

Anak Muda dan Media: Dakwah Sheikh Assim di Media Sosial Sebagai Basis Transmisi Salafisme di Indonesia

Mohammad Fattahun Ni'am

Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga. Jl. Laksda Adisucipto, Papringan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Email: fattah.niamboho@gmail.com

Abstrak

Kelompok Salafi walau dikenal beraliran tradisional-konservatif dengan jargonnya kembali pada Qur'an dan Sunnah, namun pada kenyataannya mereka dapat memanfaatkan teknologi informasi dengan maksimal untuk berdakwah. Tulisan ini membahas mengenai adanya gaya baru dakwah Salafi yang dilakukan oleh Sheikh Assim al-Hakeem. Ia merupakan seorang da'i asal Saudi yang dengan cepat mendapatkan popularitas di kalangan anak muda Indonesia melalui media sosial. Tulisan ini menganalisis cara dakwah yang disampaikan oleh Sheikh Assim yang banyak menarik simpati anak muda. Dengan menggunakan metode netnografi yang dicetuskan oleh Kozinets dengan 12 tahapan metodologis, penulis mengelaborasi dan menganalisis data secara virtual. Selain itu untuk mendapatkan data yang lebih komperhensif penulis juga melakukan wawancara lapangan kepada peserta kajian Sheikh Assim ketika berdakwah di Indonesia. Penelitian ini menyuguhkan pertanyaan apa motivasi anak muda tertarik dengan kajian Salafi Sheikh Assim dan mengapa banyak diminati. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan dakwah yang menggabungkan doktrin Salafi dengan gaya komunikasi jenaka dapat menarik minat anak muda Indonesia, terutama mereka yang kurang memiliki pemahaman matang tentang agama. Popularitas Sheikh Assim sebagai da'i viral di media sosial dengan gaya komunikasi santai menjadi faktor utama yang mendorong ia banyak disukai anak muda baik di media sosial maupun di kajian dakwahnya secara langsung.

Kata Kunci: media sosial, jenaka, Sheikh Assim, salafi, anak muda

Abstract

Although the Salafi group is known for its traditional-conservative stance, emphasizing a return to the Qur'an and Sunnah, they have effectively utilized information technology for preaching activities. This article discusses the new style of Salafi preaching carried out by Sheikh Assim al-Hakeem. Sheikh Assim, a da'i from Saudi Arabia, quickly gained popularity among Indonesian youth through social media. This paper analyzes Sheikh Assim's preaching methods that have attracted significant sympathy from young people. Using the ethnography method developed by Kozinets, which includes 12 methodological stages, the author elaborates and analyzes data virtually. Additionally, to obtain more comprehensive data, the author also conducted field interviews with participants of Sheikh Assim's lectures during his preaching tours in Indonesia. This research addresses the questions of what motivates young people to be interested in Sheikh Assim's Salafi studies and why they are widely favored. The results show that a preaching approach that combines Salafi doctrine with a humorous communication style can attract the interest of Indonesian youth, particularly those with a less mature knowledge of religion. Sheikh Assim's popularity as a viral da'i on social media, with his relaxed communication style, is a primary factor that makes him well-liked by young people both on social media and in his direct preaching sessions.

Keywords: social media, witty, Sheikh Assim, salafi, youth

* Naskah diterima April 2024, direvisi Mei 2024, dan disetujui untuk diterbitkan Juni 2024

<https://doi.org/10.47655/dialog.v47i1.932>

Dialog, 47 (1), 2024, 131-147

<https://jurnaldialog.kemenag.go.id>, p-ISSN: 0126-396X, e-ISSN: 2715-6230

This is open access article under CC BY-NC-SA-License

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

Pendahuluan

Dunia Islam bukanlah sebuah entitas monolitik, melainkan kumpulan dari beragam budaya, sejarah, dan pengalaman yang membentuk cara orang mempraktikkan dan memahami iman mereka (Baker, 2015). Akulturasi budaya kemudian terbentuk setelah bersinggungan dengan ajaran agama khususnya Islam. Adanya hal ini kemudian menjadi motivasi bagi kelompok salafi yang meyakini hal tersebut bid'ah dan sesat sehingga harus diluruskan kembali (Lauzière, 2016). Hal tersebut mengakibatkan munculnya gerakan purifikasi Islam hingga gelombangnya sampai di Indonesia.

Sepanjang abad ke-20, Salafi tumbuh menjadi gerakan keagamaan global yang terus berdinamika hingga kini. Varian-varian Salafi kemudian muncul sebagai respons tantangan zaman. Post-Salafi adalah salah satu contoh variannya. Istilah Post-Salafi digunakan untuk menunjukkan bahwa pertama, adanya fragmentasi otoritas keagamaan Salafi. Kedua, munculnya aliansi Salafi dengan kelompok-kelompok Muslim lainnya yang menantang konsepsi Salafi mengenai superioritas doktrinal. Ketiga, pelunakan retorika sektarian Salafi sebagai cara untuk menjauhkan diri dari kelompok-kelompok militan.

Post-Salafi juga merujuk pada perdebatan di kalangan Salafi, yang mencerminkan adanya kontradiksi doktrin internal. Sejak berdirinya Arab Saudi pada tahun 1932, kerajaan ini telah memainkan peran yang unik dalam mempromosikan, mendanai, dan membangun jaringan kelembagaan Salafi global. Oleh karena itu, transformasi Salafi Saudi, yang diakibatkan oleh perubahan kebijakan pemerintah, tekanan publik, dan revisionisme internal, akan mempengaruhi Salafi secara global, yang menunjukkan momen transformatif dalam pemikiran keagamaan dan struktur otoritas Muslim (Sinani, 2022).

Di era digital yang semakin berkembang pesat, dinamika dalam penyebaran ajaran agama mengalami perubahan yang signifikan. Media sosial, sebagai platform komunikasi yang kuat dan meluas, telah mengubah cara umat beragama memperoleh, memahami, dan

mempraktikkan keyakinan mereka (Bunt, 2003). Khususnya di Indonesia, negara dengan populasi Muslim yang besar, dinamika ini terlihat sangat jelas dalam konteks Islam. Tulisan ini menguraikan peran penting media sosial sebagai sarana penyebaran pesan agama dan bagaimana media tersebut menjadi basis transmisi dari Salafisme. Juga menjawab pertanyaan mengenai motivasi anak muda tertarik dengan kajian salafi Sheikh Assim al-Hakeem dan mengapa banyak diminati.

Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi fenomena televangelisme Islam di Indonesia, dengan fokus pada bagaimana media sosial menjadi basis transmisi dan otoritas post-Salafisme. Penulis mencoba memandang lebih dekat praktik dakwah model baru dalam aliran Salafi, yang mengusung konsep baru dalam penyampaian. Salah satu tokoh yang akan menjadi fokus perbincangan adalah Sheikh Assim al-Hakeem, seorang penceramah Salafi yang berafiliasi dengan Peace TV, saluran televisi internasional yang dikelola oleh Zakir Naik.

Penelitian secara spesifik mengenai Sheikh Assim al-Hakeem belum banyak ditemukan namun terdapat beberapa penelitian mengenai salafi dalam ruang media dan anak muda seperti tulisan berjudul *The rise of urban Salafism in Indonesia: The social-media and pop culture of new Indonesian Islamic youth* (Aidulsyah, 2023), *Branding Salafism: Salafi Missionaries as Social Media Influencers* (Sorgenfrei, 2021), dan *Salafi Da'wah Among Hijra Celebrities* (Dewi & Fata, 2023) yang ditulis oleh Okki Setiana Dewi yang juga seorang selebriti. Tulisan-tulisan tersebut turut meramaikan kajian salafi dan media baru. Namun dengan adanya model dakwah baru salafi Sheikh Assim, maka dalam hal ini sangat menarik untuk dikaji lebih lanjut.

Sheikh Assim al-Hakeem menciptakan sensasi di media sosial dengan pendekatan baru yang mencakup unsur humor dan jenaka dalam menyampaikan pesan-pesan agama. Popularitasnya merambat begitu cepat sehingga menarik perhatian utamanya dari anak muda.

Metode Penelitian

Studi ini menggunakan metode analisis

netnografi sesuai dengan kerangka yang diusulkan oleh Robert V. Kozinets dalam karyanya yang berjudul *Netnography Redefined*. Netnografi merupakan teknik riset yang menitikberatkan pada pengumpulan, analisis, dan representasi data dari berbagai sumber online, khususnya data yang tersebar secara luas di internet. Pendekatan ini difokuskan pada pemahaman interaksi sosial dan pengalaman dalam konteks jaringan online. Netnografi membedakan dirinya dari pendekatan lain seperti etnografi digital atau antropologi digital dengan menitikberatkan pada analisis sejumlah besar data internet. Netnografi berisi rangkaian praktik riset khusus yang bertujuan untuk menggali struktur sosial, institusi, dan aspek budaya yang termanifestasikan secara online. Netnografi telah menjadi subjek penelitian interdisipliner yang signifikan, menginvestigasi perkembangan dan dinamika komunitas online serta peran teknologi dalam membentuk interaksi sosial (Kozinets, 2015).

Menurut Kozinets dalam penelitian netnografi terdapat 12 langkah yakni: 1) Refleksi pribadi: Penulis mengintrospeksi peran dirinya dalam proyek riset dan kehidupan personalnya. 2) Pemilihan topik: Penulis merumuskan pertanyaan penelitian netnografi berdasarkan studi situs, topik, atau individu yang relevan. 3) Etika penelitian: Penulis mempertimbangkan aspek etika sejak tahap awal proyek. 4) Pengidentifikasian subjek: Penulis menemukan dan melakukan wawancara awal dengan individu atau situs untuk memperoleh pemahaman tentang interaksi sosial online. 5) Seleksi platform: Evaluasi dan pemilihan platform yang tepat untuk mendukung tujuan penelitian. 6) Rencana partisipasi: Penulis merencanakan tingkat partisipasi dalam interaksi sosial online. 7) Penggalan data: Penulis terus-menerus memperdalam pemahaman terhadap data yang dikumpulkan. 8) Pengumpulan informasi: Data dikumpulkan dari berbagai sumber yang relevan. 9) Analisis interpretatif: Data dianalisis secara cermat menggunakan berbagai metode interpretasi. 10) Proses iteratif: Riset dilakukan secara berulang, dengan peneliti terus mencari pemahaman dan jawaban yang lebih dalam. 11) Ekspresi hasil:

Hasil netnografi direpresentasikan dalam berbagai bentuk yang sesuai. 12) Integrasi hasil: Temuan penelitian diintegrasikan ke dalam diskusi dan rekomendasi tindakan selanjutnya (Kozinets, 2015).

Dalam penelitian ini penulis mengedepankan objektifitas penelitian sebagai seorang *outsider*. Kemudian selanjutnya merumuskan topik pembahasan penelitian terkait dengan fenomena dakwah Salafi Sheikh Assim al-Hakeem dan popularitasnya di kalangan anak muda Indonesia, juga dakwahnya melalui media sosial. Selanjutnya melakukan wawancara dengan individu yang mengikuti kajian Sheikh Assim al-Hakeem di media sosial dan yang hadir secara langsung di kajiannya, untuk mendapatkan pemahaman tentang interaksi sosial. Untuk menjaga etika penelitian, peneliti merahasiakan identitas informan yang memberikan data penelitian baik informan *online* maupun peserta kajian Sheikh Assim. Selain itu penulis juga mengevaluasi dan memilih platform media sosial yang relevan (dalam penelitian ini penulis menganalisis pada *platform* Instagram) yang digunakan oleh Sheikh Assim al-Hakeem dan para pengikutnya untuk mendukung tujuan penelitian. Penulis kemudian memperdalam pemahaman terhadap data yang dikumpulkan dari berbagai *platform* media sosial, dengan fokus pada interaksi dan respons pengguna terhadap konten Sheikh Assim al-Hakeem. Setelah itu penulis mengumpulkan data dari berbagai sumber yang relevan, termasuk komentar, pesan, postingan, dan video yang berhubungan dengan dakwah Sheikh Assim al-Hakeem, serta wawancara dengan peserta kajian. Data kemudian dianalisis secara cermat menggunakan metode interpretasi kualitatif untuk memahami motivasi dan respon jamaah terhadap dakwah Sheikh Assim al-Hakeem, serta untuk mengidentifikasi pola-pola interaksi sosial dan budaya yang muncul. Riset dilakukan secara berulang, dengan peneliti terus mencari pemahaman secara komperhensif melalui siklus pengumpulan dan analisis data, serta refleksi terhadap temuan.

Hasil dan Pembahasan Dinamika Salafisme di Indonesia

Gerakan salafi mulai muncul di Indonesia pada kurun tahun 1980-an. Gerakan ini mulai masuk di Indonesia berkaitan dengan perkembangan gerakan-gerakan Islam di Timur Tengah. Dengan mengusung ide yang disandarkan pada diskursus salaf, salafisme menyebar dengan wacana purifikasi Islam (Hidayat, 2012). Salafi sendiri sering juga disebut sebagai Wahabi yang merujuk pada gerakan reformasi agama yang terkait dengan ajaran Muhammad ibn Abd al-Wahhab (1703-1792). Dia dan para pengikutnya percaya bahwa mereka memiliki kewajiban untuk menyebarkan seruan dakwah sebagai upaya pemurnian tauhid. Oleh karena itu, para pengikut gerakan ini berpendapat bahwa 'Wahabisme' adalah sebutan yang keliru bagi upaya mereka untuk menghidupkan kembali kepercayaan dan praktik Islam yang benar. Dari pada menggunakan label Wahabi, mereka lebih memilih istilah salafi, yakni istilah untuk orang yang mengikuti pendahulu Muslim pertama (salaf), atau muwahhid, yakni orang yang mengakui keesaan Tuhan. Di sisi lain, kelompok ini sering dianggap sebagai gerakan sektarian yang menyimpang (Commins, 2006).

Salafisme dalam dinamikanya telah melampaui batas geografi dan telah menyebar di seluruh dunia. Hal ini tak lain karena dukungan besar dari pihak kerajaan Saudi. Sebagai tempat lahirnya Islam dan rumah bagi situs-situs paling suci, Saudi Arabia merasa memiliki kewajiban untuk mempromosikan Islam versi Salafi, yang juga dikenal sebagai "Wahabi", ke tingkat global (Mandaville, 2022).

Dalam konteks Indonesia lengsernya pemerintahan otoriter Suharto pada Mei 1998 merupakan kekuatan pendorong terpenting bagi perkembangan Salafi Indonesia. Penyerangan gedung pencakar langit World Trade Center pada 11 September 2001 menginspirasi sekelompok pemuda dengan atribut celana di atas mata kaki (non-isbal), janggut (*lihya'*), jubah panjang (*jabiyyah*), untuk melakukan hal serupa. Aksi-aksi serupa kemudian terjadi di Indonesia seperti Bom Bali I (2001), Bom JW Marriott dan Ritz-Carlton

(2003), Bom Kedubes Australia (2004) dan Bom Bali II (2005) (Sidel, 2006).

Di bawah kepemimpinan Ja'far Umar Thalib, kelompok Salafi aktif berpolitik dengan mendirikan Forum Komunikasi Ahlus Sunnah wal Jama'ah (FKAWJ) yang terkenal dengan laskar jihadnya pada bulan Februari 1999. Setelah itu, mereka mengeluarkan resolusi untuk menyerukan kepada umat Islam Indonesia untuk berjihad di Maluku, sebuah provinsi di bagian timur Indonesia yang telah dilanda konflik komunal sejak awal tahun 1999. Seruan ini dilegitimasi oleh fatwa-fatwa yang diberikan oleh sejumlah ulama Salafi terkemuka di Timur Tengah. Kemudian pada tanggal 6 April 2000, mereka berkumpul di Stadion Utama Senayan, Jakarta, untuk menyatakan tekad mereka untuk berjihad. Di bawah naungan Laskar Jihad, ribuan orang mendaftar untuk maju ke garis depan untuk berperang melawan orang-orang Kristen (Noorhaidi Hasan, 2013).

Perkembangan Salafisme Indonesia pasca Laskar Jihad menunjukkan bahwa gerakan Salafi telah kembali ke bentuk apolitis. Keengganan mereka untuk memasuki arena politik yang sebenarnya tidak hanya terkait dengan pengalaman traumatis Laskar Jihad, tetapi juga memiliki alasan teologis. Kaum Salafi percaya bahwa dakwah melalui politik praktis adalah pendekatan baru yang tidak memiliki landasan hukum dalam sumber-sumber Islam (Al-Qur'an dan Sunnah Nabi). Menurut mereka, semua cara baru dalam beragama adalah bid'ah (Wahid, 2017).

Berkembangnya kaum Salafi terkait erat dengan meningkatnya pengaruh Arab Saudi dalam politik global dunia Muslim (Hasan, 2006). Untuk menyebarkan pengaruhnya, Arab Saudi mendesak *Rabitat al- Alam al-Islami* untuk bertindak sebagai agen filantropi dalam pendistribusian uang secara umum untuk pembangunan masjid, sekolah Islam, dan fasilitas sosial, serta mendanai kegiatan da'wah untuk organisasi-organisasi Islam di seluruh dunia (Kepel, 2021).

Kini dengan berubahnya kebijakan politik Saudi oleh putera mahkota Muhammad bin Salman yang lebih memfokuskan pendanaan

untuk keperluan ekonomi. Maka lembaga-lembaga salafi terpaksa harus mencari sumber pendanaan lain. MBS yang mulai meninggalkan ajaran salafi-wahabi tentu akan berdampak pada perkembangan salafi di Indonesia dengan berkurangnya aliran dana dari Timur Tengah. MbS adalah seorang pragmatis, hanya ada sedikit faktor yang menunjukkan bahwa ia memiliki motivasi ideologis untuk berinvestasi dalam ekspor Wahabi. Karakter konservatif salafi malah akan menghambat kebijakan ekonominya dan berpotensi pada gagalnya Visi Saudi 2030 (Mandaville, 2022).

Lain dari pada itu pasar salafi di Indonesia tetap besar mengingat Indonesia merupakan negara dengan penduduk Muslim yang sangat besar. Berkembangnya ideologi tersebut akan terus melaju. Salah satu tantangan yang dihadapi oleh Salafi di Indonesia adalah persepsi dan *stereotype* negatif yang seringkali disematkan dengan gerakan ini. Beberapa orang menganggap Salafi sebagai gerakan yang eksklusif, kaku, atau bahkan radikal. Hal ini dapat menghambat integrasi dan hubungan yang harmonis antara Salafi dengan kelompok-kelompok lain dalam masyarakat.

Dengan tantangan zaman yang semakin kompleks dan faktor-faktor lain seperti faktor politis, maka kemudian munculah evolusi baru salafisme yang dapat disebut juga post-salafisme. Post-Salafisme secara intrinsik mencerminkan konsep post-Islamisme. Seperti yang dikatakan oleh Asef Bayat, post-Islamisme menggambarkan kondisi di mana gerakan Islamisme, setelah melalui tahap awal percobaannya, terdorong oleh kontradiksi internal dan tekanan masyarakat untuk beradaptasi dan menemukan bentuk baru yang lebih sesuai dengan konteks sosial-politik kontemporer (Bayat, 2013). Begitu juga beralihnya Salafi ke Post-Salafi diakibatkan oleh gerakan Salafi juga dihadapkan pada tuntutan untuk beradaptasi dengan dinamika sosial, politik, dan budaya.

Doktrin Utama Salafi

Doktrin Salafi secara ketat menekankan kesatuan Tuhan (tauhid), pemeliharaan kemurnian ajaran (akidah), serta ketaatan total

pada hukum dan aturan Tuhan. Penekanan tauhid menyiratkan pandangan bahwa Allah adalah satu-satunya pembuat hukum yang sah. Dengan demikian, adalah kewajiban setiap Muslim untuk mengikuti Syariat sepenuhnya. Sebagai perpanjangan dari keyakinan ini, Salafisme memproyeksikan perbedaan biner antara orang beriman dan orang kafir (*kuffar*), dan Muslim yang saleh dan tradisi lainnya (Ranstorp et al., 2022).

Salafi beranggapan bahwa Islam membedakan dunia dalam *Dâr al-Islâm* dengan *Dâr al-Harb*; antara masyarakat yang baik dan saleh dengan masyarakat yang jahat dan najis; dalam *Dâr al-Wilâyah* dengan *Dâr al-Kufr*. *Halâl* melawan *Harâm*, *al-Ma'rûf* melawan *al-Munkar*, yang hak melawan yang batil, yang saleh melawan yang fasik, dan Surga atau Neraka. Di situlah doktrin *al-Walâ' wal-Barâ'* salafi beroperasi. Anggapan segala sesuatu dalam Islam begitu sempurna, maka jelaslah bahwa segala sesuatu di luar Islam adalah najis dan dari sana diferensiasi etnosentris Islam muncul. *al-Walâ' wal-Barâ'* berarti kesetiaan total terhadap Islam serta permusuhan total terhadap yang lain. Hal ini menurut mereka telah menjadi salah satu fondasi utama Islam dan secara langsung mewakili *Imân* (Bukay, 2016).

Islam menurut Salafi dianggap sebagai agama yang bersifat misionaris, sebuah agama yang terus berkembang dan tidak memiliki batas-batas wilayah dan batas-batas politik. Islam dimaksudkan untuk menjadi agama hegemonik universal bagi seluruh umat manusia, melalui kekuatan Jihad dan melalui penyebaran dakwah. Karena Islam merupakan satu bangsa (*Ummah*), baik secara agama maupun politik, maka semua orang kafir juga merupakan satu bangsa yang bersatu (*Millah*), yang kepentingannya berlawanan dan bersaing dalam kepentingan umat Islam (*al-Kuffâr Millatun Wâhidah*) (Bukay, 2016).

Di tengah keputusan dengan realitas sosial, mereka kemudian membangun *wall of virtue* sebagai bentuk kekecewaan karena tereliminasi dan termarjinalisasi. Dengan demikian maka terbentuklah ruang baru yang menjadikannya sebagai *hero* di tengah *open society*. Batas demarkasi yang mereka bangun tersebut

memisahkan antara *darul kufr* yang dianggap najis dan penuh kedurhakaan dan *darul Islam* yang dianggap suci.

Tak hanya itu yang paling terkenal adalah mereka memiliki jargon kembali ke sunnah. Beberapa kaum modernis beranggapan seruan untuk kembali kepada Al-Qur'an dan hadits merupakan sesuatu yang bermasalah, jika bukan menyesatkan. Padahal prinsip-prinsip Islam mendukung fleksibilitas dan penyesuaian agar sesuai dengan kebutuhan waktu (Lindsey et al., 2023).

Meskipun sering dianggap konservatif, kaum salafi menganggap diri mereka sebagai pembaharu. Salafisme digunakan untuk menggambarkan berbagai macam organisasi, mulai dari kelompok yang berkomitmen untuk berdakwah dan berpartisipasi secara damai dalam politik elektoral hingga mereka yang percaya bahwa jihad dengan kekerasan adalah satu-satunya cara bagi umat Islam untuk melindungi diri mereka sendiri dan mencapai tujuan mereka. Gerakan ini mencakup gerakan-gerakan yang beragam seperti Wahabisme kemudian yang paling ekstrem seperti al-Qaeda yang merupakan bentuk sintesis antara doktrin Ikhwanul Muslimin Mesir dan Salafi Wahabi. Dalam kasus kelompok-kelompok radikal di Indonesia, pengaruh pemikiran Ikhwanul Muslimin dan Wahabi sangat terasa (Fealy, 2004).

Anak Muda dan Gerakan Hijrah Kontemporer

Fenomena Hijrah sudah menjangkiti kawasan perkotaan di Indonesia sejak tahun 1980-an. Fenomena sosial "religiusisasi" pada masa itu tidak terlepas dari meluasnya berbagai gerakan Islam transnasional dari negara lain. Di antara gerakan tersebut salah satunya adalah Salafi Wahabi. Di Indonesia, penyebaran ideologi transnasional tersebut terjadi secara masif. Fenomena ini biasanya terbentur setelah kembalinya mahasiswa Indonesia yang menuntut ilmu di Timur Tengah, khususnya Salafi (Addini, 2019).

Anak muda sebagai pewaris generasi sangat penting bagi sosialitas dan lingkungan di masa depan. Di tengah meningkatnya

ketidakpastian sosial pada dekade awal abad ke-21, mereka telah menjadi fokus perhatian dunia. Perhatian ini semakin meningkat terhadap anak muda Muslim dalam periode ketika kekhawatiran terhadap Islam disorot di Barat dan ketegangan serta konflik berbasis agama berkembang terutama di beberapa bagian di Dunia (Andrabi, 2022). Wacana identitas anak muda diproduksi melalui jalinan yang kompleks antara yang lokal dan global, serta yang historis dan kontemporer.

Anak muda Muslim menghadapi serangkaian tantangan yang unik terkait dengan identitas budaya dan akulturasi. Karena diskriminasi yang dirasakan dan masalah identitas yang sering terjadi, mereka sering dianggap berisiko mengalami radikalisisasi (Robinson & Gardee, 2022).

Generasi muda Muslim menjalankan tradisi Islam dengan cara yang kompleks untuk membentuk perilaku sosial mereka, melalui pendekatan terhadap berbagai topik seperti konsumerisme, pendidikan, dan identitas (Barylo, 2018). Para anak muda dihadapkan pada realitas yang kompleks dengan tekanan pengaruh di berbagai arah. Sebagai generasi transmisi menuju kedewasaan mereka sangat rentan dipengaruhi.

Terjadinya radikalisisasi pemuda Muslim merupakan hasil dari kepanikan moral dalam konteks yang dipertajam oleh kurangnya peluang sosial-ekonomi (Hassan, 2010). Terdapat juga Faktor-faktor risiko agama termasuk: gerakan salafi/ wahabi, tokoh-tokoh Muslim radikal, dan justifikasi jihad ekstrim. Pandangan bahwa umat Muslim secara luas diperlakukan tidak adil, baik di dalam negeri maupun secara internasional, juga meningkatkan risiko radikalisisasi (Rahimullah et al., 2013).

Veldhius dan Staun mengusulkan tiga tingkat penyebab radikalisisasi yakni: makro, mikro-sosial, dan mikro-individual. Pada tingkat makro, faktor-faktornya meliputi hubungan internasional, kemiskinan, dan globalisasi/modernisasi. Pada tingkat mikro-sosial, isu-isu yang muncul meliputi identitas sosial, interaksi sosial, dan proses kelompok. Pada tingkat mikro-individu, ada rasa

kekurangan relatif, yakni merasakan kebutuhan yang besar akan pengakuan yang signifikan (Veldhuis & Staun, 2009).

Pam Nilan dalam bukunya mengatakan bahwa terdapat dua faktor radikalisasi yakni psikologis dan sosial. Ketidakberuntungan sosial-ekonomi, intoleransi, dan marjinalitas mempengaruhi lebih banyak pemuda Muslim untuk mendukung ekstrimisme. Mereka kemudian mencari wadah identitas baru atau kelompok yang dapat menampung mereka (Nilan, 2017). Di lain itu Ihsan Yimaz mengatakan jika perampasan sosial-ekonomi dan politik tidak disertai dengan perampasan teologis, radikalisasi anak muda Muslim sangat kecil kemungkinannya (Ahmad & Seddon, 2012).

Sebagai generasi yang sedang mencari jati diri banyak juga anak muda Muslim memilih sendiri bagian mana dari Islam yang ingin mereka pertahankan dan mana yang ingin mereka tinggalkan (Haddad, 2002). Sementara itu Ideologi Salafi menawarkan kepada anak muda sebuah kerangka kerja untuk mengartikulasikan ketidakadilan dan pada saat yang sama memberikan mimpi tentang kejayaan di masa depan. Karakter milenial ideologi Salafi ini bahkan berfungsi sebagai panji-panji pemberontakan terhadap kelas penguasa, terutama di kalangan anak muda yang merasa frustrasi dengan keadaan di sekitarnya. Mereka ingin dilihat sebagai orang yang berkuasa dan mampu melakukan sesuatu untuk memperbaiki seluruh situasi di sekitar kehidupan mereka (Mandaville, 2022).

Dengan beberapa faktor di atas fenomena hijrah anak muda kemudian banyak ditemui dan mendapatkan atensi yang besar. Hijrah seolah menjadi prinsip yang mengatur kehidupan bermasyarakat, sehingga lebih Islami. Misalnya, menghindari berkencan atau berduaan dengan non-mahram. Hingga di Indonesia kemudian membentuk berbagai kelompok seperti gerakan "Indonesia Tanpa Pacaran" atau "Jomblo Sampai Halal (JSH)" (Syahbudi & Ardiansyah, 2021). Gerakan hijrah seperti ini muncul sebagai upaya melawan sekularisme di Indonesia (Sari, 2019). Dengan banyaknya selebriti dan *influencer*

media sosial yang melakukan hijrah mengakibatkan semakin diminatnya gerakan ini (Dewi & Fata, 2023).

Media Sosial Sebagai Episentrum Dakwah Salafi

Jika dahulu komunikasi dakwah terpusat pada pengajian di tempat ibadah maupun madrasah. Kini media sosial telah menjadi tempat baru dalam berdakwah. Seperti diketahui dahulu masjid adalah tempat yang mempersatukan umat Islam dalam persaudaraan yang sangat erat bahkan melampaui darah dan ras mereka (Ahlan, 2022). Masjid sejak dahulu menjadi pusat penyebaran dakwah Islam. Masjid bukan hanya tempat berdo'a tetapi juga tempat yang multifungsi (Salvatore, 2016). Ruang ibadah tersebut menjadi pusat pengembangan berbagai bentuk kehidupan sosial dan keagamaan Islam. Pernikahan, penguburan, khitanan, pengajaran Al-Quran, ziarah, festival keagamaan: semuanya dimulai di masjid, atau setidaknya berhubungan dengan masjid (Cesari, 2006).

Namun, perkembangan teknologi telah mengubah peran tersebut dan menjadikan media sosial pusat dakwah baru. Kesadaran salafi tentang pergeseran tersebut kemudian membuat mereka masif berdakwah lewat media baru. Mereka dalam beberapa tahun terakhir telah berhasil secara menyebarkan wacana Islam lewat platform media seperti Youtube, Instagram, Facebook, dan website (Aidulsyah, 2023).

Kesadaran bahwa media sangatlah penting membuat mereka melakukan investasi besar di ruang media sosial. Wacana di ruang publik kontemporer memang tidak bisa dilepaskan pada wacana yang berkembang di media sosial. Dengan demikian siapa yang menguasai media sosial mereka yang menguasai wacana (Juliansyahzen, 2023).

Oleh karena itu kelompok Salafi yang awalnya berdakwah secara tradisional, kemudian menggunakan radio dan televisi, lalu situs web dan media sosial. Representasi ideologi melalui mediatisasi agama ini meningkatkan jumlah pengikut sehingga mereka dapat mereproduksi formasi sosial

untuk mempertahankan status quo (Sanjaya et al., 2022).

Salafi terbukti telah efektif membranding dirinya sebagai Islam asli dan murni lewat kanal-kanal mediana (Sorgenfrei, 2021). Beberapa penelitian mengungkapkan bahwa aktivitas online kelompok salafi telah berhasil dalam mempromosikan ideologi dan doktrin mereka, serta dalam menentang lawanya seperti Jaringan Islam Liberal dan Syiah (Sunesti et al., 2019). Mereka dengan cepat beradaptasi terhadap kemajuan teknologi. Ketika kelompok lain masih memperdebatkan penggunaan media sosial, kelompok salafi telah selangkah lebih maju (Dewi & Fata, 2023). Dengan gencarnya media sosial ini kemudian muncul konsep agama digital (Becker, 2021).

Sheikh Assim al-Hakeem Sebagai Model Dakwah Salafi Baru : Sebuah Analisis Netnografi

Dengan menggunakan kacamata netnografi, penulis menelusuri pola komunikasi dan interaksi yang terjadi dalam ruang digital Salafi, seperti forum diskusi, grup media sosial, dan platform kajian agama. Dalam konteks ini, keterlibatan anak muda dalam diskusi, reaksi terhadap dakwah Sheikh Assim al-Hakeem, serta bagaimana pesan-pesan agama disebarkan dan diterima, dapat teridentifikasi. Netnografi memungkinkan untuk memahami dinamika interaksi antara pemuda dan dakwah Salafi yang dipromosikan oleh Sheikh Assim al-Hakeem. Observasi perilaku online, komentar, respons, dan diskusi di media sosial, forum, atau platform lain dapat memberikan wawasan tentang bagaimana pesan-pesan agama dipahami, diterima, dan dibagikan di antara komunitas online. Fokus utama adalah pada media Instagram karena ia paling aktif di media tersebut. Penulis juga tak hanya melakukan observasi online akan tetapi juga mengikuti kajiannya secara langsung untuk mendapat data yang lebih valid dan komperhensif.

Sheikh Assim dan Otoritas Virtual

Penyebaran ajaran Islam secara konvensional telah dilakukan melalui masjid dan secara langsung. Berkat kemajuan teknologi

informasi, televangelisme Islam sebagai salah satu bentuk dakwah melalui media saluran televisi menjadi vektor baru bagi transmisi pemikiran Islam. Masyarakat dari berbagai penjuru Indonesia kini dapat mengakses ceramah-ceramah melalui televisi yang disampaikan oleh dai-dai populer, baik laki-laki maupun perempuan (Muzakki, 2012). Tak hanya itu adanya media baru juga mewarnai pola dakwah kepada masyarakat. Ulama sebagai pemegang otoritas agama untuk menjaga eksistensinya harus terus beradaptasi untuk mempertahankan eksistensinya (Ni'am, 2023). Hal ini kemudian dimanfaatkan oleh kelompok salafi sebagai medan da'wah Seperti salah satunya Sheikh Assim al-Hakeem.

Sheikh Assim memiliki nama lengkap Assim bin Luqman al-Hakeem yang lahir pada 23 November 1962 atau 25 Sya'ban 1382 H. Ia merupakan da'i berkewarganegaraan Saudi yang menempuh pendidikan Diploma Tinggi Studi Islam di Ummu al-Qura Makkah pada 1998. Ia merupakan pendakwah yang aktif di media sosial terutama di Instagram dan mengisi banyak pengajian di dalam maupun di luar Saudi dengan Bahasa Arab dan Inggris¹ Sebelumnya ia juga telah menamatkan gelar sarjananya dalam Linguistik dari Universitas King Abdul Azis pada 19.(Rani, 2023)

Berdasarkan pengamatan penulis Sheikh Assim merupakan pendakwah yang aktif di Peace TV besutan da'i salafi asal India Zakir Naik.² Ia telah lama mengisi berbagai kajian mulai tafsir hingga fikih dalam channel tv tersebut. Dalam website resmi dari Peace TV Sheikh Assim al Hakeem masuk dalam jajaran pendakwah yang berafiliasi denganya. Shaikh Assim Al-Hakeem juga berpartisipasi secara teratur dalam mempersiapkan dan menjadi pembawa acara sejumlah program Islam

¹ Informasi ini dapat dilihat di laman resmi Zad Academy <https://zad-academy.com/> pada bagian *الإمام أسامة بن منقذ* (Staf Pengajar). Zad Academy sendiri merupakan sebuah program pendidikan yang menawarkan kursus dalam ilmu syariah dan bahasa Arab, yang dirancang untuk memberikan pengajaran kepada umat Muslim. Program ini tersedia secara online dan melalui saluran televisi ZAD, sehingga memungkinkan peserta untuk belajar dari mana saja.

² Berdasarkan unggahan wawancara yang dilakukan oleh Ahmad Heryawan mantan wakil gubernur Jawa Barat dengan Assim al Hakeem yang diunggah di story Instagram @realmasjid

berbahasa Inggris seperti Tanya Jawab (ASK HUDA), Umdatul Ahkaam, dan Bincang-bincang Pemuda. Ia mengisi program di berbagai saluran TV dan Radio seperti Al Huda, Peace TV, Iqra (dalam bahasa Arab) dan saluran Saudi 2 (*Assim Al Hakeem*, 2018).

Peace TV merupakan stasiun TV yang berbasis di India dan beberapa kali mengalami problem dan diblokir oleh beberapa negara seperti Bangladesh. Stasiun ini merupakan salah satu media Islam yang paling terkenal di seluruh dunia. Saluran televisi satelit Islamnya, Peace TV, diluncurkan pada bulan Oktober 2006 dan disiarkan secara global dari Dubai. Dengan program-program dalam bahasa Inggris dan Hindi/Urdu, saluran ini ditujukan terutama kepada masyarakat Salafi-Muslim Sunni yang mengaku mengikuti ide-ide dan praktik-praktik *al-salaf al-sâlih*. Termasuk juga menganjurkan untuk kembali kepada Al-Quran dan Sunnah dengan menggunakan ijtihad. Pemirsa saluran ini sebagian besar berasal dari India, Pakistan, Bangladesh, dari Timur Tengah, Afrika Selatan, dan Inggris. Pemerintah India melarang saluran ini pada tahun 2012, tetapi saluran ini masih tersedia di beberapa kota melalui operator TV kabel semi formal dan tentu saja melalui internet, melalui situs webnya sendiri dan Youtube (Eisenlohr, 2017).

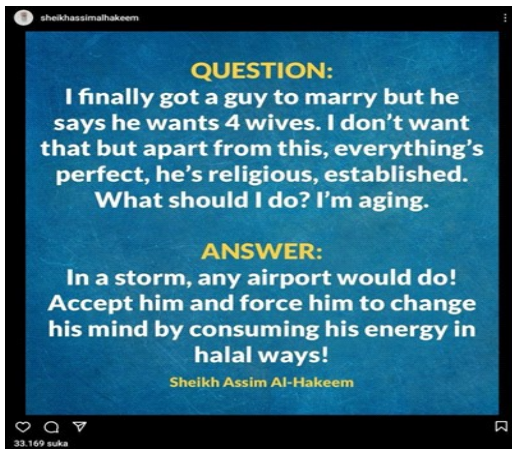
Sebagai salah satu da'i di TV tersebut Sheikh Assim banyak menyampaikan pesan-pesan dan doktrin salafi dalam ceramahnya. Ia juga sangat aktif di media sosial lewat akun pribadinya di Instagram @sheikhasi malhakeem. Namanya kemudian semakin dikenal di penjuru dunia termasuk Indonesia. Hal unik terjadi ketika dalam suatu wawancara ia mengaku berdarah Medan Indonesia yang berasal dari etnis Batak dengan marga Hasibuan (Unsworth & Davie, 2019). Ketika ceramah di Malaysia ia mengatakan bahwa kakeknya merupakan seorang hakim di kesultanan Deli yang mengirimkan ayahnya ke Hijaz atau Arab Saudi sekitar 90 tahun yang lalu untuk belajar Islam. Pada waktu itu ia mengatakan bahwa Saudi merupakan negara yang miskin sehingga menjajakan kewarganegaraan dan ayahnya kemudian menetap dan menjadi warga negara Saudi (MARS TECHNO, 2023).

Sheikh Assim al-Hakeem menjadi wajah salafi baru dalam perkembangannya. Salafi yang dikenal keras dan kaku dalam berdakwah mengalami perubahan dalam proses penyampaian dakwahnya. Nama Sheikh Assim al Hakeem semakin dikenal oleh publik khususnya Indonesia, karena penyampaian dakwahnya yang diselingi dengan humor. Dalam penyampaian kajiannya ia menggunakan istilah-istilah kekinian dan lucu sesuai target audiensnya yakni anak muda.

Pada awalnya ia berdakwah seperti biasa tanpa adanya istilah-istilah lucu. Tetapi seiring berjalannya waktu ia merubah strategi dakwahnya dengan gaya baru untuk mengundang atensi lebih. Dari sini kemudian video ceramahnya diedit oleh beberapa akun dengan memotong bagian lucu kemudian diberikan sound-sound efek sehingga semakin terlihat lucu dan pada akhirnya viral di media sosial khususnya di Indonesia.

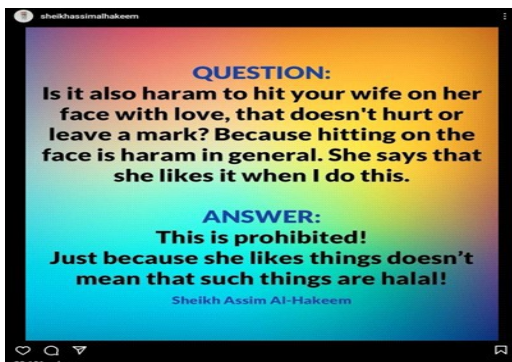
Hingga pada beberapa waktu lalu Sheikh Assim al Hakeem diundang ke Indonesia oleh Lembaga Real Masjid untuk mengisi ceramah di banyak kota di Indonesia seperti, Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Malang, Medan, dan banyak tempat lainnya (Hardiantoro & Esti Pratiwi, 2023). Ia juga sempat diundang untuk mengunjungi dan juga ceramah di kantor PP. Muhammadiyah (afandi, 2023) dan disambut beberapa pejabat dan tokoh agama Islam termasuk Ridwan Kamil Gubernur Jawa Barat (Dinda Regina, 2023) dan Yusuf Mansur (Maulidya, 2023).

Dalam dakwahnya ia sangat aktif di media sosial dengan memposting konten berisi pertanyaan dari pengikutnya dan jawaban darinya. Dalam gaya komunikasi yang ia bangun dapat diketahui bahwa ia berbeda dengan pendakwah-pendakwah lainnya. Ia menanggapi pertanyaan dengan santai dan jenaka.



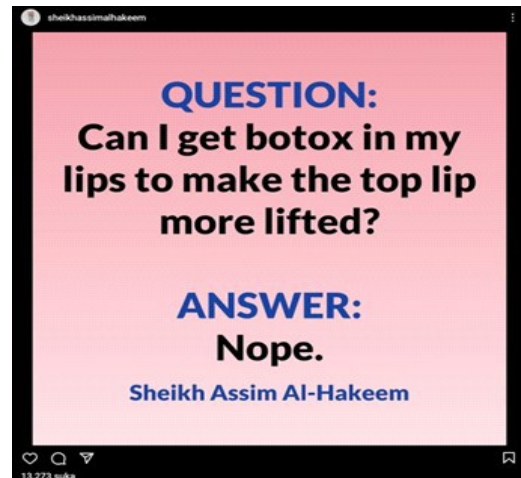
Gambar 1 Konten dalam Instagram Sheikh Assim

Dari gambar di atas Sheikh Assim menjawab permasalahan seseorang yang telah menemukan seorang pria untuk menikah, namun pria tersebut menyatakan keinginannya untuk memiliki empat istri, sementara sang penanya tidak setuju dengan hal tersebut. Namun, selain dari keinginan untuk memiliki empat istri, pria tersebut dijelaskan sebagai seseorang yang religius dan mapan secara finansial. Sang penanya merasa dilema karena ingin menikah tetapi tidak setuju dengan kondisi tersebut, terutama mengingat usianya yang semakin tua. Jawaban dari Sheikh Assim Al-Hakeem memberikan nasihat untuk menerima pria tersebut, sambil berusaha mempengaruhi pikirannya untuk mengubah keputusan menikah empat dengan mengalihkan ke dalam aktivitas yang halal atau sesuai dengan ajaran agama Islam.



Gambar 2 Konten dalam Instagram Sheikh Assim

Pertanyaannya mengenai apakah memukul istri di wajah dengan penuh kasih sayang, yang tidak menyakitkan atau meninggalkan bekas, juga diharamkan? Karena pada umumnya memukul di wajah diharamkan. Istrinya mengatakan bahwa dia suka ketika dia melakukan hal ini. Ia menjawab bahwa hal tersebut dilarang. Dan menambahkan bahwa hanya karena dia menyukai sesuatu tidak berarti bahwa hal-hal tersebut halal.



Gambar 3 Konten dalam Instagram Sheikh Assim

Pertanyaan tersebut menanyakan apakah seseorang dapat menggunakan botox di bibirnya untuk membuat bibir atas terlihat lebih terangkat secara estetis. Jawaban dari Sheikh Assim Al-Hakeem secara singkat menyatakan "Tidak bisa." Ini menunjukkan bahwa menurut pandangan Sheikh Assim Al-Hakeem, praktik tersebut tidak diperbolehkan atau tidak disarankan secara agama Islam atau dari perspektif moral yang dia anut. Penjelasan yang singkat menekankan pada pandangannya yang tegas terhadap praktik tersebut, meskipun tidak menyediakan detail atau penjelasan lebih lanjut mengenai alasannya.



Gambar 4 Konten dalam Instagram Sheikh Assim

Ia juga dalam Instagramnya *merepost* postingannya di *platform X* mengenai pertanyaan dari pengikutnya. Salah satunya adalah mengenai hukum menggunakan karakter video game di mana bentuk kepalanya sudah dimodifikasi agar tidak menyerupai manusia. Sheikh Assim pun memperbolehkan untuk dimainkan. Hal ini tentu merupakan bentuk doktrin Salafi yang sangat ketat mengenai gambar manusia. Namun walau terkesan konservatif banyak yang kemudian menanggapi dengan lucu.

Dapat dilihat dari empat sampel gambar di atas bahwa jawaban yang ia berikan cukup santai dan terkesan lucu. Cara komunikasi baru dalam dakwah Salafi ini cukup memberikannya kepopuleran karena *anti-mainstream*. Bahkan walaupun kontennya berupa Bahasa Inggris namun pengikutnya banyak dari beberapa negara yang tidak semua bisa berbahasa Inggris termasuk Indonesia.

Dalam kolom komentar setiap postingannya juga para pengikutnya memberikan tanggapan yang santai dan lucu.



Gambar 5 Komentar postingan dari *followers* Sheikh Assim

Dapat dilihat bahwa tanggapan mereka terhadap jawaban dari pertanyaan mengenai gambar nomor 2 yakni memukul wajah istri dengan kasih sayang diperbolehkan. Para pengikutnya menanggapi dengan bercanda. Seperti apakah istrinya suka kekerasan? Apakah ia adalah seorang petinju MMA?. Pertanyaan bernada humor tersebut membuat interaksi cair antara pendakwah dan antar pengikutnya.

Umat Offline dan Online

Pada *tour* dakwahnya di Indonesia untuk mengikuti kajian Sheikh Assim al-Hakeem para jama'ah harus membayar tiket. Klasifikasi tiket pun bermacam-macam dengan harga yang berbeda tentunya, mulai dari Rp. 100.000 hingga Rp. 1.000.000. Bahkan tiket VVIP yang termahal selain mendapat tempat duduk terdepan pada saat kajian juga dapat makan malam bersama dengan Sheikh Assim. Walaupun demikian atensi besar pemuda dalam mengikuti kajian tersebut begitu besar.³ Dalam melakukan penelitian ini penulis juga turut membeli tiket

untuk menggali data secara dalam dan komperhensif. Berdasarkan pengamatan penulis kajian tersebut diikuti oleh banyak anak muda terutama kalangan perempuan yang didominasi mahasiswa. Pada kajian yang diadakan di Yogyakarta ini diikuti oleh ribuan peserta. Kajian ini sempat berpindah tempat karena kapasitas yang membludak sehingga dilaksanakan di tempat yang lebih luas di salah satu *mall* di Yogyakarta.

Beberapa dari peserta kajian merupakan mahasiswa dari berbagai jurusan mulai, Teknik, arsitek, fisika, dan lain-lain dari berbagai universitas di Yogyakarta, tapi ada pula beberapa santri dari salah satu pesantren Salafi terkenal. Ketika penulis bertanya kepada mereka apa motivasi mengikuti kajian tersebut banyak yang mengatakan karena sering melihat video Sheikh Assim al-Hakeem di media sosial, sehingga ketika Sheikh tersebut berkunjung di Indonesia mereka tertarik untuk mengikuti kajiannya. Dalam istilah yang berkembang di media sosial hal tersebut disebut dengan *fomo* (*Fear Of Missing Out*) yang berarti ketakutan tertinggal sesuatu yang baru dan sedang hangat. Karakter ini sangat melekat dengan anak muda yang selalu mengikuti tren media sosial sehingga apapun yang sedang tren akan mereka ikuti.

Selain itu, beberapa santri dari pesantren Salafi yang penulis wawancara mengatakan bahwa mereka telah mengikuti *tour* dakwah Sheikh Assim dari berbagai kota sebelumnya. Ia mengidolakan Sheikh Assim selain karena ia berideologi salafi juga pengaruh dari gurunya yang memiliki kedekatan dengan Sheikh Assim sehingga dapat datang ke Indonesia. Hal unik dari santri salafi tersebut adalah mereka tidak mahir berbahasa Inggris. Namun, pihak penyelenggara menyediakan *subtitle* yang ditayangkan secara langsung di layar besar untuk memudahkan jama'ah memahami apa yang disampaikan Sheikh Assim. Walau begitu jeda antara ucapan Sheikh Assim dan penampilan *subtitle* di layar mengakibatkan respon peserta kajian terjeda juga. Sehingga hal unik terjadi ketika Sheikh Assim melemparkan *jokes* atau candaan yang kemudian membuat peserta kajian telat tertawa.

Model Ceramah Sheikh Assim tak hanya sekedar satu arah saja. Dalam beberapa ceramahnya ia menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh jama'ahnya. Interaksi ini kemudian menimbulkan ikatan antara da'i dan jama'ah. Dalam menjawab pertanyaan jama'ahnya ia juga menggunakan bahasa-bahasa humor sehingga menimbulkan reaksi positif dan *friendly*.

Dalam ceramahnya Sheikh Assim sering menyinggung masalah bid'ah dan khurafat seperti perayaan Maulid, pembacaan al-Fatihah untuk mayit, dan lain-lain. Dalam ceramahnya selama di Indonesia ia mencoba meluruskan berbagai fenomena yang ia anggap 'bid'ah' dan terjadi di masyarakat Indonesia. Penggambaran Tauhid dan tafsir agama yang praktis tanpa analogi rumit menjadi ciri khas dalam dakwahnya.

Di media sosial pun begitu riuh membahas kedatangan Sheikh Assim di Indonesia hingga media-media mainstream nasional turut serta mengabarkan kedatangannya. Pemuda-pemuda hijrah kemudian banyak *repost* beberapa ungkapan kegembiraannya melalui akun-akun mereka. Komentar komentar antusias juga mewarnai Instagram Real Masjid sebagai promotor datangnya Sheikh Assim di Indonesia.

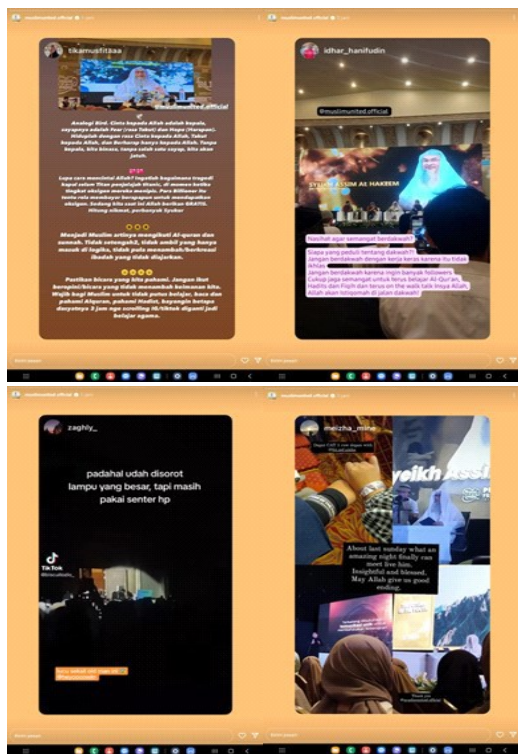
Perlu diketahui bahwa Masjid Muslim United atau yang biasa disebut dengan Real Masjid didirikan oleh Nanang Syafurrozi, yang merupakan pengusaha tradisional busana muslim di bawah *brand* Rumah Warna. Usahanya berhasil, namun ia merasa keberhasilan itu tidak membuat hatinya benar-benar bahagia. Akhirnya, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang agama, dia memutuskan untuk hijrah. Masjid United Muslim yang baru-baru ini berganti nama menjadi Real Masjid yang merupakan salah satu masjid yang terletak di Jl. No 1 Ring Road Utara 17 Katutgarkandok, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Kabupaten Yogyakarta (Wibowo et al., 2022).

Beberapa tahun lalu pada 2019 lembaga ini pernah mengadakan acara besar yang mengundang berbagai da'i salafi. Kegiatan tersebut diberi nama Muslim United yang

sempat mengalami penolakan perizinan Masjid Gedhe Kauman oleh Keraton Yogyakarta. Masjid ini juga beberapa kali mengundang da'i da'i dari Saudi.

Real Masjid pada 2023 mengadakan kegiatan besar yang diberi nama Dakwah Lintas Internasional (DLI). Dalam agendanya mereka akan mengundang beberapa tokoh Salafi transnasional seperti Sheikh Assim al-Hakeem, Sheikh Zamri Vinouth, Sheikh Fariq Naik, dan Dr. Zakir Naik. Berdasarkan observasi langsung oleh penulis agenda ini memiliki sponsor yang sangat besar dari beberapa produk atau *brand* ternama di Indonesia. Sebagai promotor yang mengundang tokoh-tokoh Salafi tersebut lembaga ini tentu memiliki jaringan media dan sponsor yang kuat. Hingga dapat mengundang Sheikh Assim ke Indonesia.

Berikut ini merupakan respon netizen di media sosial mengenai dakwahnya:



Gambar 4 Potret Interaksi Virtual

Dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa para pengikutnya memberikan tanggapan

mengenai kajian yang telah ia ikuti yang kemudian diunggah di media sosialnya. Respon yang mereka unggah pun bervariasi. Dengan adanya ekspresi digital ini dapat menggambarkan bahwa para pengikutnya tak hanya bergerak di ruang nyata saja akan tetapi merespon juga pada ruang digital.

Para pengikutnya kemudian merangkum apa yang disampaikan oleh Sheikh Assim di kanal sosial medianya masing-masing. Hal seperti ini merupakan ciri khas yang banyak dilakukan oleh anak muda dalam mengekspresikan eksistensinya di ruang media.

Sebuah Konklusi Netnografis

Euforia dengan kedatangan Sheikh Assim al Hakim ini tentu menimbulkan efek besar. Dakwah salafi dengan model jenaka tersebut cukup efektif dalam menggait pasar dakwah anak muda. Mengingat banyak kalangan anak muda gemar mengikuti tren dan sesuatu yang sedang *booming* di media sosial. Pada intinya transmisi salafisme melalui media secara gencar telah berlangsung secara massif dibuktikan dengan atensi besar juga ditunjukkan melalui sosial media.

Dakwah model simplifikasi Salafi memang efektif dalam menggait atensi di zaman yang serba praktis ini (Zaenuri & Yusuf, 2019, p. hal. 228). Sheikh Assim sebagai aktor Salafi yang muncul dan viral berhasil merebut audien anak muda. Uniknyanya walaupun Sheikh Assim terkenal dengan dakwahnya yang konservatif seperti pengharaman musik yang merupakan bagian tak terpisahkan dari anak muda zaman sekarang. Namun walau demikian pengikutnya dari kalangan anak muda tetap banyak dan bervariasi.

Kesimpulan

Kelompok Salafi terbukti dalam praktiknya berhasil dalam menyebarkan ajarannya lewat media sosial. Mereka dapat memanfaatkan media baru tersebut untuk mentransfer wacana mereka secara luas. Gerakan Salafi pada perkembangannya telah banyak mengalami perubahan. Mulai dari strategi hingga ideologi yang pada akhirnya munculah Salafi model

baru yang disebut dengan Post-Salafisme. Hal ini terjadi untuk menjawab tuntutan-tuntutan kontemporer. Kini dakwah telah melampaui batas geografis, pengaruh media sosial sebagai medium dakwah baru menjadikannya sasaran subur bagi faham Salafi untuk tumbuh berkembang. Hal ini selaras dengan model dakwah yang diusung oleh Sheikh Assim al-Hakeem dengan menggunakan bahasa humor yang banyak digemari oleh pemuda di media sosial. Ia mendapat banyak atensi dari kalangan muda. Dalam kajiannya yang diselenggarakan di Indonesia bahkan banyak mahasiswa dengan gaya *trendy* mengikuti kajiannya. Tak hanya itu para santri salafi dengan gaya *isbal* dan bercadar juga turut hadir. Sheikh Assim dalam menyampaikan gaya *jokes* keagamaannya tak hanya di media sosial saja, namun juga pada kajian yang ia isi secara langsung (*offline*). Konsep humor dan simplifikasi tafsir agama yang dilakukan olehnya banyak mendapat perhatian besar di kalangan masyarakat karena mudah diterima ditambah dengan kepopulerannya di media sosial. Sehingga kemudian banyak anak muda yang tertarik dengan dakwahnya. Model-model dakwah yang ramah remaja menjadi upaya baginya menggait generasi muda. Walau pada kenyataannya ia merupakan seorang konservatif, namun ia bisa menyampaikan kekakuan doktrin salafi dengan penyampaian yang santai dan jenaka. Fenomena di atas menunjukkan bahwa dalam menghadapi perubahan sosial dan teknologi, aliran keagamaan berupaya beradaptasi untuk tetap relevan dan menarik bagi generasi muda.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih, penulis ucapkan kepada seluruh pihak yang mendukung penelitian ini. Tak lupa penulis berterimakasih kepada para informan yang bersedia memberikan informasi dan data sehingga dapat membantu selesainya penelitian ini. Terimakasih juga kepada para dosen Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan masukan dan pemahaman metodologis.

Daftar Pustaka

- Addini, A. (2019). Fenomena Gerakan Hijrah di Kalangan Pemuda Muslim Sebagai Mode Sosial. *Journal of Islamic Civilization*, 1(2), 109–118. <https://doi.org/10.33086/jic.v1i2.1313>
- afandi. (2023, July 17). *Di Masjid At-Tanwir, Sheikh Assim al-Hakeem Berikan Contoh Respon Terbaik Umat Islam Menanggapi Islamophobia*. Muhammadiyah.or.id. <https://muhammadiyah.or.id/di-masjid-at-tanwir-sheikh-assim-al-hakeem-berikan-contoh-respon-terbaik-umat-islam-menanggapi-islamophobia/>
- Ahlan, A. (2022). Peran Masjid Sebagai Basis Peradaban Islam. *An-natiq Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.33474/an-natiq.v2i2.16066>
- Ahmad, F., & Seddon, M. S. (2012). *Muslim Youth: Challenges, Opportunities and Expectations*. Continuum.
- Aidulsyah, F. (2023). The Rise of Urban Salafism in Indonesia: The Social-Media and Pop Culture of New Indonesian Islamic youth. *Asian Journal of Social Science*. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.ajss.2023.07.003>
- Andrabi, R. (2022). *Troubling Muslim Youth Identities: Nation, Religion, Gender*: by ṂirZad Dunne, Naureen Durrani, Kathleen Fincham, Barbara Crossouard. London, Palgrave Macmillan, 2017, 295 pp., (hardcover), (£63.99), ISBN 0230348378, 9780230348370. *Space and Polity*, 26(1), 69–73. <https://doi.org/10.1080/13562576.2022.2058390>
- Assim Al Hakeem. (2018, July 26). <https://web.archive.org/web/20180726020749/http://peacetv.tv/en-gb/speakers/Assim-Al-Hakeem>
- Baker, R. W. (2015). *One Islam, Many Muslim Worlds: Spirituality, Identity, and Resistance across Islamic Lands*. Oxford University Press.
- Barylo, W. (2018). *Young Muslim Change-Makers: Grassroots Charities Rethinking Modern Societies*. Routledge, Taylor & Francis Group.

- Bayat, A. (2013). *Post-Islamism: The Changing Faces of Political Islam*. Oxford University Press. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk &db=nlabk&AN=2096890>
- Becker, C. (2021). The Production of Salafi Spaces in Computer-Mediated Environments: A Social Theory Perspective on 'Digital Religion.' *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 10(1), 30–49. <https://doi.org/10.1163/21659214-bja10033>
- Bukay, D. (2016). *Islam and the Infidels: The Politics of Jihad, Da'wah, and Hijrah*. Transaction Publishers.
- Bunt, G. R. (2003). *Islam in The Digital Age: E-Jihad, Online Fatwas, and Cyber Islamic Environments*. Pluto Press.
- Cesari, J. (2006). *When Islam and Democracy Meet: Muslims in Europe and in the United States* (1st pbk. edition). Palgrave Macmillan.
- Commins, D. D. (2006). *The Wahhabi Mission and Saudi Arabia*. I.B. Tauris.
- Dewi, O. S., & Fata, A. K. (2023). Salafi Da'wah Among Hijrah Celebrities. *Penamas*, 36(2), Article 2. <https://doi.org/10.31330/penamas.v36i2.711>
- Dinda Regina, S. (2023). *Ada Sheikh Assim Al Hakeem di Masjid Raya Al Jabbar, Hadir Ridwan Kamil & Atalia, Sabar Jika Macet*. Tribunjabar.id. <https://jabar.tribunnews.com/2023/07/30/ada-sheikh-assim-al-hakeem-di-masjid-raya-al-jabbar-hadir-ridwan-kamil-atalia-sabar-jika-macet>
- Eisenlohr, P. (2017). Reconsidering Mediatization of Religion: Islamic Televangelism in India. *Media, Culture & Society*, 39(6), 869–884. <https://doi.org/10.1177/0163443716679032>
- Fealy, G. (2004). Islamic Radicalism in Indonesia: The Faltering Revival? *Institute of Southeast Asian Studies (ISEAS)*, 104–121.
- Haddad, Y. Y. (Ed.). (2002). *Muslims in the West: from Sojourners to Citizens*. Oxford University Press.
- Hardiantoro, A., & Esti Pratiwi, inten. (2023). *Sheikh Assim al-Hakeem Sambangi Indonesia pada Juli 2023, di Kota Mana Saja?* Kompas.Com. <https://www.kompas.com/tren/read/2023/06/23/151500265/sheikh-assim-al-hakeem-sambangi-indonesia-pada-juli-2023-di-kota-mana-saja?page=all>
- Hasan, N. (2006). *Laskar Jihad: Islam, Militancy, and The Quest for Identity in Post-New Order Indonesia*. Southeast Asia Program Publications, Southeast Asia Program, Cornell University.
- Hassan, R. (2010). Socio-Economic Marginalization of Muslims in Contemporary Australia: Implications for Social Inclusion. *Journal of Muslim Minority Affairs*, 30(4), 575–584. <https://doi.org/10.1080/13602004.2010.533455>
- Hidayat, D. (2012). Gerakan Dakwah Salafi di Indonesia pada Era Reformasi. *Masyarakat: Jurnal Sosiologi*, 17(2), 115–133. <https://doi.org/10.7454/mjs.v17i2.3738>
- Juliansyahzen, M. I. (2023). Ideologization of Hijrah in Social Media: Digital Activism, Religious Commodification, and Conservative Domination. *Millah: Journal of Religious Studies*, 155–180. <https://doi.org/10.20885/millah.vol22.iss1.art6>
- Kepel, G. (2021). *Jihad: The Trail of Political Islam* (A. F. Roberts, Trans.; Bloomsbury Revelations edition). Bloomsbury Academic.
- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Redefined*. Sage.
- Lauzi re, H. (2016). *The Making of Salafism: Islamic Reform in the Twentieth Century*. Columbia University Press.
- Lindsey, T., Makruf, J., & Pausacker, H. (2023). *Islam, Education and Radicalism in Indonesia: Instructing Piety* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003269229>
- Mandaville, P. (Ed.). (2022). *Wahhabism and the World: Understanding Saudi Arabia's Global Influence on Islam* (1st ed.). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780197532560.001.0001>

- Mars Techno (Director). (2023, June 11). *Syekh Assim al Hakim Sebut Indonesia Saat Ceramah di Malaysia, Kakekku Hakim Kesultanan Deli Medan*. <https://www.youtube.com/watch?v=QTBoCLHFXSQ>
- Maulidya, I. (2023). *Tabligh Akbar Syekh Assim Al Hakeem di Ponpes Daarul Qur'an, Ustaz Yusuf Mansur: Transfer Ilmu*. <https://www.inews.id/news/megapolitan/tabligh-akbar-syekh-assim-al-hakeem-di-ponpes-daarul-quran-ustaz-yusuf-mansur-transfer-ilmu>
- Muzakki, A. (2012). Islamic Televangelism in Changing Indonesia: Transmission, Authority, and the Politics of Ideas. In P. N. Thomas & P. Lee (Eds.), *Global and Local Televangelism* (pp. 45–63). Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1057/9781137264817_3
- Ni'am, M. F. (2023). Menakar Kembali Otoritas Ulama: Antara Kesalehan dan Komodifikasi Agama. *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, 8(2), Article 2. <https://doi.org/10.14421/jkii.v8i2.1349>
- Nilan, P. (2017). *Muslim Youth in the Diaspora: Challenging Extremism Through Popular Culture*. Routledge, Taylor & Francis Group.
- Noorhaidi Hasan. (2013). The Salaḥ Movement in Indonesia: Transnational Dynamics and Local Development. *Comparative Studies of South Asia, Africa and the Middle East*, 33(2), 135–136. <https://doi.org/10.1215/1089201X-2322336>
- Rahimullah, R., Larmar, S., & Abdalla, M. (2013). *Understanding Violent Radicalization amongst Muslims: A Review of The Literature*. <https://www.semanticscholar.org/paper/Understanding-Violent-Radicalization-amongst-A-of-Rahimullah-Larmar/ea87f80743127817b9e4a3eacaf1c1c1833d717f>
- Rani, P. (2023, August 2). *Mengenal Sosok Ulama Arab Saudi, Sheikh Assim al-Hakeem yang Viral: Ternyata Keturunan Orang Medan*. <https://www.tvonenews.com/religi/141821-mengenal-sosok-ulama-arab-saudi-sheikh-assim-al-hakeem-yang-viral-ternyata-keturunan-orang-medan>
- Ranstorp, M., Ahlerup, L., & Ahlin, F. (2022). *Salafi-Jihadism and Digital Media: The Nordic and International Context* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003261315>
- Robinson, L., & Gardee, M. R. (2022). *Radicalisation, Extremism and Social Work Practice: Minority Muslim Youth in the West* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780367824358>
- Salvatore, A. (2016). *The Sociology of Islam: Knowledge, Power and Civility* (1st ed.). Wiley. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=1192049>
- Sanjaya, M., Bakti, A. F., Sigit, R. R., & Nasrullah, R. (2022). Reinterpellation and Reimitation of Conservative Ideology of Salafi Through The Mediatization of Religion on Instagram Rodjatv. *Journal of Universal Studies*, 2.
- Sari, T. Y. (2019). *Hijrah and Islamic Movement in Cyberspace: A Social Movement Study of Anti-Dating Movement #Indonesiatanpapacaran* [Universitas Gadjah Mada]. <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/173185>
- Sidel, J. T. (2006). *Riots, Pogroms, Jihad: Religious Violence in Indonesia*. Cornell University Press.
- Sinani, B. (2022). Post-Salafism: Religious Revisionism in Contemporary Saudi Arabia. *Religions*, 13(4), 340. <https://doi.org/10.3390/rel13040340>
- Sorgenfrei, S. (2021). Branding Salafism: Salafi Missionaries as Social Media Influencers. *Method & Theory in the Study of Religion*, 34(3), 211–237. <https://doi.org/10.1163/15700682-12341515>
- Sunesti, Y., Hasan, N., & Najib Azca, M. (2019). The Sunnah Lake of Muslimah: Salafi Women, The Manhaj and Online Media. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 6(3), 67–71. <https://doi.org/10.18510/hssr.2018.6310>

- Syahbudi, & Ardiansyah. (2021). *Hijrah, Negara dan Pembentukan Identitas Muslim*. IAIN Pontianak.
- Unsworth, A., & Davie, G. (2019). Discourses on Science and Islam: A View from Britain. In S. H. Jones, T. Kaden, & R. Catto (Eds.), *Science, Belief and Society* (1st ed., pp. 263–288). Bristol University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctvh4zhnd.19>
- Veldhuis, T., & Staun, J. (2009). *Islamist Radicalisation: A Root Cause Model*. <https://www.semanticscholar.org/paper/Islamist-radicalisation%3A-a-root-cause-model-Veldhuis-Staun/a51bff98b780a1e63af28f5db1c12b8e42a31b9d>
- Wahid, A. B. (2017). Dakwah Salafi: Dari Teologi Puritan Sampai Anti Politik. *Media Syari'ah/ : Wahana Kajian Hukum Islam Dan Pranata Sosial*, 13(2), Article 2. <https://doi.org/10.22373/jms.v13i2.1783>
- Wibowo, H. S., Muiz, A. H., & Yudoyono, N. N. (2022). *Strategi Marketing Program Kajian Pada Masjid Anak Muda*.
- Zaenuri, A., & Yusuf, H. (2019). Salafi's Da'wah and the Phenomenon of Religious Piety among Hijrah Artists. *Millati: Journal of Islamic Studies and Humanities*, 4(2), 228–249. <https://doi.org/10.18326/mlt.v4i2.228-249>