

AN-NABA: Islamic Communication Journal

Vol. 5 No. 1, June 2026, ISSN 3047-5279

<https://doi.org/10.51311/annaba.v4i2.1490>

Strategies and Challenges of Islam Political Communication in the Digital Era : A Case Study of Nahdhatul Ulama (NU) in Bungo Regency

Dedi Syaputra

Universitas Islam Yasni Bungo

dedisyaputra@iaiyasnibungo.ac.id

M. Syukri Ismail

Universitas Islam Yasni Bungo

m.syukriismail@iaiyasnibungo.ac.id

Khusnul Al Rizqiyah

Universitas Islam Yasni Bungo

alrizqiyahl@gmail.com

Abstract

Islamic political communication in the digital era has undergone significant changes alongside the development of information technology and social media. Islamic figures, politicians, and religious leaders now utilize digital platforms like YouTube, Instagram, TikTok, and Twitter to disseminate political messages associated with Islamic values. Digital media has become not only a means of da'wah but also an effective tool for shaping public opinion, mass mobilization, and

strengthening politically religion-based identity. This research specifically examines the practices of Islamic political communication carried out by Nahdlatul Ulama (NU) in Bungo District, Jambi Province, as an important representation of traditional Islamic organizations responding to the dynamics of digital politics. The focus is on the political communication strategies used by NU actors at the local level in leveraging digital media, the challenges they face, and the impact of their communication on the community and local political configuration.. This research also explores the dynamics of interaction between digital media and the NU audience, how social media algorithms influence the dissemination of Islam-based political messages, and to what extent the political communication conducted by NU Bungo Regency can shape the political behavior of the community in the region. Additionally, the analysis also includes positive impacts such as increased political participation of Nahdliyin citizens and easier access to political information, as well as negative impacts such as the potential for polarization and the spread of hoaxes. Through a qualitative approach and data analysis from various digital platforms used by NU Bungo, this research aims to provide insights into the challenges and opportunities of Islamic political communication in the digital era. This research aims to provide insights into the strategies and challenges of Islamic political communication in the digital era. The results of the study are expected to contribute to the development of more inclusive, effective, and ethical Islamic political communication strategies, especially for local Islamic organizations in facing the constantly changing political landscape.

Keywords: Islamic Political Communication, Digital Era, Strategies, Challenges, NU

A. INTRODUCTION

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam ranah politik dan keagamaan. Digitalisasi telah mengubah cara individu dan kelompok berinteraksi, termasuk dalam menyampaikan dan menerima pesan politik berbasis Islam. Media sosial dan platform digital seperti YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok telah menjadi alat utama dalam komunikasi politik Islam, memungkinkan ulama, politisi, serta kelompok keagamaan untuk menyebarkan ideologi, membangun opini publik, serta memobilisasi dukungan secara luas dan cepat (Castells, 2009). Peran media sosial dalam politik Islam sangat signifikan karena memberikan akses yang lebih luas bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi dan terlibat dalam diskusi keagamaan dan politik. Teknologi digital memungkinkan penyampaian pesan yang lebih interaktif melalui berbagai format, seperti video ceramah, siaran langsung, infografis, serta artikel dan opini yang dipublikasikan secara daring. Hal ini mempermudah penyebaran narasi keagamaan yang memiliki dimensi politik, baik dalam bentuk ajakan, edukasi, maupun kritik terhadap kebijakan pemerintah. Selain itu, digitalisasi juga mempercepat proses mobilisasi massa.

Dengan adanya media sosial, kelompok-kelompok Islam politik dapat dengan mudah mengorganisir aksi, menggalang dana, serta membentuk jaringan komunikasi yang luas. Hashtag dan kampanye digital menjadi strategi yang efektif untuk menarik perhatian publik dan membentuk opini. Kecepatan dan jangkauan informasi yang diberikan oleh media digital membuat politik Islam menjadi lebih dinamis dan responsif terhadap isu-isu yang berkembang di masyarakat. Namun, meskipun media sosial memberikan banyak manfaat dalam penyebaran informasi politik Islam, terdapat tantangan yang perlu dihadapi. Penyebaran informasi yang tidak terverifikasi, propaganda, serta hoaks menjadi ancaman serius dalam era digital. Selain itu, polarisasi politik berbasis agama sering kali diperparah oleh algoritma media sosial yang memperkuat echo chamber, di mana

individu hanya terpapar pada informasi yang sesuai dengan pandangan mereka sendiri. Hal ini dapat menghambat dialog yang konstruktif dan meningkatkan potensi konflik sosial. Di sisi lain, pemerintah dan platform digital juga mulai mengambil langkah-langkah untuk mengatur konten politik berbasis agama, baik melalui regulasi maupun kebijakan moderasi konten. Sensor dan pembatasan terhadap konten tertentu sering kali menimbulkan perdebatan terkait kebebasan berekspresi dan hak berpendapat dalam konteks digital. Dengan demikian, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak yang kompleks terhadap politik Islam. Digitalisasi tidak hanya membuka peluang bagi penyebaran dakwah dan mobilisasi politik, tetapi juga menimbulkan tantangan baru yang memerlukan strategi adaptasi, literasi digital, serta kebijakan yang bijaksana agar ruang digital tetap menjadi medium yang sehat dan konstruktif dalam perpolitikan Islam.

Komunikasi politik Islam di era digital tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran dakwah, tetapi juga sebagai sarana membangun kesadaran politik umat. Di berbagai negara dengan mayoritas Muslim, komunikasi politik Islam menjadi bagian dari dinamika demokrasi dan pertarungan ideologi yang mempengaruhi kebijakan serta sikap politik masyarakat. Pemanfaatan teknologi digital dalam penyiaran Islam juga memungkinkan pesan politik disampaikan dalam berbagai format, seperti video ceramah, podcast, infografis, dan kampanye digital yang interaktif. Namun, komunikasi politik Islam di era digital juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satunya adalah penyebaran disinformasi dan hoaks yang dapat menciptakan polarisasi di tengah masyarakat (Howard and Hussain, 2013). Komunikasi politik Islam di era digital tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran dakwah, tetapi juga sebagai sarana membangun kesadaran politik umat. Melalui berbagai platform digital, umat dapat lebih mudah memahami isu-isu politik yang berkaitan dengan nilai-nilai Islam, serta memperoleh wawasan tentang hak dan kewajiban mereka sebagai warga negara. Dengan adanya akses yang luas terhadap informasi, masyarakat dapat berpartisipasi aktif dalam diskusi politik, mengkritisi kebijakan publik, serta mengembangkan pemikiran politik yang lebih matang dan berbasis nilai-nilai Islam.

Selain itu, munculnya aktor politik yang menggunakan agama sebagai alat propaganda politik sering kali menimbulkan kontroversi dan memicu ketegangan sosial. Regulasi pemerintah terhadap konten digital yang berkaitan dengan politik Islam juga menjadi perdebatan, karena di

satu sisi bertujuan untuk menjaga stabilitas nasional, tetapi di sisi lain dapat membatasi kebebasan berekspresi. Dampak dari komunikasi politik Islam di era digital juga menjadi aspek penting yang perlu dikaji lebih dalam (Matusitz, 2020). Oleh karena itu, pemerintah dan platform digital juga mulai mengambil langkah-langkah untuk mengatur konten politik berbasis agama, baik melalui regulasi maupun kebijakan moderasi konten. Sensor dan pembatasan terhadap konten tertentu sering kali menimbulkan perdebatan terkait kebebasan berekspresi dan hak berpendapat dalam konteks digital.

Di satu sisi, digitalisasi komunikasi politik Islam memberikan ruang yang lebih luas bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam diskusi keagamaan dan politik. Namun, di sisi lain, dinamika ini dapat memperbesar kesenjangan ideologis antara kelompok yang memiliki pandangan berbeda. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana strategi komunikasi politik Islam dikembangkan, tantangan yang dihadapi, serta dampaknya terhadap tatanan sosial dan politik secara keseluruhan (Zaid *et al.*, 2022). Dengan demikian perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak yang kompleks terhadap politik Islam. Digitalisasi tidak hanya membuka peluang bagi penyebaran dakwah dan mobilisasi politik, tetapi juga menimbulkan tantangan baru yang memerlukan strategi adaptasi, literasi digital, serta kebijakan yang bijaksana agar ruang digital tetap menjadi medium yang sehat dan konstruktif dalam perpolitikan Islam.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena komunikasi politik Islam di era digital di Nahdhatul Ulama (NU) Kabupaten Bungo, dengan fokus pada strategi yang digunakan oleh para aktor politik Islam, tantangan yang dihadapi dalam penyebaran pesan politik berbasis Islam, serta dampak jangka pendek dan jangka panjang yang ditimbulkan dalam masyarakat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai peran teknologi dalam membentuk komunikasi politik Islam serta kontribusinya terhadap sistem politik yang lebih inklusif dan demokratis. Ada beberapa landasan teori dalam tulisan ini, diantaranya:

1. Komunikasi Politik Islam

Pengertian Komunikasi Politik Islam adalah proses penyampaian pesan, gagasan, dan nilai-nilai politik yang bersumber dari ajaran Islam melalui berbagai media komunikasi untuk membangun

kesadaran politik umat, membentuk opini publik, serta memengaruhi kebijakan dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara. Dalam Islam, komunikasi politik tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk memperoleh kekuasaan, tetapi juga sebagai sarana menyebarkan nilai-nilai keadilan, kesejahteraan, dan kepemimpinan yang berlandaskan syariat Islam. Dalam ilmu komunikasi Islam, komunikasi Islam berdasakan pada konsep-konsep yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW serta para sahabat-sabihatnya. Konsep itu tentu bersumber kepada Quran dan hadist lalu dipraktek pada tingkat masyarakat umat Islam pada masa itu sampai sekarang. Diantara konsep-konsep (Yustisia, 2008) tersebut diantaranya yang paling bermakna adalah:

a. Tabligh

Prinsip tabligh yang menyampaikan sebuah kebenaran artinya bahwa setiap komunikasi politik Islam harus bertujuan untuk menyampaikan kebenaran yang bersumber dari wahyu Allah SWT. seorang pemimpin atau komunikator politik dalam Islam bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi yang benar dan jujur kepada umat (rakyat), hal ini tercermin dalam firman Allah SWT dalam Quran surat Ali Imran, 104 “Dan hendaklah ada di antara kamu segolong umat yang menyerukan kepada kebajikan dan menyuruh kepada yang ma’ruf, dan mencegah dari yang mungkar; merekalah orang-orang yang beruntung”

b. Amal Ma’ruf nahi Mungkar

Prinsip komunikasi politik dalam Islam bertumpu pada konsep amar ma'ruf nahi munkar, yaitu menyeru kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran. Prinsip ini menekankan bahwa setiap bentuk komunikasi politik harus memiliki tujuan yang jelas dalam membimbing masyarakat ke arah yang lebih baik, baik dari segi moral, sosial, maupun politik. Dalam konteks kepemimpinan, hal ini berarti bahwa pemimpin atau komunikator politik bertanggung jawab untuk menyampaikan pesan-pesan yang mencerminkan nilai-nilai Islam, termasuk keadilan, transparansi, dan kesejahteraan umat.

c. Syuro (Musyawarah dalam mengambil keputusan)

Prinsip Syura menegaskan bahwa komunikasi politik Islam harus dilakukan secara demokratis dengan melibat partisipasi umat dalam mengambil keputusan. Quran menyebutkan “Dan (Bagi) orang-orang yang menerima (Mematuhi) seruan Tuhannya dan

- mendirikan sholat, sedang urusan mereka (diputuskan) dengan musyawarah antara mereka, dan mereka menafkahkan sebagian dari rezeki yang Kami berikan kepada mereka” (QS. Asy-Syura: 38). Dalam praktiknya, prinsip ini menekankan pentingnya dialog, transparansi, dan keterbukaan dalam politik Islam.
- d. Hikmah (Kebijaksanaan dalam berdakwah dan menyampaikan pesan politik)
Dalam komunikasi politik Islam, pesan yang disampaikan harus mempertimbangkan metode yang bijaksana agar dapat diterima oleh berbagai lapisan masyarakat. Seorang komunikator politik Islam harus mampu menyesuaikan strategi komunikasi agar tetap efektif tanpa menimbulkan konflik atau perpecahan di tengah umat.
 - e. Mua'izatul Hasan (Nasehat yang baik dalam membentuk opini publik)
Dalam Islam, komunikasi politik tidak boleh dilakukan dengan cara yang kasar atau provokatif. Sebaliknya, seorang pemimpin atau komunikator politik Islam harus menggunakan pendekatan persuasif dan edukatif untuk membangun opini publik yang sehat dan konstruktif.

2. Era Digital

Era digital ditandai oleh perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang mengubah berbagai aspek kehidupan manusia. Perkembangan ini menciptakan masyarakat berbasis informasi dan data, mempengaruhi pola komunikasi, ekonomi, dan budaya. Landasan teori dalam kajian era digital membantu memahami perubahan yang terjadi serta dampaknya terhadap individu dan masyarakat. Oleh karena itu penting untuk mendalami teori yang bersentuh langsung dengan era digital terhadap beberapa kerangka teori diantaranya adalah Manuel Castells (1996) "*The Network Society*" "Masyarakat Jaringan" (Messner, 2013).

a. Masyarakat dan Jaringan Global

Salah satu teori yang menari dibahas adalah teori Manuel Castells (1996) mengembangkan teori Masyarakat Jaringan (*The Network Society*), yang lebih berfokus pada bagaimana teknologi digital dan internet membentuk masyarakat modern. Menurut Castells, era digital menciptakan jaringan global. Teknologi gital memungkinkan individu, organisasi dan institusi terhubung

dengan jaringan global. Oleh karena itu, Dalam era digital, teknologi telah menciptakan dunia yang lebih terkoneksi, di mana individu, organisasi, dan institusi dapat berinteraksi secara global dalam waktu nyata. Kemajuan dalam internet, komunikasi seluler, dan komputasi awan telah memungkinkan informasi dan layanan berpindah dengan cepat melintasi batas geografis, sosial, dan ekonomi. Contoh yang sangat menarik dihadapan kita adalah peran teknologi digital dalam menghubungkan dunia global “internet” memungkinkan individu di berbagai belahan dunia untuk berkomunikasi secara instan melalui email, media sosial, dan platform pesan instan seperti WhatsApp, Telegram, dan Zoom. Begitu juga dengan Video call dan konferensi virtual telah menggantikan pertemuan fisik, mempercepat kolaborasi global dalam bisnis, pendidikan, dan pemerintahan.

Disamping itu, media sosial yang berinteraksi antar individu Platform seperti Facebook, Twitter (X), Instagram, dan TikTok menghubungkan miliaran pengguna di seluruh dunia, memungkinkan mereka berbagi informasi, pengalaman, dan ide tanpa batasan geografis. Interaksi ini yang membuat komunitas global terbentuk di dunia digital, di mana orang-orang dengan minat yang sama dapat berinteraksi tanpa harus bertemu secara fisik. Dalam tawaran fasilitas seperti “cloud computing dan kolaborasi digital” sangat membuat data begitu manja seperti layanankomputasi(*proses penggunaan untuk memproses data, perhitungan, dan menyelesaikan masalah*) awan (seperti Google Drive, Dropbox, dan Microsoft OneDrive) memungkinkan individu dan organisasi menyimpan serta berbagi data secara online tanpa batasan fisik. Begitu juga dengan perusahaan global yang menyediakan layanan seperti perusahaan dapat bekerja sama secara global dengan menggunakan platform seperti Slack, Microsoft Teams, dan Asana untuk manajemen proyek secara daring. Ketidakbatasan ini tidak hanya itu, perdagangan era digital misalnya E-commerce (seperti Amazon, Alibaba, dan Tokopedia) memungkinkan bisnis beroperasi secara global tanpa harus memiliki toko fisik. Sampai pada sistem pembayaran digital (seperti PayPal, Stripe, dan Bitcoin) memungkinkan transaksi lintas negara dengan cepat dan aman. Sampai pada level pendidikan dan keterhubungan dengna pemerintahan serta layanan

- publik seperti universitas dan institusi akademik dapat menyelenggarakan kelas online dan seminar yang dapat diikuti oleh mahasiswa dari berbagai negara, dalam e-government, pembayaran pajak online, dan konsultasi kesehatan digital dll.
- b. **Desentralisasi Informasi dan Kekuasaan**
Di era digital, akses terhadap informasi tidak lagi terbatas pada segelintir pihak seperti pemerintah atau perusahaan media besar. Teknologi digital, terutama internet dan media sosial, telah mendistribusikan kekuatan informasi kepada individu dan komunitas di seluruh dunia. Jika dulu masyarakat hanya bergantung pada media mainstream untuk mendapatkan berita, kini setiap orang dapat berperan sebagai produsen informasi. Jurnalisme warga, misalnya, telah menjadi fenomena yang mengubah lanskap pemberitaan. Dengan hanya menggunakan ponsel dan koneksi internet, individu dapat melaporkan peristiwa secara langsung melalui platform seperti Twitter (X), YouTube, atau Facebook. Hal ini memungkinkan penyebaran berita yang lebih cepat dan beragam, sering kali mendahului media tradisional dalam melaporkan kejadian penting. Selain itu, media sosial memberikan ruang bagi berbagai perspektif yang mungkin tidak mendapat sorotan di media arus utama. Aktivis, akademisi, dan masyarakat umum kini memiliki kesempatan untuk menyuarakan opini, membagikan fakta, serta mengkritik kebijakan tanpa melalui filter editorial yang ketat. Akibatnya, distribusi informasi menjadi lebih demokratis, meskipun tetap menghadapi tantangan seperti hoaks dan disinformasi. Dengan semakin terdesentralisasinya informasi, kekuasaan yang dulunya terpusat kini semakin tersebar, menciptakan lanskap komunikasi yang lebih dinamis dan partisipatif.
- c. **Ekonomi berbasis Informasi dan Kreativitas**
Dalam era digital, ekonomi tidak lagi hanya bergantung pada produksi barang fisik, tetapi semakin bergeser ke arah ekonomi berbasis informasi dan kreativitas. Pengetahuan, data, dan inovasi kini menjadi aset utama dalam menciptakan nilai ekonomi. Perusahaan-perusahaan teknologi, seperti Google, Facebook, dan Netflix, menunjukkan bagaimana informasi dan kreativitas dapat menjadi motor utama pertumbuhan bisnis. Mereka tidak menjual produk fisik dalam arti tradisional, tetapi menyediakan layanan

berbasis data, algoritma, dan konten digital yang bernilai tinggi. Selain itu, industri startup berbasis inovasi teknologi berkembang pesat di berbagai bidang, mulai dari fintech, edutech, hingga kecerdasan buatan (AI). Perusahaan rintisan ini mengandalkan kreativitas dan solusi digital untuk menjawab kebutuhan pasar, tanpa harus memiliki infrastruktur besar seperti pabrik atau gudang penyimpanan. Di sisi lain, para pekerja kreatif seperti desainer, content creator, dan pengembang aplikasi juga semakin berperan dalam ekonomi digital. Dengan adanya platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok, individu dapat mengubah kreativitas mereka menjadi sumber penghasilan yang signifikan. Dengan semakin berkembangnya teknologi digital, ekonomi berbasis informasi dan kreativitas akan terus tumbuh, mendorong inovasi serta menciptakan peluang baru di berbagai sektor industri.

d. Perubahan dalam Identitas dan Budaya

Kemajuan media digital telah mengubah cara individu membentuk identitas dan berinteraksi dengan dunia di sekitar mereka. Di era digital, identitas seseorang tidak lagi terbatas pada lingkungan fisik atau geografis, tetapi dapat berkembang melalui ruang virtual yang luas. Media sosial, forum daring, dan platform digital memungkinkan individu menciptakan persona baru, mengeksplorasi minat, dan berinteraksi dengan komunitas global tanpa batasan lokasi. Seseorang dapat menjadi bagian dari berbagai komunitas online, mulai dari grup diskusi intelektual hingga penggemar budaya pop, hanya dengan beberapa klik. Fenomena seperti budaya internet melahirkan ekspresi kreatif baru, seperti meme, tren viral, dan istilah khas dunia maya yang menyebar dengan cepat di berbagai negara. Sementara itu, konsep metaverse semakin memperluas dimensi interaksi digital, di mana individu dapat berpartisipasi dalam dunia virtual melalui avatar, membangun identitas digital yang berbeda dari kehidupan nyata. Dengan adanya perubahan ini, batas antara dunia fisik dan digital semakin kabur, menciptakan realitas baru di mana identitas dan budaya terus berkembang secara dinamis.

B. METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi politik Islam di era digital, tantangan yang dihadapi, serta dampaknya terhadap masyarakat dan sistem politik. Jenis penelitian ini adalah studi kasus dan analisis wacana. Studi kasus difokuskan pada organisasi Nahdhatul Ulama (NU) di Kabupaten Bungo, sebagai representasi lokal dari organisasi Islam tradisional yang aktif dalam praktik komunikasi politik digital. Penelitian ini mengkaji secara khusus bagaimana NU Kabupaten Bungo menerapkan strategi komunikasi politik Islam melalui media digital, serta bagaimana organisasi ini merespons dinamika dan tantangan politik di era digital. Sementara itu, analisis wacana digunakan untuk memahami narasi dan pesan politik berbasis Islam yang disampaikan oleh NU Kabupaten Bungo melalui berbagai platform digital seperti media sosial, situs web, serta konten dakwah politik yang tersebar di ruang digital. Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan sekunder.

Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pakar komunikasi politik, serta tokoh NU Kabupaten Bungo yaitu H. Syakroni, S.Ag. M.Sy. selaku Ketua Pengurus Cabang NU Kabupaten Bungo, dalam pengelola media digital lokal yang terafiliasi dengan NU, serta masyarakat yang paparan pesan-pesan komunikasi politik NU di media digital. Sedangkan data sekunder meliputi studi literatur dari jurnal akademik, buku, laporan penelitian, serta analisis konten dari media sosial, portal berita, dan platform digital lainnya yang berkaitan dengan aktivitas komunikasi politik NU di daerah tersebut. Teknik pengumpulan data mencakup wawancara, observasi terhadap aktivitas media digital NU Kabupaten Bungo, dan dokumentasi relevan yang mendukung kajian. Adapun teknik analisis data dilakukan dengan metode analisis kualitatif, yaitu melalui analisis wacana kritis, analisis tematik, dan triangulasi data—yakni membandingkan dan mengonfirmasi data dari berbagai sumber untuk memastikan validitas dan reliabilitas temuan penelitian.

C. RESULT AND DISCUSSION

1. Dinamika Politik “Lokal” NU Kabupaten Bungo

.....*“NU Tetap berupaya untuk terus menjaga keseimbangan dan menjadi ormas Islam yang mengurus dakwah, pendidikan dan sosial kemasyarakatan sebagaimana tujuan kelahirannya pada 1926 yang*

kini populer dengan istilah Khittah 1926. Namun, tidak bisa dipungkiri kader, pengikut militan NU menjadi daya tarik politik yang kuat sehingga kader2 NU mencari wadah untuk menyuarakan aspirasi warga Nahdliyin melalui jalur politik praktis karena tidak ingin suara NU yang sangat besar tersebut tidak berkorelasi dengan posisi-posisi politik strategis yang seharusnya diperoleh contoh Wabup Bungo 2025-2030 (Tri Wahyu Hidayat; Pen), merupakan Wakil Ketua Tanfidziyah NU. Memang tidak mudah bagi siapa pun pemimpin NU untuk menjaga keseimbangan dari tarikan-tarikan politik tersebut.”(Hasil Wawancara, Ketua PC NU Kab. Bungo, 07/08/2025),

Pernyataan Ketua NU Kabupaten Bungo mencerminkan realitas baru yang dihadapi oleh organisasi keagamaan seperti Nahdlatul Ulama (NU) dalam lanskap komunikasi politik modern, khususnya di era digital. Dalam konteks ini, terdapat beberapa poin penting yang dapat dikaitkan dengan pernyataan Ketua NU Kabupaten Bungo yang mencerminkan realitas baru yang dihadapi oleh Organisasi Keagamaan seperti Nahdlatul Ulama (NU) dalam lanskap komunikasi politik modern, khususnya di era digital. Dalam konteks ini, memberikan beberapa poin penting yang dapat dikaitkan: Pertama; Transformasi Komunikasi Politik Islam di Era digital telah mengubah cara komunikasi politik berlangsung. Organisasi seperti NU kini tidak hanya berperan dalam dakwah dan pendidikan, tetapi juga harus aktif di ruang digital, di mana opini publik terbentuk dengan sangat cepat melalui media sosial, portal berita online, dan platform digital lainnya.

Kedua; Dalam pernyataannya, Ketua NU Kabupaten Bungo, menekankan pentingnya “menjaga keseimbangan” antara fungsi keagamaan dan dinamika politik. Namun di era digital, menjaga keseimbangan tersebut menjadi lebih sulit karena segala aktivitas dan pernyataan mudah terekspos dan ditafsirkan (*interpretasi*) secara cepat dan luas oleh publik. Ketiga; Militansi dan daya tarik politik NU di era digital membawa kader-kader NU yang militan kini memiliki panggung yang lebih besar dan instan untuk menyuarakan aspirasi melalui media sosial. Hal ini menjadikan NU sebagai kekuatan politik yang semakin diperhitungkan. Dalam komunikasi politik digital, kehadiran massa yang solid seperti warga Nahdliyin sangat strategis untuk mobilisasi opini, penggalangan dukungan, hingga kampanye politik. Contohnya, seperti disebutkan dalam wawancara, Wakil Bupati Bungo 2025–2030

berasal dari struktur NU Kabupaten Bungo. Ini menunjukkan bahwa keterlibatan politik praktis kader NU tidak lagi bisa dihindari dan semakin diperkuat dengan eksistensi digital yang mampu memperluas pengaruh. Ketiga; Dilema politik dan citra organisasi di era digital yang sangat harus dijaga. Ketua NU Kabupaten Bungo, mengakui bahwa tidak mudah bagi pimpinan NU untuk menjaga keseimbangan dari tarikan-tarikan politik. Di era digital, dilema ini menjadi lebih kompleks karena setiap langkah politik kader NU dapat dikaitkan langsung dengan organisasi. Masyarakat digital cenderung cepat mengaitkan tindakan individu dengan lembaga, bahkan tanpa klarifikasi resmi.

Dalam konteks ini, komunikasi politik NU harus cermat: menjaga nilai-nilai, Khittah 1926, sekaligus tidak abai terhadap dinamika politik yang bisa memengaruhi kepentingan umat. Komunikasi yang terbuka, responsif, dan berbasis nilai menjadi kunci agar NU tetap relevan sekaligus independen secara politik di era digital. Terakhir; Politik Representatif dan Media digital sebagai jembatan aspirasi, diharapkan Kader NU yang masuk ke jalur politik praktis disebut berusaha menyuarakan aspirasi warga Nahdliyin dan Masyarakat umumnya. Di era digital, proses representasi ini tidak lagi melalui kanal tradisional semata, melainkan juga lewat media digital yang bisa menjangkau publik lebih luas dan cepat. Diharapkan komunikasi politik sebagai medium partisipasi politik warga NU untuk menyampaikan aspirasi dan membangun narasi bersama diruang publik.

2. Strategi Komunikasi Politik Islam di Era digital NU Kabupaten Bungo

a. Pemanfaatan Media Sosial

Tidak bisa dipungkiri bahwa Dai, politisi Islam, dan organisasi keagamaan menggunakan media sosial untuk menyebarkan ideologi politik Islam, melakukan kampanye, serta membangun opini publik dengan menggunakan media sosial menjadi alat utama dalam komunikasi politik Islam di era digital. Bahkan Dai, politisi Islam, dan organisasi keagamaan memanfaatkan platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, dan TikTok untuk menyebarkan ideologi politik Islam, melakukan kampanye, serta membangun interaksi dengan masyarakat. Pemanfaatan media sosial ini memiliki beberapa tujuan utama diantaranya untuk meningkatkan audiensi mereka. Dengan media sosial mereka

mampu mampu memberikan pesan-pesan politik Islam yang dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas, termasuk generasi muda yang dekat sekali dan aktif dengan dunia digital (Istiqomah and Hamzanwadi, 2024). Pemanfaatan media sosial lainnya adalah untuk membangun identitas dan citra politik. Para tokoh Islam menggunakan media sosial untuk membentuk citra positif, memperkenalkan gagasan politik Islam yang moderat, dan untuk menarik simpati dari masyarakat luas.

Dalam era digital, citra politik menjadi faktor penting dalam memenangkan dukungan masyarakat. Pemanfaatan media sosial tidak hanya digunakan untuk menyebarkan pesan politik Islam, tetapi juga untuk membangun identitas dan citra politik yang kuat. Para tokoh Islam, baik dai, politisi, maupun organisasi keagamaan, menggunakan berbagai platform digital untuk membentuk persepsi positif, memperkenalkan gagasan politik Islam yang moderat, serta menarik simpati dari masyarakat luas. Media sosial memungkinkan tokoh Islam untuk mengontrol dan membangun citra mereka secara langsung, tanpa bergantung pada media konvensional. Dengan berbagi konten yang inspiratif, edukatif, dan penuh nilai keislaman, mereka dapat menampilkan diri sebagai sosok yang intelektual, peduli terhadap masyarakat, serta memiliki visi dan misi yang jelas dalam dunia politik (Istiqomah and Hamzanwadi, 2024). Tidak hanya citra politik, lebih dari itu untuk memperkenalkan gagasan politik Islam moderat. Dalam komunikasi politik Islam, salah satu tantangan dalam komunikasi politik Islam adalah “persepsi bahwa Islam politik identik dengan radikalisme atau intoleransi”.

Senada dengan H. Syakroni, S.Ag. M.Sy. selaku Ketua Pengurus Cabang NU Kabupaten Bungo ungakapan, Untuk mengatasi hal ini, para tokoh Islam memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan pesan-pesan politik Islam yang moderat, inklusif, dan relevan dengan perkembangan zaman “(Cek: NU Online)” Cara menyampaikannya harus sesuai dengan kondisi yang terbaik hari ini yaitu tentang Islam rahmatan lil’alamin, demokrasi dalam Islam yang lebih elegan, serta peran Islam dalam membangun kesejahteraan sosial melalui penyampaian ceramah dan diskusi online yang mengembirakan (Syarif, 2021). Minsalnya, seorang politisi Islam dapat mengunggah kegiatan sosial seperti memberikan bantuan kepada kaum yang tidak mampu, ceramah kebangsaan

atau gagasan diskusi mengenai toleransi, antar umat beragama, hal ini dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap tokoh, pemimpin yang memiliki kepedulian sosial dan inklusivitas. Dalam penyampaian diharapkan materi-materi yang disampaikan dari nukilan-nukilan ayat suci Quran yang inspiratif yang menekan kepada nilai-nilai kemanusiaan, keadilan, persatuan dan toleransi dalam politik. Ditambah dengan kolaborasi dengan influencer-influencer yang memiliki isu-isu yang kebangsaan dengan perspektif Islam yang lebih moderat, apalagi kolaborasinya dengan tokoh-tokoh politik atau influencer di luar Islam memiliki perbedaan keyakinan, tetapi memiliki gagasan kebangsaan yang sama.

Disamping itu, manfaat media sosial adalah menarik simpati dan loyalitas pendukung. Simpati masyarakat sangat penting dalam membangun basis dukungan politik. Media sosial memungkinkan para tokoh Islam untuk lebih dekat dengan masyarakat melalui interaksi langsung, seperti menjawab pertanyaan dari pengikut, melakukan siaran langsung, serta membagikan momen-momen pribadi yang memperlihatkan sisi humanis mereka seorang tokoh. Dukungan yang basis politik kontek politik Islam era digital misalnya, memberikan ruang yang sangat penting untuk menciptakan kedekatan emosional, memperkuat kepercayaan publik, serta meningkatkan keterlibatan audiens dalam mendukung gagasan dan perjuangan politik Islam (Mukhlisin and Ibrahim, 2024). hal

b. Pembuatan Konten Dakwah Politik

Kontek dakwah merupakan salah satu strategi komunikasi politik Islam dalam berdakwah di era digital strategi ini tidak hanya mengandalkan metode konvensional, tetapi juga memanfaatkan berbagai bentuk konten digital yang lebih menarik dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Salah satu pendekatan yang semakin populer adalah pembuatan konten dakwah politik, yaitu produksi materi digital seperti video ceramah, podcast, meme, dan infografis untuk menyampaikan pesan politik Islam dengan cara yang lebih ringan, menarik, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Video ceramah, podcast, meme, dan infografis digunakan untuk menyampaikan pesan politik dengan bahasa yang lebih ringan dan mudah dipahami dan mengerti oleh masyarakat luas.

Pembuatan konten dakwah yang memiliki edukasi politik Islam secara visual, akan memudahkan peningkatan audien untuk memahami apa yang ingin disampaikan, dalam membangun daya tarik ke audien. Secara juga mampu memberikan penjelasan yang lebih mendalam terkait isu-isu politik Islam, ketidakadilan, kemanusiaan, korupsi, pelayanan publik atau hukum Islam, hal ini untuk memantik diskusi dan interaksi agar audien dapat memberikan tanggapan atau bertanya langsung yang dapat menciptakan komunikasi dua arah. Tidak hanya konten dakwah secara visual, cara yang lebih milineal adalah dengan cara podcast bergaya santai. Hal ini menjadi tren dikalangan anak muda untuk menyebarkan isu-isu atau gagasan politik Islam jika audiensinya untuk generasi muda yang gemar mendengarkan diskusi berbobot tetapi dibawa dengan gaya santai. Menyampaikan informasi lewat podcast memberikan ruang berbagai perspektif mengundang tamu berbagai latar belakang yang berbeda, akademisi, budayawan, aktivis atau tokoh agama tentu memiliki format yang baru dalam menciptakan kedekatan dengan audien. Menurut H. Syakroni, S.Ag. M.Sy. selaku Ketua Pengurus Cabang NU Kabupaten Bungo, konten dakwah di era digital meningkatkan *“aksesibilita informasi secara lebih mudah dan efisien, sekaligus membuka ruang lebih luas untuk inovasi dan kolaborasi lintas sektor”*(wawancara, 07/08/2025).

c. Sebagai Kampanye Digital dan Branding Tokoh

Kampaye para politisi Islam harus membangun citra mereka dengan memanfaatkan algoritma media sosial agar lebih dekat dengan masyarakat dalam membrandingkan diri sebagai tokoh politisi Islam. Branding dalam politik bertujuan upaya membangun citra dan identitas tokoh politik agar dikenali, dipercaya, dan didiskusikan oleh masyarakat. Branding ini juga mencerminkan nilai misi dan visi, serta kepribadian kandidat yang ingin ditanamkan dalam benak pemilih. Kampaye digital merupakan elemen penting dalam politik modern, membrandingkan seorang politisi dapat membangun citra yang positif, menarik simpati masyarakat, serta meningkatkan peluang sukses dalam pemilu. Branding ini harus direncanakan dengan baik dan konsisten agar memberikan dampak yang maksimal agar mendapatkan kemenangan dikompetisi politi (Christian, 2016).

d. Kolaborasi dengan Influencer Muslim

Tokoh agama bekerja sama dengan influencer Muslim untuk memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan keterlibatan dalam diskusi politik. Di era digital, media sosial menjadi salah satu platform utama dalam menyebarkan informasi, termasuk dalam diskusi politik. Tokoh agama dapat bekerja sama dengan influencer Muslim untuk memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pembahasan isu-isu politik yang relevan. Kolaborasi ini memungkinkan pesan-pesan politik yang berbasis nilai-nilai Islam dapat tersampaikan secara lebih efektif kepada generasi muda yang aktif di media sosial. Influencer Muslim memiliki peran penting dalam membentuk opini publik karena mereka sering kali dianggap sebagai figur yang relatable dan memiliki kedekatan dengan pengikutnya.

Dengan bekerja sama, tokoh agama dapat memanfaatkan pengaruh para influencer untuk menyampaikan pesan-pesan yang sesuai dengan prinsip Islam dan demokrasi. Namun, kolaborasi ini juga memiliki tantangan. Salah satu risiko utama adalah potensi penyebaran informasi yang tidak akurat atau bias jika tidak disertai dengan kajian mendalam. Oleh karena itu, penting bagi tokoh agama dan influencer untuk menyajikan informasi yang kredibel serta menghindari eksploitasi agama untuk kepentingan politik semata. Kolaborasi ini juga berpotensi memperkuat moderasi beragama di Indonesia, terutama dalam konteks multikultural. Dengan menyebarkan pesan yang menekankan keseimbangan antara hak dan kewajiban, individu dan masyarakat dapat lebih memahami peran politik dalam kehidupan beragama secara harmonis (Zaid *et al.*, 2022).

e. **Gerakan Hashtag dan Viralitas**

Penggunaan tagar atau narasi tertentu untuk memperkuat pesan politik di media sosial menarik perhatian. hal-hal yang viral menjadi momentum peristiwa menjadi viral. Di era digital, media sosial menjadi alat utama dalam membentuk opini publik dan menyebarkan pesan politik. Salah satu strategi yang efektif adalah penggunaan hashtag (tagar) untuk memperkuat narasi tertentu dan meningkatkan viralitas suatu isu. Hashtag berfungsi sebagai alat pengelompokan percakapan di media sosial, sehingga memungkinkan suatu pesan politik menjangkau audiens yang lebih luas. Fenomena viralitas dalam politik sering kali terjadi ketika

suatu isu mendapatkan perhatian besar dalam waktu singkat. Kampanye berbasis hashtag seperti #ReformasiDikorupsi #Indonesiamaju dan lain sebagainya, ini menunjukkan bagaimana aktivisme digital dapat membangun solidaritas, meningkatkan kesadaran publik, dan bahkan memengaruhi kebijakan pemerintah.

Selain itu, hashtag juga digunakan oleh partai politik dan tokoh publik untuk memperkuat identitas politik mereka serta menciptakan keterlibatan (engagement) yang lebih tinggi dengan masyarakat (Christian, 2016). Studi menunjukkan bahwa penggunaan hashtag yang konsisten dan relevan dapat meningkatkan interaksi pengguna hingga 30% lebih tinggi dibandingkan dengan unggahan tanpa hashtag. Namun, strategi ini juga memiliki tantangan (Christian, 2016). Kemudian, tidak semua hashtag mampu mencapai viralitas yang diharapkan. Beberapa faktor seperti algoritma media sosial, waktu publikasi, dan keterlibatan tokoh berpengaruh dapat menentukan keberhasilan sebuah hashtag. Selain itu, ada risiko misinformasi dan manipulasi opini publik melalui penggunaan bot atau akun palsu yang menyebarkan narasi tertentu secara massif ('Governance, law and ethics', 2020). Secara keseluruhan, penggunaan hashtag dalam politik telah menjadi alat yang ampuh untuk menggerakkan opini publik dan membangun kesadaran politik di era digital. Namun, efektivitasnya bergantung pada strategi komunikasi yang tepat serta keaslian pesan yang disampaikan.

3. Tantangan Komunikasi Politik di Era Digital

a. Polarisasi dan Radikalisasi

Menurut H. Syakroni, S.Ag. M.Sy. selaku Ketua Pengurus Cabang NU Kabupaten Bungo “.....*Tantangan yang muncul meliputi disinformasi atau penyebaran informasi yang tidak akurat, polarisasi dan fragmentasi opini publik, maraknya berita hoaks, serta krisis kepercayaan dan kerentanan terhadap keamanan data dan dokumen*”. Media sosial sering digunakan untuk menyebarkan narasi ekstrem yang dapat memicu polarisasi politik dan sosial. Di era digital, media sosial telah menjadi ruang utama dalam penyebaran informasi dan diskusi politik. Namun, platform ini juga berkontribusi terhadap polarisasi dan radikalisasi dengan memungkinkan penyebaran narasi ekstrem yang memperkuat perbedaan ideologi di masyarakat (Margetts, 2019). Polarisasi politik

terjadi ketika masyarakat terbagi menjadi kelompok-kelompok dengan pandangan yang semakin bertolak belakang, sering kali diperburuk oleh algoritma media sosial yang memprioritaskan konten yang sesuai dengan preferensi pengguna (Tucker *et al.*, 2018). Oleh karena itu, ada beberapa hal yang perlu diwaspadakan dalam polarisasi politik dalam media sosial, *Pertama*; keterlibatan politik, media sosial disebut-sebut sebagai salah satu cara terbaik dan mudah untuk meningkatkan partisipasi politik, apalagi di era *hyperpartisanship*, sebaliknya bahwa pengalaman di media sosial juga dapat menjauhkan orang dari politik. Mungkin saja polarisasi itu sendiri yang membuat kurang menarik bagi bagian masyarakat. *Kedua*; media sosial tentu memiliki hubungan yang kompleks dengan media tradisional, media sosial menjadi alat pelopor bagi media tradisional. Media sosial menjadi daya tarik bahkan sebagai “bot” yang memastikan informasi-informasi yang ada dalam media tradisional dapat banyak dilihat dari yang lain (Tucker *et al.*, 2018).

Akhirnya para elit bermain peran dalam media sosial, kadang mereka membuat disinformasi, akhirnya polarisasi ditingkatkan terjadi. Elit kadang-kadang membuat konten polarisasi menjadi menarik, agar leluasa bermain sandiwara di atas panggung media sosial untuk kepentingan pribadi dan golongan, di masyarakat muncul ketidakpercayaan terhadap media yang mapan, untuk membantu meningkatkan sumber daya (berita) yang kurang kredibel. Di dunia digital, media sosial bekerja dengan menganalisis interaksi pengguna, seperti jenis konten yang disukai, dibagikan, atau dikomentari, lalu menampilkan lebih banyak konten serupa di linimasa mereka. Hal ini menciptakan efek “filter bubble”, di mana seseorang hanya terpapar pada informasi yang mendukung keyakinannya sendiri, sementara pandangan berbeda jarang muncul (Pariser, 2011). Akibatnya, masyarakat semakin sulit menerima perspektif lain, dan perbedaan politik semakin mengeras menjadi konflik identitas yang mendalam. Akibatnya, individu cenderung hanya terpapar pada informasi yang mengonfirmasi keyakinan mereka sendiri (*echo chambers*), yang mempersempit wawasan dan memperkuat ketegangan sosial. Sementara itu, radikalisasi dapat berkembang melalui media sosial ketika kelompok tertentu menyebarkan ideologi ekstrem secara sistematis. Kelompok-kelompok ini sering memanfaatkan platform digital untuk merekrut

anggota baru, menyebarkan propaganda, dan membangun narasi yang membenarkan tindakan kekerasan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa media sosial mempercepat proses radikalisasi karena kemampuannya dalam menghubungkan individu dengan komunitas ekstrem secara instan dan tanpa batas geografis (Schlesinger, 2015).

Terorisme dan kelompok radikal, mereka menggunakan media sosial untuk merekrut orang, dengan harapan mereka mendapatkan anggota-anggota baru, untuk terlibat dalam teror. Mereka menggunakan media sosial untuk mempromosikan pandangan-pandangan mereka tentang dunia ini. Tentu untuk memperluas jaringan-jaringan mereka. Dalam padangan kontributor media besar, penggunaan media sosial bagi ekstrimisme atau radikalisme ancaman terbesar di dunia ini (Sunstein, 2017). Fenomena ini dapat berdampak serius terhadap stabilitas politik dan sosial, termasuk meningkatnya ujaran kebencian, hoaks, serta ketidakpercayaan terhadap institusi demokrasi. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah strategis seperti edukasi literasi digital, moderasi konten yang lebih ketat, serta kolaborasi antara pemerintah, platform media sosial, dan masyarakat sipil untuk menangkal polarisasi dan radikalisasi. Langkah edukasi literasi digital minsalnya bisa dilakukan dengan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman individu terhadap penggunaan teknologi informasi secara bijak, kritis, dan bertanggung jawab. Literasi digital mencakup kemampuan memilah informasi yang valid, memahami etika dalam berinternet, serta melindungi data pribadi dari ancaman siber. Sedangkan moderasi konten berperan dalam mengelola dan mengawasi konten di platform digital guna mencegah penyebaran informasi yang menyesatkan, ujaran kebencian, atau konten berbahaya lainnya (Ribble and Bailey, 2007). Moderasi dapat dilakukan secara manual oleh tim moderator maupun dengan bantuan teknologi seperti kecerdasan buatan untuk mendeteksi dan menindaklanjuti pelanggaran dalam ruang digital (Gillespie, 2019). Langkah ini menjadi kunci dalam menciptakan ekosistem digital yang sehat dan kondusif bagi seluruh pengguna.

b. Hoaks dan Disinformasi

Hoaks dan Disinformasi Penyebaran berita palsu atau hoaks sering terjadi, terutama terkait isu-isu politik Islam, disamping polarisasi

yang terjadi, juga berkaitan erat dengan berita palsu (*hoaks*) dan disinformasi, merupakan dua bentuk informasi menyesatkan yang dapat berdampak serius pada masyarakat. Hoaks adalah informasi palsu yang dibuat dan disebarakan tanpa dasar fakta yang jelas, sering kali dengan tujuan untuk menipu atau membingungkan publik (Tandoc, Lim and Ling, 2018). Hoaks dapat berupa berita palsu, manipulasi foto atau video (*deepfake*), serta klaim yang tidak berdasar terkait suatu peristiwa atau isu tertentu. Hoaks dapat menyebar dengan cepat melalui media sosial dan platform digital, terutama jika informasi tersebut memicu emosi atau kepanikan. Faktor utama yang mempercepat penyebaran hoaks adalah algoritma media sosial, yang cenderung memprioritaskan konten dengan tingkat keterlibatan tinggi, seperti banyaknya like, share, dan komentar (Tandoc, Lim and Ling, 2018).

Hal ini menyebabkan informasi yang menarik perhatian, meskipun tidak akurat, lebih mudah viral dibandingkan dengan informasi yang lebih akurat tetapi kurang menarik. Selain itu, psikologi pengguna internet juga memainkan peran penting dalam penyebaran hoaks. Faktor seperti bias konfirmasi membuat individu lebih cenderung mempercayai dan menyebarkan informasi yang sesuai dengan keyakinan atau sudut pandang mereka, tanpa melakukan verifikasi terlebih dahulu (Pennycook *et al.*, 2020). Ketidaksadaran akan pentingnya mengecek sumber informasi sering kali membuat masyarakat mudah terpengaruh oleh hoaks yang dibuat secara persuasif dan tampak kredibel (Vosoughi, Roy and Aral, 2018). Sebagai contoh minsal, penyelidikan dalam "*differential diffusion*" dari berita yang benar dan salah, di perangkat media sosial twitter tahun 2016 hingga 2017, "*We investigated the differential diffusion of all of the verified true and false news stories distributed on Twitter from 2006 to 2017. The data comprise ~126,000 stories tweeted by ~3 million people more than 4.5 million times*". Penyelidikan ini mengklasifikasikan berita yang benar dan salah, menggunakan informasi dari 6 organisasi, untuk memeriksa fakta independen, menunjukkan 95 hingga 98 % mereka sepakat dengan klasifikasi tersebut. Berita hoaks menyebar sangat signifikan, lebih cepat, lebih dalam, dan lebih luas dari pada kebenaran dalam semua katagori informasi. efeknya berita palsu "*berita yang salah*" lebih cepat informasinya dari pada berita

benar baik itu berita politik, bencana, sains, urbanisasi dan keuangan. Dalam penelitian ini, orang lebih cenderung dengan informasi baru, yang belum tentu kebenarannya. Robot salah satu perangkat cagih yang membantu mempercepat perluasan berita, dari pada kebenaran karena manusia (Vosoughi, Roy and Aral, 2018).

Sementara itu, disinformasi adalah penyebaran informasi yang salah secara sengaja dengan maksud menyesatkan atau memanipulasi opini publik. Disinformasi sering digunakan dalam berbagai strategi, seperti propaganda politik, kampanye negatif, manipulasi ekonomi, hingga strategi perang informasi oleh kelompok tertentu (Wardle and Derakhshan, 2017). Disinformasi sering kali dikemas secara profesional dan ditujukan untuk membentuk narasi tertentu demi kepentingan kelompok yang menyebarkannya. Salah satu bentuk disinformasi yang berbahaya adalah *“astroturfing”*, yaitu upaya menciptakan opini publik palsu dengan menggunakan akun atau bot untuk menyebarkan narasi tertentu agar terlihat seperti pendapat mayoritas masyarakat (Howard and Kollanyi, 2017). Baik hoaks maupun disinformasi memiliki dampak yang luas terhadap kehidupan sosial dan politik. Dalam skala kecil, hoaks dapat menyebabkan kepanikan dan ketidakpastian di tengah masyarakat, seperti dalam kasus berita palsu mengenai kesehatan atau bencana alam (Wardle and Derakhshan, 2017). Dalam skala yang lebih besar, hoaks dan disinformasi dapat merusak kepercayaan masyarakat terhadap institusi, memperburuk polarisasi sosial, serta mengancam stabilitas demokrasi. Misalnya, dalam konteks pemilu, penyebaran informasi palsu mengenai kandidat politik dapat mempengaruhi keputusan pemilih dan menghambat proses demokrasi yang sehat. Untuk mengurangi dampak hoaks dan disinformasi, diperlukan langkah-langkah strategis yang melibatkan berbagai pihak. Literasi digital menjadi kunci utama dalam membekali masyarakat agar lebih kritis terhadap informasi yang mereka konsumsi (Ribble and Bailey, 2007).

Edukasi mengenai cara memverifikasi informasi, memahami sumber yang kredibel, serta mengenali teknik manipulasi digital sangat diperlukan. Selain itu, platform digital dan media sosial juga perlu mengambil peran lebih aktif dalam melakukan moderasi konten dengan memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan (AI)

untuk mendeteksi dan menghapus informasi yang menyesatkan. Pemerintah dan organisasi independen juga dapat berperan dalam menyusun regulasi serta menyediakan layanan pengecekan fakta untuk membantu masyarakat mendapatkan informasi yang akurat. Pada akhirnya, menghadapi hoaks dan disinformasi bukan hanya tanggung jawab pemerintah atau platform digital, tetapi juga masyarakat sebagai konsumen informasi. Kesadaran akan pentingnya berpikir kritis, melakukan verifikasi sebelum membagikan informasi, serta berpartisipasi dalam upaya melawan penyebaran berita palsu merupakan langkah nyata dalam menciptakan ekosistem informasi yang lebih sehat dan bertanggung jawab. Diperkuat dengan pernyataan dari H. Syakroni, S.Ag. M.Sy. selaku Ketua Pengurus Cabang NU Kabupaten Bungo “.....*Upaya yang dilakukan mencakup memastikan sumber informasi yang kredibel, mengedepankan prinsip tabayyun, mengembangkan pola pikir kritis, menegaskan pentingnya faktualitas dalam menangkal hoaks, serta memberikan edukasi, literasi digital kader yang berkelanjutan kepada warga jam’iyah*”.

c. **Etika dalam Dakwah Politik**

Senada dengan H. Syakroni, S.Ag. M.Sy. selaku Ketua Pengurus Cabang NU Kabupaten Bungo “..... *Media sosial dan platform online kini menjadi alat utama dalam penyampaian pesan politik, interaksi, serta pembentukan opini publik. Perubahan ini menghadirkan peluang sekaligus tantangan bagi generasi muda dan masyarakat secara umum. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran untuk berpartisipasi secara santun, ramah, dan beretika di ruang digital*”. Dakwah politik adalah upaya menyampaikan pesan politik yang sejalan dengan nilai-nilai agama, bertujuan untuk membimbing masyarakat dalam memahami isu-isu politik melalui perspektif moral dan spiritual (Esposito *et al.*, 2016). Dalam konteks demokrasi, dakwah politik dapat menjadi alat untuk meningkatkan kesadaran politik masyarakat, mendorong partisipasi dalam pemilu, serta mengajak pada nilai-nilai keadilan, kesejahteraan, dan kepedulian sosial. Namun, agar tidak menimbulkan perpecahan atau manipulasi, dakwah politik harus dijalankan dengan etika yang baik. Dengan demikian penting untuk menyampaikan pesan politik secara transparan dan menjaga netralitas dalam dakwah. Oleh karena itu, sangat penting etika dalam dakwah politik menekankan

beberapa prinsip utamayang harus dijunjung oleh tokoh pemuka agama, politisi dan masyarakat umum.

Ada beberapa hal langkah etika dalam dakwah politik yang harus dipenuhi. *Pertama*: kejujuran dan kebenaran, dakwah politik harus didasari pada kebenaran dan tidak boleh menyebarkan informasi yang menyesatkan atau hoaks untuk kepentingan politik tertentu. Penggunaan data yang akurat dan argumentasi yang berbasis fakta sangat penting untuk menghindari propaganda dan manipulasi publik yang tidak bertanggungjawab. *Kedua*: menghindari ujaran kebencian dan polarisi karena politik seringkali memicu perbedaan pendapat, akan tetapi dakwah politik tidak seharusnya memperuncing di masyarakat. Pendekatan yang inklusif dan menghargai perbedaan harus diutamakan dari pada retorika yang memicu permusuhan dan segregasi sosial. *Ketiga*: menjaga netralitas tempat ibadah. Tempat ibadah memiliki peran suci dalam kehidupan beragama dan sebaiknya tidak dijadikan arena kampanye politik praktis. Penyampaian dakwah politik harus tetap dalam koridor nilai-nilai universal seperti keadilan, kejujuran, dan kesejahteraan sosial, bukan ajakan untuk mendukung kandidat atau partai tertentu. *Keempat*: Mengedepankan dialog dan pendidikan politik. Dakwah politik yang baik seharusnya membuka ruang dialog dan diskusi yang sehat, bukan sekadar memobilisasi massa untuk kepentingan politik tertentu. Pendidikan politik berbasis nilai-nilai agama dapat membantu masyarakat memahami hak dan kewajibannya sebagai warga negara tanpa kehilangan independensi berpikir. *Kelima*: menolak politik uang dan eksploitasi agama. Salah satu tantangan utama dalam dakwah politik adalah penggunaan agama sebagai alat untuk mendapatkan dukungan politik tanpa mempertimbangkan esensi ajaran agama itu sendiri. Politisasi agama, seperti menjanjikan surga atau ancaman dosa untuk kepentingan politik, adalah bentuk manipulasi yang melanggar etika dakwah.

Dalam kontek ini, agama seringkali dimanfaatkan untuk membangun loyalitas politik dengan cara yang tidak selalu sejalan dengan nilai-nilai etika dakwah yang sebenarnya. Politisasi terjadi ketika simbol, ajaran dan figur keagamaan digunakan untuk mendukung agenda politik tentu tanpa mempertimbangkan esensi ajaran agama itu sendiri (Esposito *et al.*, 2016). Bentuk manipulasi

ini dapat berupa klaim bahwa memilih kandidat tertentu adalah kewajiban religius, janji-janji surgawi bagi pemilih yang mendukung suatu pihak, atau ancaman dosa dan hukuman bagi mereka yang memilih lawan politik. Praktik seperti ini tidak hanya merusak integritas dakwah, tetapi juga dapat memecah belah masyarakat dengan memunculkan narasi kami versus mereka, yang berbasis pada perbedaan kepercayaan atau tafsir keagamaan.

Oleh karena itu penting untuk kita ketahui bahwa politisasi agama dalam dakwah politik diantaranya. 1). Meningkatnya polarisasi sosial. Ketika agama dijadikan alat politik, masyarakat cenderung terbagi kedalam kelompok-kelompok yang saling bersebrangan berdasarkan identitas keagamaan mereka. Hal ini dapat memperburuk hubungan antar umat beragama maupun antar mazahab di dalam satu agama. 2). Mengaburkan isu substansi dalam politik. Para pemilih sering sekali fokus pada sentimen agama dari pada nilai kualitas kepemimpinan, kebijakan, dan rekam jejak kandidat. Hal ini mengalihkan perhatian diskusi dari program kerja yang akan lebih relevan dengan kepentingan kesejahteraan rakyat. 3). Melemahkan otoritas moral pembuka agama. Ketika tokoh agama terlibat dalam politik praktis dengan mendukung satu pihak secara berlebihan, kredibilitas mereka sebagai pembimbing moralitas masyarakat bisa dipertanyakan. Dakwah yang sebelumnya bertujuan untuk menyampaikan nilai-nilai universal agama bisa berubah menjadi sekadar alat kampanye politik. 4). Meningkatnya potensi berita hoaks dan propaganda. Politisasi agama sering kali melibatkan penyebaran narasi berbasis hoaks atau propaganda untuk membangun citra baik atau buruk terhadap kelompok tertentu. Hoaks berbasis agama bisa menjadi alat yang sangat efektif untuk mempengaruhi opini publik dengan cara yang tidak etis (Gupta, 2004).

D. CONCLUSION

Komunikasi politik Islam NU Kabupaten Bungo di era digital memiliki peran penting dalam membentuk opini publik dan dinamika politik umat Islam. Dengan strategi yang tepat, media digital dapat menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan nilai-nilai Islam dalam ranah politik. Namun, tantangan seperti hoaks, polarisasi, dan etika dakwah politik harus diatasi

agar komunikasi politik Islam tetap berkontribusi positif bagi masyarakat, khususnya masyarakat di Kabupaten Bungo.

E. SPECIAL THANK YOU

Terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada Bapak Ketua PC NU Kabupaten Bungo yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjawab pertanyaan yang kami ajukan. Kami sangat menghargai kesempatan ini dan mengapresiasi pandangan serta informasi berharga yang telah disampaikan. Semoga ini dapat memberikan manfaat yang luas bagi pembaca dan masyarakat. Salam Takzim kami.

F. REFERENCE

- Castells, Manuel. *The Rise of the Network Society Volume 1 With a New Preface. Book The Rise of the Network Society, Volume 1, With a New Preface*. Vol. 1, 2009.
- Gillespie, Tarleton. *Custodians of the Internet. Custodians of the Internet*, 2019.
- Gupta, R. “Public Islam and the Common Good.” *CWL Publishing Enterprises, Inc., Madison* 2004, no. May (2004): 352. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/cbdv.200490137/abstr> act.
- Howard, Philip N., and Bence Kollanyi. “Bots, #Strongerin, and #Brexit: Computational Propaganda During the UK-EU Referendum.” *SSRN Electronic Journal* (2017).
- Howard, Philip N., and Muzammil M. Hussain. “Digital Media and the Arab Spring.” *Democracy’s Fourth Wave?*, no. December 2010 (2013): 17–34.
- Hefner, Robert W. “Whatever Happened to Civil Islam? Islam and Democratisation in Indonesia, 20 Years On.” *Asian Studies Review* 43, no. 3 (2019): 375–396.
- Istiqomah, and Hamzanwadi. “Transformasi Dakwah Digital: Budaya Dan Metodologi Perubahan Komunikasi Islami Di Era Digital.” *Ulul Albab Jurnal Dakwah & Sosial Keagamaan* 1, no. 1 (2024): 38–50.

- Lingel, Jessa. *The Gentrification of the Internet. The Gentrification of the Internet*, 2021.
- Messner, Dirk. "The Network Society." *The Network Society* (2013).
- Matusitz, Jonathan. *Communication in Global Jihad. Communication in Global Jihad*. Routledge, 2020.
- Morozov, Evgeny. "The Net Delusion The Net Delusion What Comes After Internet Utopia?," no. June (2012).
- Mandaville, Peter., *Global Political Islam*, 2016.
- M, Ribble. *Digital Citizenship in Schols: Nine Elements All Students Should Know. Ist.* (2011): 16-17
- Pariser, Eli. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You (Kindle-Edition).*, 2011. <http://www.amazon.de/dp/1594203008>.
- POMPEU CASANOVAS; GIOVANNI SARTOR. *Resistance , Liberation Technology and Human Rights in the Digital Age Law , Governance and Technology Series*, n.d.
- Pennycook, Gordon, Adam Bear, Evan T. Collins, and David G. Rand. "The Implied Truth Effect: Attaching Warnings to a Subset of Fake News Headlines Increases Perceived Accuracy of Headlines without Warnings." *Management Science* 66, no. 11 (2020): 4944–4957.
- Syarif, M. (2021). *Politik Islam dan Media Baru: Studi Kasus di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Islam.
- Schlesinger, Traci. "Attenuating Disparities Through Four Areas of Change: Universal Release, Reimagined Policing, Eliminated Prior Records, and Funded Public Defenders." *Criminology and Public Policy* 14, no. 2 (2015): 233–246.
- Sunstein, Cass R. "A Prison of Our Own Design: Divided Democracy in the Age of Social Media" (2017): 1–3. <http://www.democraticaudit.com>.
- Sonn, Tamara, and John O Voll. "Islam and Democracy after the Arab Spring" (2015): 14–15.
- Siegel, Sergey Sanovich, Denis Stukal, and Brendan Nyhan. "Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A

- Review of the Scientific Literature.” *SSRN Electronic Journal*, no. March (2018).
- Thompson, T. *The Routledge Handbook_kap16.Pdf. Routledge Handbook of Interpreting*, 2015.
- Tandoc, Edson C., Zheng Wei Lim, and Richard Ling. “Defining ‘Fake News’: A Typology of Scholarly Definitions.” *Digital Journalism* 6, no. 2 (2018): 137–153. <http://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>.
- Tucker, Joshua, Andrew Guess, Pablo Barbera, Cristian Vaccari, Alexandra
- Vosoughi, Soroush, Deb Roy, and Sinan Aral. “News On-Line.” *Science* 1151, no. March (2018): 1146–1151.
- Wardle, Claire, and Hossein Derakhshan. “Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework.” *council of Europe* (2017). <https://shorensteincenter.org/information-disorder-framework-for-research-and-policy-making/>.
- Yustisia, Nuzula. “© 2008 Perpustakaan Digital UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta” (2008): 102.
- Zaid, Bouziane, Jana Fedtke, Don Donghee Shin, Abdelmalek El Kadoussi, and Mohammed Ibahrine. “Digital Islam and Muslim Millennials: How Social Media Influencers Reimagine Religious Authority and Islamic Practices.” *Religions* 13, no. 4 (2022).
- Zuboff, Shoshana. “The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power.” *Yale Law Journal* 129, no. 5 (2020): 1460–1515.