertama, analisis isi dilakukan untuk mengkaji tema, nilai, dan simbol dalam konten ceramah dan media sosial Gus Miftah. Kedua, pendekatan semiotika digunakan untuk mengurai tanda-tanda visual dan verbal dalam unggahan digital dengan pendekatan ikon, indeks, dan simbol (Peirce), serta signifier-signified (Saussure). Ketiga, analisis jejaring sosial membantu melihat pola hubungan dan dinamika komunikasi antar pengguna media digital. Keempat, digunakan konstruksi sosial narasi untuk memahami bagaimana masyarakat membentuk, menafsirkan, dan merespons pesan keagamaan yang disampaikan Gus Miftah, sebagaimana dijelaskan oleh teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann (Kosmawijaya, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

Penelitian ini menghasilkan tiga temuan utama yang diperoleh dari analisis terhadap konten digital Gus Miftah, tanggapan masyarakat, serta pemaknaan atas tindakan-tindakannya di media sosial:

a) Strategi *Self-Presentation* dalam Dakwah Digital

Strategi komunikasi seorang ulama dalam dunia digital sangat menentukan bagaimana ia diterima dan dimaknai oleh publik. Dalam konteks ini, Gus Miftah menjadi figur penting yang menggunakan strategi *self-presentation* untuk membangun citra keagamaan yang khas di media sosial. Teori *self-presentation* oleh Jones dan Pittman (1982) menjelaskan bahwa individu berusaha mengelola kesan yang muncul dari publik melalui berbagai taktik, antara lain: *exemplification*, *self-promotion*, dan *ingratiation*. Strategi ini sangat relevan untuk memahami bagaimana Gus Miftah menata dan mempertahankan reputasi dakwahnya di era digital.

Taktik pertama yang terlihat dominan dalam akun Instagram @gusmiftah dan konten-konten YouTube-nya adalah *exemplification*, yakni upaya membentuk citra diri sebagai sosok teladan atau bermoral tinggi. Gus Miftah kerap menampilkan dirinya sebagai ulama yang berani mengambil risiko dengan berdakwah di tempat-tempat marginal seperti lokalisasi, diskotek, bahkan gereja. Ini menjadi penegasan bahwa misi dakwahnya tidak terbatas pada ruang-ruang konvensional.

Misalnya, dalam unggahan yang menunjukkan aktivitasnya di Pasar Kembang Yogyakarta atau dalam video ceramah di GBI Amanat Agung, Gus Miftah menampilkan keberanian moral untuk hadir di tempat-tempat yang kerap distigma. Strategi ini memperlihatkan dirinya sebagai ulama yang mendobrak sekat-sekat sosial untuk menyampaikan nilai-nilai Islam yang inklusif (Kosmawijaya, 2019; Prasongko, 2022).

Tindakan ini juga memberi pesan simbolik bahwa nilai keislaman tidak hanya disampaikan di mimbar masjid, tetapi juga di lorong-lorong gelap sosial. Hal ini menjadi bentuk *moral positioning*, bahwa ia adalah pelanjut semangat para Walisongo yang mendekati masyarakat secara langsung dan tidak menghakimi, melainkan merangkul.

Strategi *exemplification* juga tampak dalam gaya visual unggahannya—mengenakan jubah atau sarung di ruang-ruang yang tidak lazim, memberikan makna kontras antara kesucian simbol agama dan realitas sosial. Di mata pengikutnya, ini menjadi kekuatan simbolik yang memperkuat keteladanan Gus Miftah sebagai dai lapangan.

Selain membangun keteladanan, Gus Miftah juga menerapkan strategi *self-promotion*. Ia secara konsisten membagikan pencapaiannya, mulai dari kolaborasi dengan tokoh-tokoh nasional, penghargaan, hingga jumlah jemaah yang hadir dalam setiap kegiatan dakwahnya. Ini merupakan upaya memperlihatkan eksistensi dan efektivitas dakwahnya secara kuantitatif dan kualitatif.

Self-promotion ini berfungsi membentuk citra Gus Miftah sebagai ulama sukses dan diterima di berbagai kalangan. Dalam berbagai caption Instagram, ia sering

mengangkat narasi perjuangan, pengorbanan, dan pencapaian, yang secara tidak langsung memperkuat persepsi publik tentang otoritasnya sebagai pendakwah nasional.

Penelitian oleh Elsyah (2022) menunjukkan bahwa Gus Miftah secara sadar menggunakan teknik *self-promotion* untuk membangun legitimasi dakwah. Ia menyajikan dirinya sebagai tokoh publik yang konsisten, inovatif, dan memiliki pengaruh sosial yang luas. Hal ini penting dalam konteks media digital, di mana reputasi visual memiliki peran besar dalam membentuk otoritas keagamaan.

Namun, keberhasilan *self-promotion* juga memunculkan dilema antara ketulusan dakwah dan kesan pencitraan. Sebagian pihak mempertanyakan apakah motif publikasi yang intens ini murni untuk syiar, atau justru bagian dari kapitalisasi citra keagamaan. Di sinilah ambiguitas dakwah digital berada—di antara keteladanan dan performativitas.

Strategi ketiga, *ingratiation*, menjadi ciri khas ceramah-ceramah Gus Miftah. Ia sering menggunakan gaya bahasa yang santai, penuh humor, bahkan kadang vulgar untuk mencairkan suasana. Hal ini terbukti efektif untuk menarik perhatian generasi muda yang lebih menyukai pendekatan non-formal dalam menerima pesan agama.

Penggunaan humor ini bukan tanpa risiko. Ceramah-ceramah Gus Miftah terkadang memicu kontroversi, seperti saat ia bergurau dengan seorang penjual es teh yang dianggap menyinggung martabat sosial (Ardona & Nasar, 2023; Revameilawati et al., 2021). Publik digital yang sensitif terhadap ujaran publik langsung menanggapi dengan pro-kontra.

Dalam teori *self-presentation*, *ingratiation* bertujuan menciptakan kesan simpatik di mata audiens. Namun jika tidak dikontrol dengan baik, strategi ini dapat merusak citra religius yang sedang dibangun. Gus Miftah menghadapi tantangan untuk menyeimbangkan antara keluwesan bahasa dengan adab keulamaan yang diharapkan publik.

Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi dakwah di media sosial tidak hanya soal penyampaian pesan, tetapi juga soal gaya, simbol, dan konteks sosial dari audiens yang terpapar. Bahasa yang efektif bagi satu kelompok bisa menjadi pemicu kecaman bagi kelompok lainnya.

Namun demikian, gaya *ingratiation* Gus Miftah juga menunjukkan kemampuan adaptif dalam merespons realitas komunikasi modern. Di tengah kebakuan bahasa dakwah konvensional, pendekatannya terasa segar dan relevan, meskipun menuntut kontrol etis yang ketat agar tidak menyimpang dari prinsip-prinsip adab Islami.

Menurut Fridiyanto et al. (2020), fenomena digitalisasi Nahdlatul Ulama membawa tuntutan baru bagi ulama muda untuk menjadi *public performer*. Di sinilah Gus Miftah berhasil menempatkan dirinya sebagai dai yang tidak hanya memahami ajaran agama, tetapi juga piawai dalam memainkan narasi visual, linguistik, dan simbolik secara simultan.

Ketiga strategi tersebut—*exemplification*, *self-promotion*, dan *ingratiation*—tidak berjalan sendiri-sendiri, tetapi saling melengkapi. Dalam berbagai unggahan, Gus Miftah menampilkan kombinasi antara pesan keagamaan, keteladanan pribadi, pencapaian sosial, serta gaya tutur yang bersahabat dan populis.

Kombinasi ini membentuk narasi religius yang khas: progresif, terbuka, dan komunikatif. Ia tidak tampil eksklusif seperti sebagian ulama konservatif, melainkan justru merangkul publik yang lebih luas dengan pendekatan yang cair dan inklusif.

Namun seperti diuraikan oleh Berger & Luckmann (1966), realitas sosial yang dibangun melalui media dapat menjadi objek tafsir publik. Apa yang dimaksud Gus Miftah belum tentu dipahami sesuai niatnya. Strategi *self-presentation* yang berhasil membangun simpati hari ini bisa berubah menjadi senjata kritik esok hari.

Dengan demikian, penggunaan strategi *self-presentation* dalam dakwah digital bukan hanya alat untuk membangun citra, tetapi juga ruang tarik-menarik antara persepsi, ekspektasi sosial, dan realitas digital. Gus Miftah menjadi contoh bahwa dakwah di era media sosial adalah medan yang kompleks—antara ketulusan dan performa, antara pesan dan interpretasi.

Akhirnya, penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi dalam dakwah digital harus dipadukan dengan sensitivitas etika, pemahaman konteks sosial, dan kesadaran akan dinamika publik. Keberhasilan Gus Miftah menunjukkan potensi besar dari pendekatan ini, tetapi juga risiko besar jika strategi tersebut tidak dikelola dengan bijaksana.

b) Dakwah dan Moderasi Beragama

Dalam lanskap dakwah kontemporer, pendekatan moderat dan toleran menjadi kebutuhan mendesak untuk menjaga harmoni keberagaman. Gus Miftah, dalam hal ini, menjadi salah satu figur publik keagamaan yang konsisten membawa semangat *wasathiyah*—jalan tengah—yang menjadi prinsip utama dalam moderasi beragama. Pendekatannya yang merangkul semua golongan, termasuk non-Muslim dan komunitas marginal, menjadi bentuk praksis dakwah yang menekankan inklusivitas.

Orasi kebangsaan yang disampaikan Gus Miftah di Gereja Bethel Indonesia (GBI) Amanat Agung Jakarta Utara adalah salah satu manifestasi dakwah moderat. Dalam orasinya, Gus Miftah menekankan pentingnya *agree in disagreement*, hidup berdampingan dalam keberbedaan, serta seruan untuk menjaga keutuhan bangsa (Prasongko, 2022). Ini merupakan refleksi nilai-nilai Alquran seperti dalam Q.S. Al-Hujurat: 13 tentang penciptaan manusia dari bangsa dan suku yang berbeda untuk saling mengenal.

Nilai-nilai tersebut bukan hanya menunjukkan keberanian, tetapi juga kesadaran akan tantangan keberagaman di Indonesia. Dakwah di ruang lintas agama menjadi ikhtiar strategis dalam membumikan Islam yang rahmatan lil ‘alamin. Namun, respon publik terhadap ceramah tersebut terbelah. Sebagian besar netizen memuji

keberanian Gus Miftah, namun tak sedikit pula yang mengecam dan menuduhnya telah melanggar batas akidah.

Penolakan ini menunjukkan adanya perbedaan pandangan di kalangan umat Islam mengenai batasan dalam interaksi antaragama. Gus Miftah dianggap oleh kelompok konservatif telah “menormalisasi” tindakan yang bertentangan dengan prinsip *wala’ wal bara’*, padahal sebenarnya ia tengah menunjukkan semangat *ta’ayush* (koeksistensi) yang diperintahkan dalam Islam.

Etika dakwah dalam Islam menekankan *qaulan layyin*—ucapan yang lembut (Q.S. Thaha: 44)—dan *qaulan ma’rufa*—ucapan yang baik (Q.S. Al-Baqarah: 235). Pendekatan Gus Miftah, meskipun sering menggunakan bahasa informal atau bahkan sarkastik dalam konteks tertentu, tetap menyampaikan nilai-nilai substansial tentang kasih sayang, persaudaraan, dan keterbukaan terhadap perbedaan.

Dalam hadis, Rasulullah bersabda, “*Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir, hendaklah ia berkata baik atau diam*” (HR. Bukhari dan Muslim). Hadis ini sering dijadikan rujukan dalam mengkaji gaya komunikasi Gus Miftah yang penuh humor, namun kadang dinilai melanggar batas kesopanan, sebagaimana terlihat dalam kontroversi guyonan dengan penjual es teh (Ardona & Nasar, 2023).

Jika ditinjau dari aspek moderasi beragama, pendekatan Gus Miftah sesungguhnya mengisi ruang tengah yang sering kosong antara pendakwah eksklusif dan masyarakat pluralistik. Gaya dakwahnya menghindari narasi-narasi yang memecah belah umat, dan lebih memilih narasi pemersatu. Ini menjadi kontra narasi yang penting terhadap kelompok-kelompok radikal yang menyebarkan paham intoleransi dan kebencian di media sosial.

Gus Miftah bukan satu-satunya, namun menjadi simbol keberhasilan strategi ini. Gerakan moderasi juga dilakukan oleh Gus Baha melalui pendekatan “*cangkem elek*”, yang meskipun verbalnya keras, namun esensinya adalah membongkar narasi radikal dengan logika dan sindiran tajam (Rozzaq & Toipah, 2021). Ini menjadi bukti bahwa moderasi beragama memiliki banyak wajah dan pendekatan.

Dalam konteks dakwah digital, moderasi menjadi semakin penting karena persebaran informasi yang sangat cepat dapat menimbulkan disinformasi keagamaan. Gus Miftah memanfaatkan kanal YouTube, Instagram, dan media daring lainnya untuk menyampaikan pesan damai dan toleransi. Hal ini sejalan dengan spirit digitalisasi Nahdlatul Ulama yang disebut oleh Fridiyanto et al. (2020) sebagai transformasi dari tradisionalisme menuju dakwah digital berbasis damai.

Namun, tantangan muncul ketika nilai-nilai moderasi tidak dipahami secara utuh oleh masyarakat. Ceramah Gus Miftah di gereja, misalnya, tidak dilihat secara holistik sebagai bagian dari orasi kebangsaan, tetapi dipotong dan disebar di media sosial secara sepotong. Hal ini menjadi persoalan etika baru dalam era digital, di mana konten dakwah rentan dipolitisasi atau dipelintir.

Dalam pandangan teori Islam, *wasathiyah* bukanlah kompromi terhadap prinsip, melainkan keseimbangan antara idealisme agama dan realitas sosial. Pendekatan moderat ala Gus Miftah justru menjadi penting dalam menjaga wajah Islam agar tetap relevan di tengah masyarakat yang plural dan digital. Ia menunjukkan bahwa ulama tidak harus eksklusif, tetapi dapat menjadi jembatan sosial.

Sebagai konsekuensi dari pendekatan moderat ini, Gus Miftah juga mengalami “pengujian otoritas”. Sebagaimana ditunjukkan dalam studi Ardona & Nasar (2023), tindakan atau ucapan Gus Miftah sering kali ditafsirkan berbeda oleh kelompok-kelompok Islam lainnya, yang memunculkan pertanyaan tentang batas-batas otoritas ulama di era viral.

Namun demikian, otoritas keagamaan di era digital tidak hanya dibangun dari ijazah keilmuan, tetapi juga dari kemampuan merespons tantangan zaman secara kreatif dan adaptif. Gus Miftah, melalui pendekatan toleran dan komunikatif, berhasil membentuk otoritas berbasis jaringan, popularitas, dan relevansi, bukan semata-mata sanad keilmuan klasik.

Oleh karena itu, pendekatan dakwah moderat harus dilengkapi dengan strategi komunikasi digital yang cermat. Media sosial memiliki logika viral yang berbeda dengan logika fiqh. Ceramah yang baik secara substansi bisa jadi gagal di mata netizen jika tidak dikemas dengan etika visual dan naratif yang kuat.

Kritik terhadap Gus Miftah justru menjadi indikator sehatnya diskursus publik. Di sinilah nilai demokrasi keagamaan dapat diukur—ketika ulama bisa dikritik, dikaji, dan bahkan dipertanyakan, tanpa menimbulkan konflik sosial. Ini membuka ruang dialog antara tradisi dan modernitas, antara teks dan konteks.

Akhirnya, Gus Miftah telah membuktikan bahwa dakwah moderat bukan sekadar jargon, tetapi praktik sosial yang penuh tantangan. Ia harus terus menavigasi antara tuntutan syariah dan kebutuhan sosial, antara tradisi pesantren dan logika media. Di sinilah pentingnya kesadaran dakwah kontekstual yang tetap berpijak pada prinsip, namun fleksibel dalam strategi.

Dengan menjadikan moderasi sebagai poros dakwah, Gus Miftah memberikan contoh bahwa Islam tidak hanya berbicara pada umatnya sendiri, tetapi juga kepada seluruh manusia. Ia hadir bukan sebagai hakim atas perbedaan, tetapi sebagai pelita di tengah kegelapan sosial. Dakwah semacam ini layak untuk dipelajari, diteladani, dan dikembangkan.

c) Konstruksi Sosial atas Reputasi dan Kontroversi

Persepsi masyarakat terhadap Gus Miftah dibentuk melalui proses konstruksi sosial yang kompleks. Dalam konteks ini, pendekatan teori *The Social Construction of Reality* dari Berger dan Luckmann (1966) sangat relevan untuk menjelaskan bagaimana tindakan-tindakan Gus Miftah dimaknai, didiskusikan, dan pada akhirnya diterima atau ditolak oleh masyarakat. Proses ini mencakup tiga tahap utama:

eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi, yang berlangsung dalam ranah media sosial sebagai ruang interaksi publik baru.

Tahap pertama adalah eksternalisasi, yaitu saat individu atau kelompok mengekspresikan gagasan atau tindakan tertentu ke dalam dunia sosial. Gus Miftah mengekspresikan visi dakwah Islam moderat yang inklusif dan penuh toleransi melalui langkah-langkah yang dianggap tidak lazim oleh sebagian besar ulama, seperti berdakwah di diskotik, lokalisasi, atau memberikan ceramah di gereja. Dalam hal ini, Gus Miftah bukan hanya menyampaikan pesan keagamaan, tetapi juga menciptakan realitas sosial baru tentang ruang dan metode dakwah yang dapat diakses semua kalangan.

Tindakan-tindakan ini kemudian masuk ke tahap objektivasi, yakni saat ekspresi personal tersebut menjadi objek yang dikenali, dinilai, dan dibahas oleh masyarakat secara luas. Fenomena seperti ceramah Gus Miftah di Gereja Bethel Indonesia Amanat Agung Jakarta, misalnya, menjadi viral dan membangkitkan diskursus publik. Sebagian masyarakat menganggap tindakan tersebut sebagai wujud toleransi yang tinggi dan bentuk keberislaman yang sejalan dengan prinsip *wasathiyah* (Prasongko, 2022). Namun, di sisi lain, sebagian netizen menuduhnya telah melanggar batas-batas akidah Islam (Hasanah & Nikmawati, 2021).

Objektivasi ini berlangsung di media sosial, terutama melalui komentar YouTube dan Instagram. Rohimi (2021), dalam penelitiannya menggunakan Netlytic, menemukan bahwa komentar-komentar pengguna YouTube pada video Gus Miftah banyak yang terpolarisasi. Ada yang memuji sikap toleransinya, namun ada juga yang menyebutnya sebagai “kafir” karena memasuki rumah ibadah agama lain. Diskursus ini menjadikan tindakan Gus Miftah bukan sekadar aktivitas pribadi, melainkan simbol yang dibicarakan dalam ranah publik digital.

Komentar-komentar ini menciptakan cluster narasi yang menunjukkan adanya keberagaman dalam konstruksi makna atas tindakan Gus Miftah. Beberapa kelompok menggunakan narasi “Islam ramah dan inklusif” sebagai bingkai, sementara kelompok lainnya mengaitkan tindakan tersebut dengan “penyimpangan akidah”. Dengan demikian, ruang digital berfungsi sebagai medan kontestasi makna dan legitimasi terhadap simbol-simbol keagamaan kontemporer.

Selanjutnya adalah tahap internalisasi, yakni saat masyarakat mengadopsi makna-makna tersebut dalam kehidupan sosial mereka. Dalam konteks ini, sebagian masyarakat—khususnya generasi muda dan komunitas marginal—menjadikan Gus Miftah sebagai representasi ulama modern yang relevan dan inspiratif. Mereka mulai menerima pendekatan dakwah yang bersifat komunikatif, santai, dan menjangkau semua kalangan sebagai sesuatu yang sah dan bahkan dibutuhkan.

Namun tidak sedikit pula masyarakat yang menolak pendekatan ini, terutama kalangan konservatif yang masih menganggap bahwa dakwah harus dilakukan dengan cara-cara yang formal, sopan, dan sesuai pakem-pakem syariah. Mereka menilai bahwa

gaya humoris Gus Miftah, penggunaan bahasa sehari-hari yang kadang “kasar” (Revameilawati et al., 2021), atau kehadirannya di tempat hiburan malam, adalah bentuk penurunan martabat ulama.

Pertentangan ini memperlihatkan bahwa reputasi ulama di era digital tidak lagi ditentukan hanya oleh kredensial keilmuan atau afiliasi kelembagaan, tetapi juga oleh persepsi publik yang dibentuk dalam diskursus digital. Gus Miftah menjadi contoh bagaimana seorang tokoh agama bisa mengalami “legitimasi ganda”—dipuji dan dicaci secara bersamaan—karena tafsir sosial terhadap tindakannya sangat bergantung pada nilai-nilai dan ideologi para audiens digital.

Dalam perspektif konstruksi sosial, hal ini menunjukkan bahwa otoritas keagamaan tidak bersifat tetap, melainkan dikonstruksi dan dinegosiasikan terus-menerus melalui interaksi sosial. Media sosial berperan besar dalam mempercepat proses objektivasi dan internalisasi ini karena setiap tindakan tokoh publik dapat dengan mudah disebarluaskan dan dikomentari oleh jutaan orang dalam waktu singkat.

Berbagai kontroversi yang dialami Gus Miftah—baik soal pidato di gereja, candaan kepada penjual es teh, maupun ceramah di klub malam—menjadi “teks sosial” yang dibaca dan ditafsirkan oleh publik sesuai latar belakang nilai, ideologi, dan pengalaman mereka. Bahkan dalam kasus pidato gereja, komentar netizen tidak hanya membahas isi ceramah, tetapi juga mempertanyakan identitas keislaman Gus Miftah secara keseluruhan.

Secara tidak langsung, reputasi Gus Miftah sebagai ulama juga dibentuk oleh siapa yang mendukung dan siapa yang menolaknya. Misalnya, dukungan dari tokoh-tokoh NU atau ormas Islam moderat akan memperkuat persepsi bahwa dakwahnya sah dan representatif, sementara kritik dari kalangan salafi atau kelompok hijrah justru memperkuat anggapan bahwa ia telah menyimpang. Ini menunjukkan bagaimana struktur sosial digital menciptakan “kelompok penafsir” yang ikut menentukan makna atas tindakan seorang tokoh.

Proses internalisasi semakin kompleks karena tidak semua orang mengakses media sosial dengan pemahaman yang sama. Pengikut Gus Miftah di Instagram misalnya, cenderung lebih simpatik karena disuguhkan narasi yang dikurasi secara positif oleh tim media dakwahnya (Elsya, 2022). Sementara audiens YouTube lebih bebas memberikan reaksi emosional dan spontan, yang menciptakan dinamika diskusi lebih liar dan tidak terkendali.

Dalam kondisi ini, Gus Miftah tampak cukup berhasil mengelola citranya melalui strategi *self-presentation* yang mencerminkan keberanian, ketulusan, dan keberpihakan pada kelompok marginal. Strategi ini efektif bagi sebagian besar followers yang mendambakan sosok ulama yang dekat dengan realitas sehari-hari. Namun strategi ini juga membuka celah interpretasi yang sangat luas, sehingga Gus Miftah tidak pernah lepas dari kontroversi.

Secara sosiologis, ini menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga medan perjuangan untuk memperebutkan makna, identitas, dan otoritas. Gus Miftah telah berhasil menciptakan ruang baru dalam diskursus keagamaan, tetapi ruang ini juga penuh dengan risiko konstruksi sosial yang tidak selalu dapat ia kendalikan sepenuhnya.

Bagi sebagian masyarakat, tindakan Gus Miftah menjadi simbol perubahan paradigma dakwah: dari yang eksklusif menjadi inklusif, dari yang formal menjadi partisipatif. Ini adalah hasil dari internalisasi nilai-nilai baru keberagamaan yang lebih cair, responsif, dan kontekstual. Namun bagi yang lain, ini dianggap sebagai bentuk kemerosotan dan liberalisasi agama.

Oleh karena itu, penting untuk melihat fenomena Gus Miftah bukan semata dari sudut kontroversinya, tetapi juga dari segi dinamika konstruksi sosial yang sedang terjadi di masyarakat digital. Di era ini, setiap tindakan keagamaan akan mengalami proses publikasi, penilaian, dan penyematan makna secara sosial. Dan Gus Miftah adalah representasi dari betapa cepat dan dalamnya proses konstruksi itu dapat terjadi.

Melalui analisis ini, dapat disimpulkan bahwa reputasi seorang ulama di era digital tidak hanya tergantung pada pesan yang ia sampaikan, tetapi juga pada cara pesan itu dikonstruksi ulang oleh publik dalam konteks sosial yang dinamis. Gus Miftah adalah contoh nyata bagaimana reputasi dan kontroversi bisa saling melekat dalam figur satu orang, karena realitas sosial yang dihadapi tidak tunggal, melainkan jamak dan multitafsir.

Dengan demikian, keberhasilan atau kegagalan strategi dakwah di era digital harus selalu dibaca dalam konteks konstruksi sosial masyarakat—yang bersifat relatif, dinamis, dan terbuka terhadap beragam interpretasi.

Pembahasan

a) Perspektif Komunikasi: *Self-Presentation Theory*

Teori *Self-Presentation* dari Jones dan Pittman (1982) menyatakan bahwa individu secara sadar menggunakan strategi komunikasi tertentu untuk membentuk persepsi orang lain terhadap dirinya. Dalam konteks dakwah digital, Gus Miftah merupakan figur publik yang memanfaatkan secara aktif ketiga strategi utama dalam teori ini: *exemplification*, *self-promotion*, dan *ingratiation*. Strategi ini menjadi perangkat penting bagi seorang dai untuk tetap relevan, diterima, dan didengar di tengah arus informasi digital yang masif.

Strategi *exemplification* atau keteladanan, terlihat dari bagaimana Gus Miftah membingkai dirinya sebagai “ulama jalanan” yang tidak takut memasuki ruang-ruang marginal seperti diskotik, lokalisasi, dan komunitas minoritas. Melalui unggahan Instagram dan YouTube, ia menampilkan citra dirinya sebagai pribadi yang berani, humanis, dan rela “berkorban” demi menyampaikan ajaran Islam kepada kalangan

yang selama ini termarginalkan dari dakwah konvensional. Visualisasi ini menciptakan narasi keteladanan yang kuat.

Misalnya, ketika Gus Miftah mengunggah dokumentasi ceramah di klub malam, ia tidak hanya sedang berdakwah, tetapi juga sedang menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam bisa masuk ke ruang apa pun selama dengan niat yang benar. Ini merupakan bentuk simbolik dari keberpihakan terhadap prinsip inklusivitas Islam. Melalui strategi ini, Gus Miftah mengonstruksi dirinya sebagai figur teladan yang membawa nilai keislaman ke ruang-ruang sosial yang dianggap tabu.

Sementara itu, *self-promotion* digunakan untuk meningkatkan kredibilitas dan legitimasi sosialnya. Gus Miftah secara rutin mengunggah pencapaiannya—baik berupa penghargaan dari lembaga negara, pertemuan dengan tokoh nasional, maupun dokumentasi ceramah dalam skala besar. Melalui narasi ini, ia membangun persepsi bahwa dakwahnya diterima secara luas dan didukung oleh otoritas negara, yang secara tidak langsung memperkuat klaim otoritas keagamaannya di mata publik digital.

Tidak hanya itu, Gus Miftah juga memanfaatkan media untuk menunjukkan kedekatannya dengan pejabat tinggi, artis, dan tokoh-tokoh populer lainnya. Hal ini bukan tanpa tujuan. Dalam teori *self-presentation*, hal semacam ini merupakan bagian dari upaya untuk membangun asosiasi positif—di mana popularitas dan kredibilitas tokoh lain ikut memvalidasi otoritas si komunikator. Dengan demikian, Gus Miftah menjelma sebagai dai yang bukan hanya diterima oleh kalangan pesantren, tetapi juga oleh kelas menengah urban dan figur nasional.

Adapun strategi *ingratiation* dilakukan dengan pendekatan bahasa dan humor. Ceramah-ceramah Gus Miftah dipenuhi dengan guyonan khas Jawa Timur, sapaan akrab kepada audiens, dan cerita-cerita personal yang menyentuh atau lucu. Strategi ini sangat efektif untuk menjangkau kalangan muda dan masyarakat awam yang mungkin merasa canggung dengan ceramah keagamaan yang terlalu formal dan berat. Humor menjadi jembatan emosional antara dai dan audiens.

Namun, penggunaan humor ini kerap menuai kontroversi. Beberapa guyonan Gus Miftah—seperti saat bercanda dengan penjual es teh atau menggunakan istilah yang terkesan vulgar—dianggap tidak sesuai dengan adab seorang ulama (Revameilawati et al., 2021). Kritik ini menunjukkan batas etis dalam strategi *ingratiation*—yaitu bahwa kedekatan emosional yang dibangun tidak boleh mengorbankan nilai-nilai kesantunan dan kehormatan dalam komunikasi Islam.

Perdebatan tentang strategi komunikasi Gus Miftah menunjukkan bahwa *self-presentation* di ranah dakwah tidak selalu diterima sebagai bentuk strategi murni. Dalam konteks religius, ada ekspektasi moral dan spiritual yang melekat pada seorang dai. Ketika seorang ulama tampil terlalu “menjual diri” atau terkesan performatif, publik bisa mempertanyakan keikhlasan dan nilai-nilai spiritual dari dakwah tersebut. Di sinilah titik kritis teori *self-presentation* dalam praktik keagamaan.

Sebagian pengamat komunikasi keagamaan menilai bahwa Gus Miftah terjebak dalam personal branding yang berlebihan (Elsya, 2022). Branding ulama, jika tidak diimbangi dengan akuntabilitas etis, berisiko menjadikan dakwah sebagai produk komersial. Citra diri menjadi komoditas, dan nilai-nilai dakwah bisa terpinggirkan. Oleh karena itu, penting bagi dai digital untuk tetap menjaga keseimbangan antara strategi komunikasi dan prinsip-prinsip adab Islam.

Meski demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa pendekatan self-presentation yang digunakan Gus Miftah efektif dalam membangun audiens yang luas. Ia berhasil menjangkau segmen masyarakat yang selama ini jauh dari dakwah—anak muda, komunitas hiburan, bahkan non-Muslim. Hal ini mencerminkan bahwa keberhasilan komunikasi dakwah juga bergantung pada kemampuan dai untuk membentuk dirinya sesuai ekspektasi dan kebutuhan audiens.

Dalam kerangka komunikasi modern, kehadiran Gus Miftah menandai pergeseran peran ulama dari “penyampai ilmu” menjadi “pengelola impresi publik”. Tugas ini menuntut kompetensi baru: memahami algoritma media sosial, mengenali psikologi massa, dan membentuk narasi yang menarik. Di sinilah letak transformasi dakwah digital: dari konten menjadi *persona*.

Fenomena ini juga mengindikasikan bahwa keberhasilan komunikasi keagamaan tidak cukup hanya dengan isi pesan, tetapi juga bagaimana pesan tersebut dikemas dan siapa yang menyampaikannya. Dalam teori komunikasi massa, ini disebut *source credibility*—kredibilitas sumber memengaruhi daya terima pesan. Gus Miftah membentuk kredibilitas itu melalui citra diri yang konsisten dan narasi visual yang kuat.

Namun demikian, kita tidak boleh mengabaikan risiko ketika impresi lebih dominan daripada substansi. Publik bisa saja terjebak dalam pengkultusan tokoh, bukan pemahaman nilai. Ini adalah tantangan dakwah digital yang bersifat dua sisi: di satu sisi, membuka akses dan relevansi, di sisi lain, membuka peluang manipulasi dan bias persepsi.

Dari sisi etika komunikasi, keberhasilan self-presentation harus tetap ditopang oleh nilai-nilai Islam seperti *shidq* (jujur), *hikmah* (bijak), dan *tabligh* (menyampaikan dengan baik). Tanpa nilai-nilai ini, self-presentation bisa berubah menjadi *self-exhibition*, di mana dakwah hanya menjadi ajang unjuk diri, bukan misi spiritual yang mendidik.

Dalam konteks dakwah Islam, self-presentation dapat menjadi alat penting untuk menjangkau audiens baru, selama digunakan dengan bijak. Ketika strategi ini selaras dengan misi dakwah dan nilai-nilai Islam, maka citra diri menjadi media untuk menyampaikan pesan, bukan tujuan itu sendiri.

Fenomena Gus Miftah memberikan pelajaran bahwa ulama kontemporer harus menjadi komunikator yang sadar media. Mereka harus memahami bahwa media sosial adalah ruang publik yang sensitif terhadap visual, impresi, dan interaksi. Namun,

kesadaran ini harus dibarengi dengan komitmen etik agar tidak kehilangan makna dari dakwah itu sendiri.

Akhirnya, strategi self-presentation Gus Miftah mencerminkan adaptasi cerdas terhadap ekosistem media baru. Ia menunjukkan bahwa komunikasi keagamaan yang relevan di era digital adalah yang mampu menyeimbangkan nilai, narasi, dan citra. Namun demikian, tantangan utamanya tetap: bagaimana menjaga agar impresi publik tidak mengaburkan substansi ajaran yang dibawa.

Oleh karena itu, pembacaan terhadap self-presentation dalam dakwah digital harus bersifat kritis dan kontekstual. Tidak semua strategi komunikasi dapat disamakan, karena dalam dakwah, yang diukur bukan hanya keterjangkauan audiens, tetapi juga kualitas transformasi spiritual yang dihasilkan.

Dengan demikian, teori self-presentation memberi kerangka analisis penting, tetapi tetap harus dilengkapi dengan nilai-nilai Islam dan sensitivitas sosial yang tinggi, agar dakwah digital tidak kehilangan esensinya sebagai jalan pencerahan dan pembentukan akhlak masyarakat.

b) Perspektif Islam: Moderasi dan Etika Dakwah

Islam dikenal sebagai agama yang menjunjung tinggi nilai keseimbangan (*wasathiyah*), toleransi, dan kedamaian. Prinsip *wasathiyah* tidak hanya menjadi ajaran teologis, tetapi juga panduan etis dalam menyampaikan dakwah kepada masyarakat yang beragam secara sosial, budaya, dan keyakinan. Dalam konteks ini, Gus Miftah tampil sebagai sosok yang mencoba mewujudkan nilai-nilai *wasathiyah* dalam praktik dakwah digitalnya.

Salah satu bentuk penerapan *wasathiyah* yang dilakukan Gus Miftah adalah keberaniannya berdakwah di tempat-tempat yang selama ini dihindari oleh para pendakwah konvensional, seperti klub malam, tempat hiburan, bahkan gereja. Pendekatan ini mencerminkan semangat *rahmatan lil 'alamin*, yakni menyampaikan ajaran Islam sebagai rahmat bagi seluruh alam, tanpa diskriminasi atau eksklusivitas (Rozzaq & Toipah, 2021).

Dalam orasi kebangsaannya di Gereja Bethel Indonesia Amanat Agung Jakarta, Gus Miftah menyampaikan pesan-pesan persatuan, toleransi antarumat beragama, serta ajakan untuk saling menghargai perbedaan. Ia mengutip ayat-ayat Al-Qur'an yang menegaskan pentingnya menjaga kerukunan, seperti QS. Al-Hujurat: 13 dan QS. Al-Kafirun. Ini menunjukkan bahwa ia tidak hanya berbicara atas dasar pendapat pribadi, tetapi mengakar pada teks-teks keagamaan.

Pendekatan dakwah ini relevan dengan kebutuhan zaman, di mana masyarakat semakin plural dan interkoneksi. Gus Miftah memahami bahwa Islam harus hadir sebagai solusi, bukan ancaman, dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Nilai-nilai *ukhuwah wathaniyah* (persaudaraan kebangsaan) dan *ukhuwah insaniyah* (persaudaraan kemanusiaan) menjadi fondasi kuat dalam narasi dakwahnya.

Namun demikian, tidak sedikit pihak yang mengkritik pendekatan dakwah Gus Miftah. Kritik umumnya diarahkan pada cara penyampaian dakwah yang dinilai terlalu santai, bahkan kadang melanggar norma kesopanan. Misalnya, guyonan yang dianggap vulgar atau pemilihan kata yang tidak mencerminkan kesantunan seorang ulama (Ardona & Nasar, 2023). Dalam hal ini, muncul pertanyaan: apakah dakwah yang inklusif dapat dibenarkan jika mengorbankan adab?

Etika dakwah dalam Islam menekankan pentingnya *hikmah* (kebijaksanaan), *mauizhah hasanah* (nasihat yang baik), dan *mujadalah billati hiya ahsan* (berdebat dengan cara yang terbaik), sebagaimana dijelaskan dalam QS. An-Nahl: 125. Ayat ini menjadi pedoman utama bagi para dai untuk menyampaikan ajaran Islam secara santun dan sesuai konteks. Oleh karena itu, meskipun niat Gus Miftah adalah baik, cara penyampaian tetap harus berada dalam koridor etika Islam.

Dalam hadis Nabi Muhammad SAW disebutkan: "Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir, hendaknya berkata baik atau diam" (HR. Bukhari dan Muslim). Hadis ini menjadi landasan penting dalam menilai komunikasi seorang ulama. Gaya humor Gus Miftah yang kadang menabrak norma kesantunan dinilai oleh sebagian kalangan sebagai bentuk pelanggaran terhadap pesan moral dalam hadis tersebut.

Di sisi lain, beberapa ulama dan akademisi Islam kontemporer membela pendekatan Gus Miftah dengan argumen kontekstual. Mereka menyebut bahwa dakwah harus adaptif terhadap audiens. Dalam teori komunikasi Islam, ada konsep *khitabah lil qawm* (berbicara sesuai kondisi masyarakat). Artinya, seorang dai dituntut untuk menyesuaikan gaya komunikasinya dengan kebutuhan dan karakter audiens yang dihadapinya.

Dalam konteks ini, pendekatan Gus Miftah bisa dipandang sebagai strategi dakwah kontekstual. Ketika berdakwah kepada komunitas marginal, bahasa formal dan gaya klasik mungkin tidak efektif. Maka humor, keakraban, dan spontanitas menjadi jembatan penting untuk menyampaikan nilai-nilai agama. Namun tetap, batasan etika harus dijaga agar pesan agama tidak kehilangan kehormatannya.

Prinsip moderasi beragama juga menuntut adanya keseimbangan antara substansi dan gaya. Substansi dakwah Gus Miftah umumnya mengandung nilai toleransi, kasih sayang, dan anti-kekerasan. Namun gaya komunikasinya kadang menimbulkan perdebatan karena tidak semua masyarakat mampu menerima pendekatan yang "non-tekstual" tersebut. Di sinilah pentingnya sensitivitas sosial dalam berdakwah.

Gus Miftah juga mengingatkan bahwa Islam tidak hanya untuk mereka yang sudah "baik", tetapi juga untuk yang "belum baik." Oleh karena itu, dakwah tidak boleh eksklusif hanya di masjid dan pesantren. Harus ada jembatan menuju kelompok marginal. Semangat ini sejalan dengan misi Nabi Muhammad SAW yang hadir sebagai rahmat bagi semesta, termasuk kaum tertindas dan terpinggirkan.

Namun, ketika dakwah dilakukan di ruang publik digital, audiens menjadi lebih luas dan beragam. Apa yang dianggap wajar oleh satu komunitas bisa jadi dianggap tak pantas oleh komunitas lain. Inilah tantangan dakwah era media: bagaimana mengemas pesan untuk kalangan tertentu tanpa menimbulkan mispersepsi dari khalayak umum.

Moderasi bukan hanya tentang isi pesan, tetapi juga cara penyampaiannya. Dalam hal ini, penting bagi seorang dai untuk melakukan introspeksi komunikasi. Dakwah bukan hanya soal didengar, tetapi juga soal diterima dengan baik. Ini menuntut integrasi antara ilmu keislaman, psikologi massa, dan etika sosial.

Sejumlah tokoh Nahdlatul Ulama (NU) mengapresiasi dakwah Gus Miftah sebagai ekspresi Islam jalan tengah yang mampu menjawab tantangan zaman. Namun mereka juga menekankan bahwa prinsip *ta'dib* (pembinaan adab) tetap harus dijaga. Dakwah yang baik harus memberi teladan dalam tutur kata dan sikap, bukan hanya dari isi ceramah.

Dalam konteks dakwah digital, Gus Miftah merupakan salah satu contoh bagaimana Islam bisa hadir di ruang-ruang baru dengan pendekatan yang lebih cair dan interaktif. Namun transformasi ini tidak boleh kehilangan ruh adab Islam yang menjadi inti dari dakwah Nabi Muhammad SAW. Teknologi boleh berubah, tetapi nilai harus tetap.

Ulama-ulama besar seperti Yusuf al-Qaradawi, Nurcholish Madjid, dan Quraish Shihab sering menekankan bahwa moderasi dalam Islam bukan berarti kompromi terhadap prinsip, melainkan kebijaksanaan dalam berdakwah. Gus Miftah tampaknya berusaha menerapkan prinsip ini, meski tak selalu berhasil menyenangkan semua pihak.

Dakwah yang efektif di era digital adalah dakwah yang *relevant*, *respectful*, dan *reflective*. Relevan dengan kebutuhan masyarakat, *respectful* terhadap keragaman budaya dan nilai, serta *reflective* terhadap etika dan adab keislaman. Gus Miftah memperlihatkan ketiganya, meskipun tetap membuka ruang evaluasi dan kritik.

Fenomena Gus Miftah menunjukkan bahwa moderasi beragama bukanlah sesuatu yang statis. Ia harus dirundingkan, diuji, dan dibangun terus-menerus melalui interaksi antara dai dan masyarakat. Dalam proses inilah terjadi pembelajaran bersama tentang bagaimana Islam bisa hidup dalam masyarakat plural dan digital.

Akhirnya, pendekatan Gus Miftah memberikan kontribusi penting bagi diskursus dakwah Islam kontemporer. Ia menunjukkan bahwa dakwah tidak harus selalu serius dan formal. Ia bisa jenaka, santai, dan bersahabat, selama tidak melanggar batas adab dan akhlak. Inilah wajah Islam yang inklusif dan humanis.

Maka, sebagai masyarakat, kita tidak hanya dituntut untuk menilai dai dari gayanya saja, tetapi juga dari misi dan dampak dakwahnya. Jika dakwah itu membawa orang mendekat kepada Allah, memperkuat ukhuwah, dan memperluas toleransi, maka ia telah memenuhi misi dakwah yang sesungguhnya, meski disampaikan dengan cara yang tidak biasa.

c) Perspektif Sosiologi: Konstruksi Sosial atas Otoritas Keagamaan

Dalam pendekatan sosiologi pengetahuan, Berger dan Luckmann (1966) menjelaskan bahwa realitas sosial bukan sesuatu yang bersifat objektif absolut, melainkan hasil konstruksi bersama melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Pendekatan ini sangat relevan untuk memahami bagaimana otoritas keagamaan seperti Gus Miftah terbentuk, dibentuk ulang, bahkan bisa digugat dalam masyarakat digital yang partisipatif.

Tahap pertama adalah eksternalisasi, yaitu ketika individu mengekspresikan dunia batinnya ke dalam tindakan sosial. Gus Miftah mengeksternalisasikan visi keagamaannya melalui metode dakwah yang unik dan kontroversial. Ia memilih ruang-ruang nonkonvensional seperti diskotek, bar, dan gereja sebagai medan dakwah, bukan hanya untuk menarik perhatian, tetapi juga sebagai pernyataan ideologis bahwa Islam harus hadir di mana pun umat manusia berada.

Dalam konteks ini, Gus Miftah memposisikan dirinya bukan sebagai ulama elit yang eksklusif, melainkan sebagai komunikator religius yang bumi. Melalui platform digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, ia menunjukkan kesediaannya untuk berinteraksi langsung dengan komunitas marginal, pekerja hiburan malam, dan pemuda urban yang jauh dari lingkungan religius tradisional.

Tindakan ini kemudian masuk ke tahap kedua, yakni objektivasi. Di tahap ini, publik mengamati, memberi makna, dan mendefinisikan ulang tindakan Gus Miftah. Ia disebut sebagai “pendakwah nyeleneh”, “ulama milenial”, atau “ustaz gaul”—label-label yang muncul dari diskursus publik sebagai bentuk respons atas gaya dakwahnya yang berbeda dari pakem mainstream.

Media sosial menjadi medan utama objektivasi ini. Konten-konten dakwah Gus Miftah disebarluaskan, didiskusikan, dikomentari, bahkan diperdebatkan secara luas. Setiap unggahan menjadi bahan interpretasi kolektif yang bisa memperkuat atau meruntuhkan otoritas keagamaannya. Ini berbeda dengan otoritas ulama tradisional yang cenderung top-down dan berbasis institusional seperti pesantren atau ormas Islam.

Dalam proses tersebut, otoritas Gus Miftah sebagai tokoh agama tidak hanya dibentuk oleh klaim keilmuannya, tetapi juga oleh kemampuan membangun *engagement* sosial digital. Dengan jutaan pengikut dan interaksi intensif, ia mendapatkan legitimasi dari publik melalui akumulasi kepercayaan dan perhatian (*trust and attention economy*), bukan semata-mata sanad atau ijazah keilmuan (Nadhif et al., 2024).

Namun konstruksi ini rapuh. Tahap ketiga, yaitu internalisasi, menunjukkan bahwa nilai-nilai yang dibawa Gus Miftah telah mulai diadopsi sebagian masyarakat, terutama generasi muda urban. Mereka mulai menerima gagasan bahwa dakwah tidak

harus formal, bahwa keberagamaan bisa tampil santai, humoris, dan non-doktrinal. Di sinilah Gus Miftah memperoleh status simbolik sebagai ulama yang progresif.

Namun, karena otoritasnya dibangun melalui interaksi digital yang dinamis, ia juga rentan terhadap delegitimasi. Ketika Gus Miftah menyampaikan guyonan yang dianggap tidak pantas atau menyampaikan pesan di gereja, gelombang kritik bisa seketika menghantam reputasinya. Reputasi dalam ruang digital bukanlah sesuatu yang stabil, melainkan sangat fluktuatif tergantung arus opini publik.

Menurut Rohimi (2021), kecenderungan publik digital adalah reaktif dan emosional. Hal ini membuat siapa pun yang membangun otoritas melalui media sosial harus siap menghadapi viralitas negatif dan pembatalan legitimasi (*cancel culture*). Otoritas Gus Miftah sebagai dai bisa sewaktu-waktu dipertanyakan jika ia dianggap menyimpang dari norma atau ekspektasi publik.

Konstruksi otoritas keagamaan melalui media sosial juga menunjukkan pergeseran paradigma dari otoritas vertikal menjadi horizontal. Di masa lalu, seorang ulama hanya bisa mendapatkan pengakuan melalui jalur formal seperti pesantren, madrasah, atau ormas Islam. Namun kini, publik memiliki peran besar dalam menetapkan siapa yang layak didengar dan dipercaya.

Fenomena ini menegaskan bahwa otoritas agama di era digital tidak bersifat tetap, melainkan negosiatif. Gus Miftah, sebagai representasi dai digital, harus terus membuktikan relevansi, integritas, dan kapasitas komunikasinya agar tetap bertahan di tengah gelombang informasi dan opini yang terus berubah.

Sosiolog agama menyebut situasi ini sebagai bentuk *detritorialisasi* otoritas religius, di mana ruang sakral dakwah tidak lagi terbatas di masjid atau pesantren, tetapi berpindah ke ruang publik yang cair dan plural. Hal ini membuka peluang dakwah lebih luas, namun juga menghadirkan tantangan etika dan konsistensi.

Kemunculan Gus Miftah juga menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia tengah mengalami transformasi dalam memahami siapa itu “ulama.” Tidak lagi sekadar kiai bersorban dengan suara lembut dan narasi klasik, tetapi juga seseorang yang mampu menjadi jembatan antara agama, budaya pop, dan realitas sosial yang terus bergerak.

Dalam beberapa hal, Gus Miftah memerankan peran sebagai *public intellectual* keagamaan yang membawa agama keluar dari eksklusivitasnya. Ia mendekonstruksi kesan bahwa Islam hanya milik orang saleh, dan merekonstruksi citra bahwa Islam bisa berdialog dengan siapa pun, bahkan yang dianggap berada di luar garis moral.

Namun sebagaimana dikatakan Berger (1967), semua realitas sosial bersifat kontingen—mereka bisa berubah tergantung kondisi sosial dan interaksi yang berlangsung. Maka, jika Gus Miftah gagal merespons kritik atau menyimpang dari ekspektasi publik, konstruksi otoritasnya bisa runtuh seketika.

Fenomena ini memberi pelajaran bahwa otoritas keagamaan kontemporer tidak hanya menuntut keilmuan, tetapi juga kecakapan komunikasi, sensitivitas sosial,

dan literasi digital. Gus Miftah berhasil meraih semua itu, tetapi beban yang ia pikul juga lebih besar dibanding ulama konvensional.

Bagi para akademisi, kasus Gus Miftah membuka ruang kajian baru tentang bagaimana agama dikonstruksi di era digital. Ini bukan sekadar soal konten dakwah, tetapi soal bagaimana masyarakat mereproduksi otoritas, menegosiasikan nilai, dan membingkai makna melalui interaksi daring.

Sebagai penutup, Gus Miftah adalah simbol dari transisi otoritas keagamaan ke ranah yang lebih demokratis, transparan, dan penuh tantangan. Ia mengajarkan bahwa di era digital, dakwah bukan hanya soal bicara, tetapi soal bagaimana bicara itu dimaknai oleh publik dan dikembalikan kepada sang dai sebagai legitimasi atau penolakan.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa representasi dakwah Gus Miftah dalam media digital membentuk narasi religius yang kompleks dan dinamis. Melalui strategi *self-presentation* seperti *exemplification*, *self-promotion*, dan *ingratiation*, Gus Miftah mampu menampilkan dirinya sebagai ulama yang inklusif, berani, dan dekat dengan publik, khususnya kalangan muda. Ceramahnya di tempat-tempat nonkonvensional dan kontennya di media sosial menjadi sarana untuk membangun citra keulamaan yang responsif terhadap realitas sosial kontemporer. Narasi religius yang terbentuk tidak hanya berisi ajaran normatif, tetapi juga nilai-nilai toleransi, kebhinekaan, dan nasionalisme keislaman.

Dinamika sosial, status, dan kekuasaan juga memainkan peran penting dalam pola komunikasi antara Gus Miftah dan audiensnya. Posisi sosial Gus Miftah sebagai tokoh agama ternama membuatnya memiliki otoritas dalam membentuk opini publik, namun di saat yang sama ia juga harus menghadapi resistensi dari kelompok yang mempertanyakan keabsahan pendekatannya. Ketimpangan status antara Gus Miftah dan masyarakat awam tidak selalu menjadi penghalang komunikasi, karena ia mampu membangun hubungan yang empatik dan egaliter melalui bahasa yang cair dan pendekatan humanis. Namun demikian, penggunaan humor dan guyonan dalam ceramahnya menimbulkan perdebatan etis tentang batas antara kedekatan dan kelayakan dalam dakwah.

Media digital berperan besar dalam mengonstruksi otoritas keagamaan Gus Miftah. Melalui interaksi di YouTube, Instagram, dan platform lainnya, masyarakat tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga aktor aktif dalam menafsirkan, mendukung, maupun mengkritik tindakan sang dai. Proses konstruksi sosial terhadap citra Gus Miftah berlangsung melalui tiga tahap: *eksternalisasi* (penciptaan realitas dakwah baru), *objektivasi* (pembingkai publik), dan *internalisasi* (penerimaan atau penolakan oleh masyarakat). Dalam konteks ini, otoritas keagamaan tidak lagi bersifat

hierarkis atau mutlak, melainkan bersifat dinamis, terbuka, dan terbentuk melalui interaksi sosial digital secara kolektif.

Rekomendasi

Bagi para dai dan ulama, penting untuk mengembangkan literasi digital serta etika komunikasi dalam berdakwah agar pesan-pesan keislaman yang disampaikan tetap relevan dan dapat diterima oleh berbagai lapisan masyarakat tanpa kehilangan kedalaman substansi ajaran. Penggunaan media sosial sebagai alat dakwah harus disertai dengan pemahaman atas prinsip *wasathiyah* (moderat) dan adab Islami agar strategi komunikasi yang digunakan tetap mencerminkan nilai-nilai luhur agama, serta mampu merespons tantangan zaman secara bijak.

Bagi lembaga-lembaga keagamaan seperti Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah, perlu ada program pelatihan khusus yang membekali para dai muda dengan kemampuan komunikasi publik, pengelolaan citra digital, serta penggunaan media sosial secara efektif dan bertanggung jawab. Lembaga keagamaan sebaiknya menjadi jembatan antara tradisi dakwah klasik dan inovasi digital, sehingga proses pewarisan nilai-nilai Islam tidak terputus dalam arus informasi modern.

Bagi kalangan peneliti dan akademisi, dibutuhkan kajian lanjutan tentang bagaimana konstruksi sosial terhadap otoritas keagamaan terbentuk di ruang digital. Penelitian-penelitian mendatang perlu menggunakan pendekatan multidisipliner yang menggabungkan teori komunikasi, sosiologi, antropologi media, dan studi Islam, untuk memahami dinamika keulamaan kontemporer secara utuh. Hal ini penting agar pengembangan teori keislaman selalu berpijak pada realitas sosial dan perkembangan teknologi yang aktual.

Bagi masyarakat umum, penting untuk membangun budaya literasi digital yang kuat dan pemahaman kritis terhadap isi dakwah yang tersebar di media sosial. Masyarakat tidak seharusnya hanya menjadi penonton pasif, melainkan ikut aktif dalam menyaring informasi, mengedepankan sikap toleran, dan menjaga ruang publik digital yang sehat. Peran publik sangat menentukan dalam menciptakan lingkungan yang mendukung dakwah yang konstruktif, moderat, dan inklusif.

Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa eksistensi ulama kontemporer seperti Gus Miftah di era digital tidak hanya bergantung pada keilmuannya, tetapi juga pada kecakapannya dalam membaca konteks sosial, mengelola narasi, dan membangun komunikasi yang adaptif lintas segmen masyarakat. Ruang digital bukan lagi sekadar media penyampai pesan, melainkan arena sosial yang turut membentuk ulang wajah keberagamaan umat Islam, dan di sinilah letak pentingnya kemampuan strategis dan etis para dai digital masa kini.

REFERENSI/ REFERENCE

A. Sumber Buku dan Artikel Ilmiah

- Ardona, T. F., dan I. Nasar. "Narasi Hadis di Media Sosial: Adab Komunikasi dalam Dakwah Gus Miftah dan Pembentukan Otoritas Keagamaan." *Jurnal Exact: Kajian Kemahasiswaan* 3, no. 1 (2023): 217–230.
- Berger, Peter L., dan Thomas Luckmann. *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. New York: Anchor Books, 1966.
- Elsya, Yulia Anisa Putri. *Self Presentation Pendakwah Miftah Maulana Habiburrahman (Gus Miftah) di Akun Instagram @gusmiftah*. Disertasi, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2022.
- Fridiyanto, F., M. K. Amrullah, dan M. Rifa'i. "Digitalisasi Nahdlatul Ulama: Dari Laku Tradisional Menuju Revolusi Digital." *AD-DHUHA: Jurnal Pendidikan Bahasa Arab dan Budaya Islam* 1, no. 1 (2020): 59–67.
- Hasanah, U., dan N. Nikmawati. "Kontroversi Orasi Kebangsaan Gus Miftah di Gereja Gethel Indonesia (GBI) Penjaringan Jakarta Utara (Analisis Dakwah dan New Media)." *Jurnal An-Nida* 13, no. 2 (2021): 124–132.
- Jones, Edward E., dan Thane S. Pittman. "Toward a General Theory of Strategic Self-Presentation." Dalam *Psychological Perspectives on the Self*, disunting oleh Jerry Suls, vol. 1, 231–262. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1982.
- Kosmawijaya, T. *Da'i Diskotik: Dakwah Gus Miftah di Tempat Hiburan Malam Yogyakarta*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2019.
- Nadhif, W., B. K. Romadhoni, L. F. Zuhriyah, dan R. Purnomo. "Pengaruh Status Sosial dan Kekuasaan dalam Komunikasi Antarpribadi antara Gus Miftah dan Penjual Es Teh." *Kamaya: Jurnal Ilmu Agama* 7, no. 4 (2024): 114–124.
- Prasongko, W. A. *Representasi Toleransi Beragama pada Orasi Kebangsaan Gus Miftah di Peresmian Gereja Bethel Indonesia (GBI) Amanat Agung Jakarta Utara*. Disertasi, IAIN Palangka Raya, 2022.
- Revameilawati, S., A. Setyadi, dan R. Tiani. "Kesantunan Berbahasa dalam Ceramah Gus Miftah: Suatu Kajian Pragmatik." *Endogami: Jurnal Ilmiah Kajian Antropologi* 5, no. 1 (2021): 106–115.
- Rohimi, P. "SNA dengan Netlytic pada Kolom Komentar Video YouTube Gus Miftah Ceramah di Gereja." Dalam *Proceeding of Conference on Strengthening Islamic Studies in the Digital Era*, vol. 1, no. 1 (September 2021): 360–376.

Rozzaq, S. A., dan T. Toipah. "Gus Baha's Cangkem Elek Movement as a Model of Religious Moderation." *Jurnal Studi Sosial Keagamaan Syekh Nurjati* 1, no. 1 (2021): 17–37.

B. Al-Qur'an

Al-Qur'an al-Karim, Surah Al-Hujurat [49]:13.

Al-Qur'an al-Karim, Surah Al-Kafirun [109]:1–6.

Al-Qur'an al-Karim, Surah An-Nahl [16]:125.

C. Hadis

Al-Bukhari, Muhammad ibn Ismail. *Shahih al-Bukhari*, Hadis No. 6018.

Muslim ibn al-Hajjaj. *Shahih Muslim*, Hadis No. 47.