

Interaksionisme Simbolik dalam Moderasi Dakwah KH. Ahmad Mustofa Bisri di Instagram

Najichatun Nur Zana¹, Mansur Hidayat^{2*}

¹ Institut Agama Islam Negeri Kudus, Indonesia

² Institut Agama Islam Negeri Kudus, Indonesia

*Correspondence: ✉ mansurhidayat@iainkudus.ac.id

<https://doi.org/10.51214/biis.v2i1.571>

ABSTRACT

The digital era encourages Kiai to convey da'wah messages through Instagram. This study describes the symbolic interactionism that occurs in the moderation of KH. Ahmad Mustofa Bisri's da'wah on Instagram. The study was conducted on the Instagram account of @s.kakung managed by KH. Ahmad Mustofa Bisri. The analytical method uses qualitative data collection techniques utilizing observation, notes, and documentation. The results of this study show that: First, the concept of moderation of da'wah uploaded by KH. Ahmad Mustofa Bisri consists of three symbols, namely: the display of pictures, the display of videos, and the display of writing related to national commitment, respect for local culture, love of the motherland, faith in Allah, love of peace, and being forgiving. Second, in general, the symbolic interactionism that occurs between KH. Ahmad Mustofa Bisri and his followers can be divided into three parts, namely: Mind occurs when KH. Ahmad Mustofa Bisri and his followers understand each other what they are talking about. Self occurs when followers respond by liking posts or leaving comments. Meanwhile, society occurs when followers can actualize the influence gained daily.

ABSTRAK

Era digital mendorong kiai untuk menyampaikan pesan dakwah melalui Instagram. Penelitian ini menggambarkan interaksionisme simbolik yang terjadi dalam moderasi dakwah KH. Ahmad Mustofa Bisri di Instagram. Studi dilakukan pada akun Instagram @s.kakung yang dikelola oleh KH. Ahmad Mustofa Bisri. Metode analisis menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, catat, dan dokumentasi. Hasil kajian ini menunjukkan bahwa: Pertama, konsep moderasi dakwah yang diunggah oleh akun Instagram KH. Ahmad Mustofa Bisri terdiri dalam tiga simbol yaitu: tampilan gambar, tampilan video, dan tampilan tulisan yang berkaitan tentang komitmen kebangsaan, penghormatan terhadap budaya lokal, cinta tanah air, keimanan kepada Allah SWT, cinta damai dan menjadi pemaaf. Kedua, secara umum interaksionisme simbolik yang terjadi antara KH. Ahmad Mustofa Bisri dengan pengikutnya dapat dibagi ke dalam tiga bagian, yakni: *Mind*, terjadi apabila KH. Ahmad Mustofa Bisri dan pengikutnya saling memahami apa yang mereka bicarakan. *Self*, terjadi apabila para pengikut memberikan respon dengan menyukai unggahan atau memberikan komentar. Sedangkan *society* terjadi apabila para pengikut dapat mengaktualisasikan pengaruh yang diperoleh dalam kehidupan mereka sehari-hari.

ARTICLE INFO

Article History

Received: 31-05-2023

Revised: 11-07-2023

Accepted: 19-07-2023

Keywords:

Ahmad Mustofa Bisri;
Da'wah Moderation;
Instagram;
Symbolic Interactionism;

Histori Artikel

Diterima: 31-05-2023

Direvisi: 11-07-2023

Disetujui: 19-07-2023

Kata Kunci:

Ahmad Mustofa Bisri;
Moderasi Dakwah;
Instagram;
Interaksionisme Simbolik;

© 2023 Najichatun Nur Zana, Mansur Hidayat



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

A. PENDAHULUAN

Menurut hasil laporan terbaru dari *We Are Sosial*, secara global penetrasi internet pada 2021 saat ini mencapai 59,5 persen, di mana pengguna internet mengalami kenaikan sebanyak 316 juta atau 7,3 persen sejak tahun lalu.¹ Sedangkan pada tahun 2018 survei APJII menyebutkan bahwa Indonesia mencapai penetrasi internet sebesar 171,1 juta jiwa dari 264,16 juta, naik sebanyak 64,8 persen. Selanjutnya pada 2019-2020 mencapai 196,71 juta pengguna internet dari jumlah penduduk 266,91 juta jiwa. Jadi pada awal 2021 Indonesia telah mencapai penetrasi internet sebanyak 73,7 persen.² Adapun survei selanjutnya sebagaimana dirilis oleh APJII, penetrasi internet di Indonesia telah menjangkau lebih dari 210 juta jiwa dari total populasi 272,68 juta jiwa. Artinya pada 2021-2022 terjadi kenaikan sebesar 77,02 persen.³ Penetrasi internet menunjukkan bahwa internet sebagai kebutuhan primer bagi para penggunanya untuk mendapatkan informasi dan menjalin komunikasi dengan cepat.

Facebook, Instagram, Youtube, Path, dan Twitter adalah sebagian jenis media sosial yang penting bagi banyak orang. Instagram menjadi salah satu jenis media sosial yang bisa dijadikan sebagai media berbagi sebagai bentuk aktualisasi diri.⁴ Instagram dilengkapi dengan berbagai fitur pendukung di dalamnya seperti, foto, video, *captions*, Instagram TV, *highlights*, Instagram *story*. Sehingga pengguna dapat mengunggah berbagai foto dan video mereka ke akun Instagramnya. Selain itu, sebagai bentuk timbal balik, pengguna lain dapat memberikan tanda suka atau komentar.⁵

Instagram memiliki beberapa keunikan, diantaranya pengguna tidak dapat menyimpan postingan foto yang diunggah orang lain secara langsung tanpa menggunakan aplikasi lain sebagai pihak ketiga. Selain itu, adanya fitur *vidgram* atau video instagram yang bisa menampilkan video dengan durasi 60 detik. Saat ini banyak sekali masyarakat dari berbagai kalangan yang memanfaatkan instagram, baik kalangan anak muda ataupun orang tua. Sebagian dari mereka memiliki kebutuhan yang bersifat individual. Instagram sebagai media *sharing* yang dapat membuat para pengguna melihat postingan teman atau orang lain dengan cara mengikuti atau *follow* terlebih dahulu. Kemajuan Instagram yang ada, banyak dimanfaatkan penggunanya sebagai media *sharing* seperti hiburan dan dakwah.⁶

Namun sangat disayangkan saat ini banyak sekali oknum yang memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada untuk digunakan sebagai media dalam menyebarkan suatu berita bohong atau ajaran-ajaran yang menyimpang dengan mengatasnamakan agama. Oleh sebab itu, Kominfo bekerja sama dengan lembaga dan *stakeholder* untuk selalu melakukan pemantauan akun dan konten radikalisme di media sosial. Hingga 3 April 2021 Kominfo telah melakukan

¹ Simon Kemp, "Digital 2021: The Latest Insights into the 'State of Digital,'" We Are Social UK, January 27, 2021, <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/>.

² Muhammad Rustam Masse, "INTERNET DAN PENGGUNAANNYA (Survei Di Kalangan Masyarakat Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan)," *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 21, no. 1 (2017): 13-24.

³ Wahyudiyono Wahyudiyono, "Implikasi Penggunaan Internet Terhadap Partisipasi Sosial Di Jawa Timur," *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika* 8, no. 2 (2019): 63-68.

⁴ Witanti Prihatiningsih, "Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja," *Communication* 8, no. 1 (2017): 51-65.

⁵ Jacky C. K. Ng, Eleanor S. S. Lin, and Virginia K. Y. Lee, "Does Instagram Make You Speak Ill of Others or Improve Yourself? A Daily Diary Study on the Moderating Role of Malicious and Benign Envy," *Computers in Human Behavior* 148 (November 1, 2023): 107873, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107873>.

⁶ Antonio Rosa-Castillo et al., "The Effectiveness of an Instagram-Based Educational Game in a Bachelor of Nursing Course: An Experimental Study," *Nurse Education in Practice* 70 (July 1, 2023): 103656, <https://doi.org/10.1016/j.nepr.2023.103656>.

pemblokiran sebanyak 20 ribuan konten yang mengandung radikalisme.⁷ Adanya kemunculan masalah tersebut, dakwah memiliki keberadaan yang sangat penting bagi seorang muslim, dimana intisaryanya berupa ajakan, motivasi, arahan kepada individu lain agar menerima ajaran agama islam dengan penuh kesadaran untuk kepentingan dirinya sendiri tanpa memikirkan kepentingan orang lain.⁸

Dewasa ini para aktivis dakwah memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah dalam menebarkan berbagai pesan atau ajaran keagamaan, karena dinilai cepat, mudah, dan efektif. Fenomena ini menjadi peluang besar bagi para dai yang ingin menyampaikan kebaikan dan memperluas jangkauan dakwahnya. Dakwah harus progresif, dinamis, serta penuh inovasi. Para da'i perlu menciptakan kreasi-kreasi baru yang bisa membumikan ajaran agama serta dapat membawa kemaslahatan umat. Jangan sampai dakwah menjadi beban masyarakat bahkan dapat memecah belah umat. Dakwah sudah seharusnya disajikan dengan sikap manusiawi, dialogis, serta memenuhi kebutuhan dan kemampuan masyarakat.⁹

Menurut *Alvara Research Center*, 56,7 persen umat Islam Indonesia berpandangan moderat dan skor indeks moderasi keagamaan Indonesia ada di angka 89,47 yaitu dalam kategori waspada.¹⁰ Untuk itu tokoh dakwah seperti KH. Ahmad Mustofa Bisri (yang dikenal luas dengan nama *Gus Mus*) perlu untuk menyampaikan paham moderatnya, agar bisa diakses banyak orang melalui media sosial Instagram. Moderasi dakwah merupakan suatu sikap dalam berdakwah yang tidak melebihi porsi yang semestinya, dimana mengedepankan hidup damai dalam keberagaman, tidak menghakimi satu sama lain, dan senantiasa memanusiakan manusia. Salah satu organisasi yang menerapkan paham moderat dalam berdakwah ialah Nahdlatul Ulama atau NU. Latar belakang didirikannya NU sendiri dikarenakan adanya usaha untuk mempertahankan ajaran Ahlussunnah Wal Jamaah dari pengaruh dan usaha atau pikiran aliran lainnya.¹¹

Salah satu ulama yang menggunakan Instagram sebagai media untuk menyebarluaskan paham moderatnya pada khalayak adalah KH. Ahmad Mustofa Bisri atau yang biasa dipanggil KH. Ahmad Mustofa Bisri. Ia merupakan salah satu tokoh moderat yang berasal dari Nahdlatul Ulama dengan tingkat popularitas sebesar 28,0%. KH. Ahmad Mustofa Bisri pernah menjabat sebagai Rais Aam PBNU pada tahun 2014-2015.¹² Selain terkenal sebagai seorang ulama atau dai, KH. Ahmad Mustofa Bisri juga dikenal sebagai seorang penulis dan penyair di kalangan budayawan.

KH. Ahmad Mustofa Bisri memiliki akun Instagram yang bernama @s.kakung, akun ini memiliki 518 ribu followers dengan postingan sebanyak 533 yang berisi tentang berbagai pengetahuan ajaran agama Islam, larangan, nasehat, dan fakta-fakta yang berkaitan dengan

⁷ Yulida Medistiara, "Terorisme Rambah Media Sosial, 20 Ribuan Konten Sudah Diblokir," *detiknews*, accessed July 17, 2023, <https://news.detik.com/berita/d-5519483/terorisme-rambah-media-sosial-20-ribuan-konten-sudah-diblokir>.

⁸ Samsul Munir, "Ilmu Dakwah," *Jakarta: Amzah*, 2009, 45.

⁹ Edy Sutrisno, "Moderasi Dakwah Di Era Digital Dalam Upaya Membangun Peradaban Baru," *Al-Insan Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam* 1, no. 1 (2020): 56-83.

¹⁰ Hasanuddin Ali, "» Indonesia Muslim Report 2019 - Alvara Strategic Indonesia Muslim Report 2019," accessed July 17, 2023, <https://alvara-strategic.com/indonesia-muslim-report-2019/>, <https://alvara-strategic.com/indonesia-muslim-report-2019/>.

¹¹ Rahmatullah Rahmatullah, "Popularitas Moderasi Beragama: Sebuah Kajian terhadap Tren Penelusuran Warganet Indonesia," *NALAR: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam* 5, no. 1 (June 29, 2021): 62-77, <https://doi.org/10.23971/njppi.v5i1.2419>.

¹² gusmus, "Profil," accessed July 17, 2023, <http://gusmus.net/profil>.

syariat-syariat Islam. Akun ini dikelola langsung oleh KH. Ahmad Mustofa Bisri dan menjadi sebuah terobosan baru dalam menyampaikan informasi pengetahuan ajaran agama Islam. Adanya berbagai fitur yang beragam, diharapkan mampu merangkul semua kalangan yang merasa jenuh dengan model dakwah melalui mimbar. Terlebih para remaja yang harus didekati dengan suatu tampilan yang dapat menarik perhatian mereka untuk melihat dan mendengar dakwah yang disampaikan. Dalam penyampaian dakwahnya KH. Ahmad Mustofa Bisri selalu mengedepankan aspek moderasi. Penyampaian dakwah menjadi bentuk komunikasi yang menimbulkan interaksi antara KH. Ahmad Mustofa Bisri dengan para pengikutnya.

Teori interaksionisme simbolik dipengaruhi oleh struktur sosial yang membentuk perilaku tertentu berupa penerimaan atau penolakan dengan simbol yang diterima. Proses interaksi yang terbentuk melibatkan penggunaan simbol bahasa, adat istiadat atau budaya, sosial, dan agama. Interaksi sosial membutuhkan banyak waktu yang mencapai keserasian serta peleburan. Interaksi sosial berkaitan antara aktivitas kehidupan manusia dengan simbol-simbol karena memang kehidupan manusia salah satunya berada dalam lingkungan simbolik.¹³ Akun KH. Ahmad Mustofa Bisri dalam konteks interaksionisme simbolik berperan sebagai aktor yang memainkan peran sesuai dengan keinginan yang diharapkan. Sedangkan pengikut atau *followers* menjadi orang yang memberi makna atau kesan yang ditunjukkan dengan penggunaan simbol-simbol yang muncul.

Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena moderasi dakwah saat ini telah menjadi pembicaraan keislaman yang diyakini mampu membawa umat Islam lebih unggul dan lebih adil dalam berkomunikasi dengan peradaban masa kini di era globalisasi, serta mampu menunjukkan bahwa toleransi, kesantunan, dan saling menghargai satu sama lain menjadi salah satu kunci keberhasilan dakwah Islam. Melalui media sosial, seorang dai tidak harus secara langsung bertatap muka dengan para mad'u, melainkan dapat menyajikan pesan dakwah yang dikemas semenarik mungkin, dalam bentuk foto, video, maupun tulisan yang bisa dinikmati dimana saja dan kapan saja dengan melihat interaksi yang terjadi antara KH. Ahmad Mustofa Bisri dengan para pengikutnya. Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti ingin mengetahui Bagaimana Interaksionisme Simbolik dalam Moderasi Dakwah yang dilakukan KH. Ahmad Mustofa Bisri di Instagram.

Ada beberapa penelitian terdahulu yang mendukung dan menjadi landasan dalam penelitian ini, diantaranya: *Pertama*, penelitian yang berjudul "Dakwah Komunikasi Visual melalui Instagram Akun @hadistku" penelitian ini ditulis oleh Nur Rizky Toybah pada tahun 2016. Fokus penelitian ini terletak pada Dakwah Komunikasi Visual melalui Instagram Akun @hadistku yang menggunakan analisis isi dalam pendekatan penelitian deskriptif. Penelitian tersebut memperoleh data primer berupa wawancara dan lampiran kiriman dalam akun @hadistku. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penyusun terletak pada pembahasan dakwah di media sosial Instagram dengan pendekatakn kualitatif. Sedangkan perbedaan terdapat pada objek penelitian. Dimana penelitian di atas mengenai dakwah komunikasi visual melalui instagram. Sedangkan penelitian penulis membahas tentang "Interaksionisme Simbolik dalam Moderasi Dakwah KH. Ahmad Mustofa Bisri di Instagram".¹⁴

¹³ Dadi Ahmadi, "Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar," *MediaTor (Jurnal Komunikasi)* 9, no. 2 (2008): 42.

¹⁴ Nur Rizky Toybah, "Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun@ HADITSKU," *Al-Hiwar: Jurnal Ilmu Dan Teknik Dakwah* 4, no. 1 (2017).

Kedua, Zahra dkk. mengkaji fenomena penggunaan Instagram sebagai media dakwah oleh akun Islamiposter. Melalui kajian kualitatif dengan analisis isi, ditemukan bahwa akun tersebut telah mengirimkan postingan pada satu bulan di tahun 2016 sebanyak 200 postingan yang mencakup berbagai macam materi dakwah, meliputi akidah, ibadah, dan akhlak.¹⁵ Tulisan tersebut memiliki perbedaan dengan tulisan ini, baik secara objek material ataupun formal. Dalam tulisan ini peneliti lebih fokus pada akun instagram yang dikelola oleh KH. Ahmad Mustofa Bisri untuk melihat dakwah moderat yang beliau sampaikan dalam setiap postingan dan dianalisis dengan teori interaksionisme simbolik

Ketiga, riset yang berjudul “Wacana Moderasi Beragama Di Media Online (Analisis Wacana Model Van Dijk di Media Kompas.Com Dan Republika Online)”. Penelitian tersebut ditulis oleh Eko Agung Suprpto pada tahun 2019. Fokus penelitian ini adalah Wacana Moderasi Beragama Di Media Online yang menggunakan penelitian Analisis Wacana Model Van Dijk. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis ialah sama-sama membahas tentang moderasi dan media online. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian yang disusun. Penelitian tersebut, membahas tentang wacana moderasi beragama di media online. Sedangkan penelitian yang disusun oleh penulis tentang “Interaksionisme Simbolik dalam Moderasi Dakwah KH. Ahmad Mustofa Bisri di Instagram”.¹⁶

Keempat, kajian yang berjudul yang berjudul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun @Fuadbakh)” yang ditulis oleh Anwar Sidiq. Fokus penelitian ini terletak pada pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah pada akun *instagram @fuadbakh* dengan menggunakan penelitian pustaka (*library research*) yang bersifat deskriptif kualitatif. Data primer dalam penelitian ini berupa wawancara dan lampiran kiriman dalam akun @fuadbakh.¹⁷ Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian penulis karena sama-sama membahas tentang dakwah di media sosial instagram dan penyusunan penelitiannya menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaan terletak pada pengerjaan penelitian ini adalah objek penelitian yang disusun. Penelitian ini membahas tentang pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah sedangkan penelitian yang disusun oleh penyusun membahas tentang “Interaksionisme Simbolik dalam Moderasi Dakwah KH. Ahmad Mustofa Bisri di Instagram”.

Berdasarkan uraian di atas, kajian spesifik mengenai moderasi dakwah yang dilakukan KH. Ahmad Mustofa Bisri di media sosial, khususnya instagram belum dilakukan. Untuk itu, artikel ini diorientasikan untuk mendeskripsikan nilai-nilai moderasi dakwah yang ada pada akun instagram @s.kakung dengan teori indikator moderasi beragama yang dirumuskan oleh para tokoh dan teori interaksionisme simbolik George Herbert.

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif¹⁸ dengan analisis deskriptif-interpretatif. Peneliti berupaya melakukan deskripsi dan penafsiran interaksi yang terjalin ketika seorang dai menyampaikan dakwah kepada audiens. Karena penulisan ini

¹⁵ Ulfa Fauzia Zahra, Ahmad Sarbini, and Asep Shodiqin, “Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah,” *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1, no. 2 (2016): 60–88.

¹⁶ Eko Agung Suprpto, *Wacana Moderasi Beragama Di Media Online (Analisis Wacana Model Van Dijk Di Media Kompas.Com Dan Republika Online)*, (Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2019)

¹⁷ Anwar Sidiq, “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun@ Fuadbakh),” 2017.

¹⁸ PD Sugiyono, “Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D,” *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung* 225 (2017): 67.

fokus mendeskripsikan pada interaksionisme simbolik dalam moderasi dakwah yang dilakukan KH. Ahmad Mustofa Bisri melalui media sosial Instagram, maka penulis membutuhkan pengamatan secara mendalam untuk memperoleh data yang dapat dipertanggung jawabkan. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, catat, dan dokumentasi.

Penelitian ini dilaksanakan pada akun Instagram *@s.kakung* yang dikelola oleh KH. Ahmad Mustofa Bisri. Sedangkan subjek dalam penelitian ini dilakukan pada akun Instagram *@s.kakung* mengenai interaksionisme simbolik yang terdapat dalam moderasi dakwah KH. Ahmad Mustofa Bisri di Instagram. Adapun sumber data dalam penelitian dibedakan menjadi dua: *pertama*, Data Primer (*premier-sources*), diambil dari akun Instagram KH. Ahmad Mustofa Bisri berupa berbagai postingan berupa gambar, video, dan tulisan atau captions sebagai sumber informasi yang dicari.¹⁹ *Kedua*, Data Sekunder (*secondary-sources*), berasal dari pihak lain yang tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya.²⁰ Data ini biasanya berupa buku, internet, artikel, majalah, surat kabar, dan berbagai data yang berkaitan dan relevan dalam penelitian ini.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Konsep Moderasi Dakwah

Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dilakukan sesuai kondisi alamiah yang terjadi, berupa sumber data primer dan teknik pengumpulan data lebih pada observasi, wawancara, dan dokumentasi. Ada tiga teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan pada penelitian ini yaitu:

Moderasi dakwah merupakan sarana untuk memberikan setiap aspek yang berlebihan pada bagian tertentu yang seharusnya tidak melebihi porsi yang sewajarnya. Moderasi dakwah untuk mewujudkan kehidupan masyarakat yang rukun damai dalam keberagaman, tidak menghakimi seseorang, serta memuliakan dan memanusiakan manusia.²¹ Tercapainya sebuah moderasi dakwah Islam, berdasarkan pada QS. An-Nahl ayat 125. Artinya:

Serulah manusia di jalan Allah dengan hikmah serta pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

Ayat diatas berisi pedoman dalam memahami cara, tujuan, serta etika dakwah. Pada dasarnya dakwah bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan agama yang bersifat global sekaligus mengajak umat manusia dalam memahami tradisi, ajaran, serta konteks keumatan dengan baik, benar, dan tepat. Sehingga sudah seharusnya metode yang di praktikkan ketika berdakwah harus dilakukan secara konsisten agar tidak hilang maupun terlupakan.

Dengan demikian, moderasi dakwah lebih merujuk kepada metode dakwah yang sesuai dengan ajaran Islam yang diambil dari Al-Qur'an dan Hadis serta para ulama yang tidak ekstrem dalam memahami agama. Ekstrem tersebut dapat dimaknai sebagai upaya dakwah yang tektualis, bukan kontekstualis. Di sisi lain, dakwah seharusnya disesuaikan dengan

¹⁹ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006).

²⁰ J.R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Grasindo, 2010), 32.

²¹ Sutrisno, "Moderasi Dakwah Di Era Digital Dalam Upaya Membangun Peradaban Baru."

kondisi, waktu, dan objek dakwah.²² Jika merujuk pada indikator moderasi beragama, maka dapat dipahami bahwa dakwah Islam harus memuat nilai-nilai universal. Pertama, kemanusiaan. Dakwah Islam harus selaras dengan hak-hak kemanusiaan dan tidak menciderainya. Dakwah Islam tidak didasarkan pada radikalisme, tetapi harus didasarkan pada kasih sayang, saling tolong menolong, dan penuh persaudaraan. Dakwah Islam tidak dilakukan dengan pemaksaan dan kekerasan. Kedua, kemasalahatn umat. Dakwah Islam harus selaras dengan kemasalahatan umat. Ujaran kebencian yang dilakukan di ruang publik seringkali mengakibatkan pada ketidakharmonisan antar pemeluk agama. Dengan demikian, pesan-pesan perdamaian untuk membangun kemasalahatan bersama harus diaplikasikan dalam dakwah Islam.²³ Ketiga, kadilan dan keberimbangan. Dakwah Islam juga harus diorientasikan pada kesimbangan dan keadilan pada aspek kehidupan manusia. Dakwah Islam tidak hanya terbatas pada penguatan materi keagamaan yang sifatnya ukhrawi, dakwah Islam juga harus diorientasikan pada kehidupan dunia. Dengan demikian, metode dakwah tidak terbatas pada ceramah di podium, tetapi juga bertindak nyata di masyarakat. Menurut Ali Mahfudz, para dai tidak diperkenankan untuk mendikotomikan kepentingan akhirat dan dunia.²⁴ Keduanya harus didakwahkan dan dilaksanakan secara seimbang. Keempat, taat konstitusi. Dakwah Islam harus selaras dengan konstitusi negara. Indonesia sebagai negara demokrasi sangat menghargai religiusitas, keragaman, keadilan yang tertuang di dalam Pancasila sebagai ideologi negara. Dengan demikian, dakwah Islam tidak diperkenankan untuk menimbulkan perpecahan masyarakat Indonesia yang heterogen. Masing-masing pemeluk agama memiliki kebebasan untuk melaksanakan praktik peribadatnya.²⁵

Oleh karena itu, dakwah Islam di Indonesia harus memperhatikan aspek tersebut, agar tidak terjadi pemaksaan dan radikalisme dalam berdakwah. Kelima, komitmen kebangsaan. Dakwah Islam moderat di Indonesia seharusnya menekankan pada kebangsaan Indonesia.²⁶ Dakwah Islam tidak menganjurkan umat Islam untuk berbangsa di luar bangsanya. Islam yang lahir di Arab, tidak serta merta mewajibkan pemeluk agama memiliki kebangsaan di luar bangsanya sendiri. Dengan demikian perlu dibedakan antara budaya dan ajaran agama dalam menyampaikan materi dakwah Islam. Keenam, toleransi. Dakwah Islam harus didasarkan pada toleransi antar sesama.²⁷ Toleransi bukan berarti menerima ajaran agama orang lain, tetapi toleransi lebih kepada menghargai pemahaman keagamaan orang lain yang berbeda. Dakwah Islam moderat lebih menekankan pada hubungan sosial yang bersifat ekternum, bukan internum. Masing-masing pendakwah diperbolehkan mengajarkan pemahaman agama kepada umat sesuai dengan guru dan imam yang diikuti. Hanya saja, pemahaman tersebut jangan sampai menimbulkan *truth claim* yang mengakibatkan pada perilaku menyesatkan dan menyalahkan ajaran pemahaman agama orang lain atau agama orang lain. Ketujuh, menghargai budaya lokal. Dakwah Islam yang dilakukan oleh para pendahulu di Indonesia menghargai budaya lokal. Bahkan budaya tersebut dijadikan sebagai media dakwah. Di Kota

²² Agus Akhmadi, "Moderasi Beragama Dalam Keragaman Indonesia," *Inovasi-Jurnal Diklat Keagamaan* 13, no. 2 (2019): 45–55.

²³ M Quraish Shihab, *Wasathiyah Wawasan Islam Tentang Moderasi Beragama* (Lentera Hati Group, 2019), 69.

²⁴ Ali Mahfudz, *Hidayatul Mursyidin Ila Turuqi Al-Wa'dzi Wa al-Khitabah* (Qahirah: Dar I'tisam, 1979), 45.

²⁵ Ali Mahfudz, *Fan Khitabah Wa I'dadu al-Khatib* (Qahirah: Dar I'tisam, tanpa tahun), 76.

²⁶ Muhamad Agus Mushodiq, "Konsep Dakwah Nir-Radikalisme Perspektif Syaikh Ali Mahfudz," *Wardah* 21, no. 1 (May 22, 2020): 66–105, <https://doi.org/10.19109/wardah.v21i1.5825>.

²⁷ Mhd Abror, "Moderasi Beragama Dalam Bingkai Toleransi," *Rusydiah: Jurnal Pemikiran Islam* 1, no. 2 (2020): 143–55.

Gede Yogyakarta, misalnya, terdapat masjid yang dibangun dengan ornamen hindu sebagai seni agama yang sudah ada sebelumnya. Islam menghargai budaya dan dapat membaaur dengan budaya, selama budaya tersebut tidak bertentangan dengan nilai Islam.

2. Moderasi Dakwah K.H. Ahmad Mustofa Bisri melalui Instagram

Era digital merupakan era dimana ketika melangsungkan dakwah dapat dilakukan dengan sangat praktis. Adanya kemajuan teknologi membuat masyarakat dengan mudah mengekspos dakwah baik berupa tulisan, gambar, maupun video melalui media sosial salah satunya instagram.²⁸ KH. Ahmad Mustofa Bisri juga melakukan hal tersebut melalui instagram yang dikelola. Beliau menawarkan dakwah Islam moderat yang dituangkan dalam berbagai bentuk, baik gambar, *caption*, ataupun video.

a. Tampilan Gambar

Penyajian materi dakwah dalam instagram milik KH. Ahmad Mustofa Bisri ada beberapa tampilan, salah satunya berbentuk gambar maupun *quote*. Unggahan yang diamati dalam penelitian ini yakni enam unggahan gambar. Berdasarkan observasi peneliti, secara keseluruhan yang telah terungkap pada tampilan gambar Instagram KH. Ahmad Mustofa Bisri, terdapat enam gambar pesan-pesan yang berkaitan dengan ajaran agama yang meliputi: cinta kebudayaan lokal, komitmen kebangsaan, cinta tanah air, cinta damai, pribadi yang pemaaf, dan keyakinan terhadap Allah SWT.



Gambar 1. Unggahan tentang mencintai kebudayaan lokal



Gambar 2. Unggahan tentang komitmen kebangsaan



Gambar 3. Unggahan tentang cinta tanah air

Pada gambar 1, tampak bahwa K.H. Ahmad Mustofa Bisri memposting gambar dirinya mengenakan sarung yang bermotifkan batik “rintik-rintik cinta” yang digunakan sebagai busana ibadah. Dari gambar tersebut tampak bahwa beliau ingin mendakwahkan bahwa mengamalkan peribadatan dalam Islam, shalat misalnya, tidak harus mengenai jubah. Pelaksanaan ibadah juga bisa mengenakan kain yang lazim digunakan di masyarakat di mana Islam didakwahkan dengan tetap mengikuti ajaran inti Islam, yaitu menutup aurat. Dengan demikian, beliau ingin mengatakan bahwa umat Islam harus dapat membedakan antara budaya dan ajaran agama. Lebih jauh lagi umat Islam harus mampu memilih dan memilah mana budaya yang dapat dileburkan dengan agama Islam dan mana budaya yang tidak sesuai dengan nilai ajaran Islam.

Pada gambar 2, K.H. Ahmad Mustofa Bisri memposting gambar bendera merah putih pada momen hari kemerdekaan Indonesia. Pada *caption* gambar tersebut beliau berdoa agar Indonesia tidak lagi dijajah oleh orang asing atau bahkan bangsa Indonesia sendiri. Penjajahan tersebut tidak terbatas pada aspek material, tetapi juga ideologi keagamaan dan

²⁸ Mutataqin Al Zamzami, “Konsep Moderasi Dakwah Dalam M. Quraish Shihab Official Website,” *Jurnal Bimas Islam* 12, no. 1 (2019): 123-48.

ideologi negara yang mulai diserang oleh kelompok transnasional yang menginginkan negara dengan ideologi agama.

Pada gambar 3 beliau memposting gambar dengan *background* patung proklamator republik Indonesia. Dengan postingan tersebut tampak bahwa dakwah Islam harus didasarkan pada *hubbul waton min al-iman* 'cinta tanah air merupakan sebagian dari iman'. Di dalam Islam sendiri keimanan tidak terbatas pada rukun Iman yang berjumlah enam, tetapi ada cabang keimanan lain seperti cinta tanah air, bersifat malu, dan menghargai sesama.



Gambar 4. Unggahan tentang cinta damai



Gambar 5. Unggahan tentang pribadi yang pemaaf



Gambar 6. Unggahan tentang keyakinan terhadap Allah SWT

Gambar 4 di atas tampak KH. Ahmad Mustofa Bisri mengunggah foto Gus Dur, presiden keempat Republik Indonesia ketika dilengserkan dari jabatan presiden. Dari unggahan ini setidaknya ada beberapa hal yang tampak; *pertama*, kedekatan personal antara KH. Ahmad Mustofa Bisri dan Gus Dur. Hal ini tentu sudah lazim diketahui oleh publik, sehingga agaknya ini bukan menjadi pesan utama dari unggahan ini. *kedua*, dalam frame foto yang diunggah terdapat kalimat "kekuasaan bukan segalanya", ini tampak seperti kritik sosial beliau terhadap realitas elit pemerintah yang saling berebut kekuasaan dengan menghalalkan segala cara. KH. Ahmad Mustofa Bisri seolah menyampaikan bahwa kekuasaan bukan segalanya, tanpa kekuasaanpun seseorang tetap bisa memberikan manfaat kepada sesama (seperti Gus Dur). Selain itu, karena kekuasaan bukan segalanya, maka ia tidak perlu dipertahankan sampai meneteskan darah manusia. Sikap Gus Dur, meredam pergerakan massa yang hendak membela beliau -bahkan siap bertaruh nyawa- harus dicontoh. Pemikiran Gus Dur, mengenai "mempertahankan stabilitas nasional" merupakan contoh konkrit dari mendahulukan kepentingan umum di atas kepentingan pribadi. Dengan demikian, jika dilihat dari indikator moderasi beragama, maka indikator-indikator yang dapat dibaca melalui interpretasi terhadap gambar keempat ini di antaranya; nilai-nilai kemanusiaan, ini diperoleh dari "kisah" dibalik foto tersebut. Kemudian nilai-nilai kemaslahatan ummat, sebagai bentuk mempertahankan stabilitas nasional. Hal ini juga nampak dari kisah dibalik foto. *Caption* "al-fatimah untuk Kyai Bangsa, Guru Kemanusiaan yang mencitai sesama", menunjukkan penghargaan terhadap tokoh bangsa, sekaligus menegaskan pesan untuk mencitai sesama. *Caption* selanjutnya "al-fatimah untuk Gus Dur kita" diikuti dengan gambar tangan berdoa dan bendera Indonesia, nampak menunjukkan religiusitas tidak bertentangan dengan negara. Tulisan ini juga bisa saja diinterpretasikan sebagai bentuk *show* terhadap taat konstitusi negara.

Sedang pada gambar 5, nampak KH. Ahmad Mustofa Bisri memposting gambar dirinya yang kemudian digandengan dengan kata-kata "jadilah PEMAAF yang murah hati dan PEMINTA MAAF yang rendah hati". Pada gambar ini, kata "pemaaf dan peminta maaf" ditulis dengan huruf kapital semua. Hal ini tentu jika ditinjau dari aspek gramatikal kebahasaan,

adalah hal yang kurang tepat. Namun, jika dibaca dari perspektif tradisi kelisanan, kata yang ditulis kapital tersebut seolah menunjukkan penekanan dan menjadi inti pesan. Karena tradisi keaksaraan tidak mungkin memberikan gambaran utuh mengenai ekspresi dan penekanan intonasi bicara dari pemberi performance, maka salah satu cara untuk menunjukkan penekanan adalah menggunakan huruf kapital atau biasanya juga diberi warna yang berbeda dan lain sebagainya. Sementara dari analisa isi konten tersebut, pesan moderasi yang nampak cenderung dalam aspek sikap dan cara berfikir. Pemaaf sering kali diasumsikan lebih baik dari pada peminta maaf. Hal ini lumrah, sebab orang yang meminta maaf pasti karena ia melakukan kesalahan, sehingga wajar jika pemaaf seolah menjadi pribadi yang lebih baik. Namun, dalam gambar ini KH. Ahmad Mustofa Bisri seolah "memberikan jalan tengah", bahwa baik pemaaf maupun yang meminta maaf merupakan sikap yang sama-sama baik. Dengan syarat, pemaaf harus mengendepankan sikap murah hati, sementara peminta maaf harus memiliki rasa rendah hati. Dengan demikian, moderasi dalam konten ini cenderung muncul dari pemaknaan kebahasaan *tawasuth*, tidak ekstrem kiri maupun kanan. KH. Ahmad Mustofa Bisri tidak hendak menunjukkan keperpihakannya kepada pemaaf maupun peminta maaf. Namun, ia nampak memberikan apresiasi atas keduanya sebagai salah satu bentuk jalan tengah.

Adapun gambar 6, KH. Ahmad Mustofa Bisri nampak memberikan nasihat mengenai topik apa yang pantas di-*share* kepada orang lain. Dalam frame foto yang dibagikan nampak tulisan "*sugeng subuh*, berbagi kegembiraan kepada siapa saja: tapi menyampaikan keluhan hendaknya hanya kepada Allah". Pada bagian *caption* KH. Ahmad Mustofa Bisri mengutip ayat al-Qur'an surah al-Baqarah ayat 186, perihal anjuran berdoa kepada Allah swt. *Caption* dan gambar yang ada agaknya nampak memiliki hubungan interpretatif. Jika dihubungkan maka seolah KH. Ahmad Mustofa Bisri hendak menyatakan bahwa berdoa kepada Allah tentang segala hal sulit yang kau alami, namun jangan sampaikan itu kepada orang lain. Nilai moderasi yang dapat dibaca dalam postingan ini adalah perihal hubungan manusia dengan Tuhan dan sesama manusia. Di satu sisi, terdapat tipikal manusia yang selalu *share to other* perihal apapun yang dialaminya dalam kehidupan. Sementara di sisi lain, ada tipikal manusia yang hanya mau berkeluh kesah kepada Tuhan saja, ia tidak mau membagikan pengalaman hidupnya kepada orang lain. Dua tipikal manusia ini disatukan oleh KH. Ahmad Mustofa Bisri dalam ruang "jalan tengah", dimana hanya kebahagiaan dan kegembiraan saja yang hendaknya dibagikan ke orang lain. Sementara, keluh kesah hendaknya hanya disampaikan kepada Allah SWT.

b. Tampilan Video

Perkembangan teknologi semakin canggih sehingga berdampak pada para pendakwah ataupun *mad'u*, karena bisa mengakses pesan-pesan dakwah, maupun pendidikan serta mudah untuk direalisasikan. Pada zaman sekarang, instagram merupakan media sosial yang sering dicapai oleh masyarakat dan tanpa mengenal umur, mulai dari anak kecil sampai orang dewasa.

Moderasi dakwah KH. Ahmad Mustofa Bisri di instagram selain menyajikan tampilan gambar, juga menyajikan tampilan dalam bentuk video. Di instagram milik KH. Ahmad Mustofa Bisri sudah ada sekitar 16 video yang diunggah. Tiap video yang diunggah memiliki waktu 1 hingga 15 menit. Bisa dibilang metode dakwah melalui instagram cukup efektif, hal dikarenakan semua pemakai smartphone memiliki akun instagram, oleh karena itu postingan mengenai ajaran agama ketika berdakwah bukan hanya diterima oleh masyarakat yang

datang di majelis dakwah, tetapi ajaran yang disampaikan pendakwah bahkan bisa diterima semua pemakai instagram dimanapun mereka berada, selama mereka menonton atau melihat postingan yang diunggah KH. Ahmad Mustofa Bisri.

Dalam video unggahan KH. Ahmad Mustofa Bisri, ada salah satu video yang berdurasi 1 menit 55 detik yang membahas mengenai anjuran membaca sholawat setiap harinya. Perintah bersholawat atas Nabi Muhammad saw ini berdasarkan dalil Al-Qur'an Surat Al-Ahzab ayat 56 yang artinya: "Sesungguhnya Allah dan malaikat-malaikat-Nya bershalawat untuk Nabi. Hai orang-orang yang beriman, bershalawatlah kamu atas Nabi dan ucapkanlah salam penghormatan kepadanya."

Ayat di atas menjelaskan bahwa sholawat merupakan salah shalawat. Ibadah ini bukan hanya dilakukan oleh manusia, tetapi Allah serta para malaikat sekalipun turut bershalawat untuk Nabi Muhammad saw. Menurut KH. Ahmad Mustofa Bisri membaca salawat dianjurkan 1000x per hari dan pada Hari Jum'at untuk diperbanyak lagi sholawatnya. Jika belum bisa 1000x dalam satu waktu, bisa dicicil 200x sehabis sholat fardhu. Ketika membaca sholawat yang diingat jangan khasiat atau manfaatnya tetapi yang harus diingat adalah Nabi Muhammad saw.

c. Tampilan Tulisan

Caption atau tulisan merupakan deskripsi singkat untuk menjelaskan dokumen, grafik, serta gambar yang berisi informasi dan terletak di bawah gambar maupun dokumen. *Caption* atau tulisan biasanya hanya terdiri dari beberapa kata atau kalimat. Tulisan atau *caption* mempunyai fungsi yaitu untuk memberikan informasi dasar dari suatu gambar. Tulisan atau *caption* di instagram biasanya disajikan dengan bahasa yang menarik tetapi tetap informatif agar pesan yang ada digambar bisa tersampaikan dengan baik. Pada *caption* atau tulisan terdapat struktur penulisan yang meliputi: *opening* (pembuka) yang biasanya pada gambar ditulis dengan ukuran yang lebih besar untuk menarik pembaca, *content* (isi) berisi ringkasan informasi untuk menjelaskan gambar, *closing* (penutup) berisi informasi tambahan yang belum ada di bagian *content* (isi).²⁹

Tampilan tulisan pada instagram milik KH. Ahmad Mustofa Bisri mempunyai ragam bahasa yang berbeda serta menarik dalam hal memodifikasi pengetahuan mengenai keagamaan. Jika melihat pada tampilan tulisan di instagram KH. Ahmad Mustofa Bisri, maka ada empat tulisan mengenai kelembutan ajaran agama Islam selama peneliti melakukan penelitian. Empat tulisan tersebut meliputi bersikap baik, makna dari kata basmalah, penyakit, dan menjaga perasaan orang lain.

Pada tampilan tulisan yang ditulis oleh KH. Ahmad Mustofa Bisri di instagram, tutur kata yang dipakai jelas, sistematis, serta dapat dipahami oleh semua khalayak umum. Tampilan tulisan atau *caption* ini bertujuan sebagai pelengkap postingan gambar maupun video serta sebagai penjelas dari pesan dakwah yang disampaikan KH. Ahmad Mustofa Bisri.

3. Interaksionisme Simbolik KH. Ahmad Mustofa Bisri dan *Followers*

a. Konsep Pikiran (*Mind*) dalam Komunikasi KH. Ahmad Mustofa Bisri Dan *Followers*

Teori George Herbert yang berkaitan dengan konsep interaksi simbolik, yaitu *mind*, *self*, dan *society*. Pembentukan makna melalui simbol terdapat dalam konsep pikiran (*mind*) yang ada pada diri manusia. *Mind* seketika akan muncul pada saat simbol yang signifikan

²⁹ Risky Guswindari, "Pengertian Caption dalam Bahasa Inggris dan Contohnya Halaman all," KOMPAS.com, October 2, 2020, <https://www.kompas.com/skola/read/2020/10/02/215520869/pengertian-caption-dalam-bahasa-inggris-dan-contohnya>.

digunakan dalam proses komunikasi. *Mind* merupakan proses perwujudan pada saat seseorang berinteraksi dengan dirinya sendiri dengan memakai simbol-simbol yang signifikan yaitu simbol dengan didasari oleh makna atau arti.³⁰

Pikiran (*mind*) meliputi berbagai kemampuan dalam mengaplikasikan simbol yang mempunyai kesamaan dalam arti sosial. Makna sosial tersebut tercipta dalam proses interaksi yang melibatkan komunikasi antara pemberi informasi dengan orang yang menerima informasi. Ketika menciptakan makna yang sama, individu saling menjalin kesepakatan serta kesepemahaman dalam menerapkan makna tertentu pada simbol tersebut.

Konsep *mind* atau pikiran dalam pandangan interaksi simbolik, misalnya lebih senang mendengarkan dan melihat dakwah di instagram dibandingkan langsung menghadiri dakwah ke majelis. Hal ini dikarenakan dakwah melalui instagram dapat dilihat kapan saja dan dimana saja serta lebih simpel. Era digital membuat segala sesuatu menjadi lebih praktis.³¹

Pada penelitian ini bisa dilihat pada saat sesama *followers* berkomunikasi. *Followers* memakai sosial media instagram dengan mengikuti akun dari KH. Ahmad Mustofa Bisri yaitu @s.kakung. Mereka menggunakan media instagram karena bisa mengakses gambar, video, maupun tulisan atau caption yang di posting oleh instagram KH. Ahmad Mustofa Bisri dan mempunyai makna bersama sehingga pikiran lawan interaksi lebih mudah memahami. Pemikiran KH. Ahmad Mustofa Bisri dalam menyampaikan dakwahnya, luar biasa moderat serta mengedepankan ajaran agama Islam. Pemikiran yang berbobot namun ringan, mudah dipahami serta sama sekali tidak terkesan menggurui.

Hal ini nampak dari beberapa *caption* yang ada dalam postingan beliau. Salah satunya dalam gambar 5, yang menuliskan “ini salah satu nasihatku untuk a. Mustafha bisri”. Dari sini nampak, bagaimana KH. Ahmad Mustofa Bisri, tidak hendak menggurui *follower*-nya. Meskipun sebenarnya hal ini sah-sah saja, sebab KH. Ahmad Mustofa Bisri merupakan panutan ummat. Namun, hal ini tidak dilakukannya karena sikap beliau yang rendah hati dan ketawadhu’annya. Menariknya, *caption* yang ditulis ditujukan untuk pribadi, sementara pesan yang disampaikan benar-benar universal. Hal yang unik dan menarik tentunya dari sosok KH. Ahmad Mustofa Bisri.

Ketika melakukan komunikasi dengan postingan instagram, baik pemilik akun maupun *followers* saling memahami apa yang mereka bicarakan. Sehingga tujuan dalam proses komunikasi tersebut tercapai. Kesepemahaman itulah yang menimbulkan adanya suatu proses komunikasi yang terjadi diantara keduanya.

b. Konsep Diri (*Self*) dalam Komunikasi KH. Ahmad Mustofa Bisri Dan *Followers*

Dalam pandangan Mead, diri (*self*) merupakan langkah penting dalam mengembangkan akal pikiran (*mind*). Diri atau *self* merupakan kemampuan perspektif yang berasal dari orang lain untuk menerima diri sendiri maupun masyarakat sebagai objek. Diri (*self*) datang serta bertumbuh melalui kegiatan bersosialisasi dengan lingkungan sekitar. Cara efektif bagi individu untuk masuk ke dalam suatu tatanan sosial merupakan suatu proses melihat diri sendiri melalui sudut pandang orang lain, dikarenakan individu akan mudah untuk melihatserta menilai kekurangan dan kelebihan yang terdapat pada diri sendiri.

³⁰ Richard West and Lynn H Turner, “Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi Edisi 5 Buku 1,” 2017, 18.

³¹ Meirin Rahma Dira and Tina Kartika, “Fenomena Online Buying Behavior Dalam Pandemi Covid-19 (Studi Interaksi Simbolik Pada Generasi Milenial),” *JSSH (Jurnal Sains Sos. Dan Humaniora)* 5, no. 1 (2021): 45.

Diri atau *self* melihat bagaimana *followers* berkomunikasi dengan pemilik akun instagram yaitu KH. Ahmad Mustofa Bisri. Diri muncul serta berkembang melalui aktivitas serta hubungan sosial. Konsep diri yang diterapkan *followers* ketika bersosial media di instagram yaitu mereka menempatkan diri sebagai objek dengan mengikuti kegiatan atau postingan dari akun instagram KH. Ahmad Mustofa Bisri ini.

George Herbert Mead dalam teori interaksi simbolik diri (*self*) mempunyai konsep “I” and “Me”, yang artinya diri kita sebagai manusia apabila subyek adalah “I” dan diri kita sebagai manusia apabila obyek yaitu “Me”. “I” merupakan nilai diri yang bersifat non-reflektif yang merupakan tanggapan terhadap suatu kebiasaan spontan tanpa adanya pertimbangan terlebih dulu. Pada saat aksi serta reaksi terdapat suatu pemikiran maupun pertimbangan, maka pada saat itu “I” berubah menjadi “Me”.³²

Konsep kedua dari interaksi simbolik adalah *self* atau diri. Pemakai aplikasi instagram mempertimbangkan tiap perilaku serta kebiasaan yang dilakukan dalam memanfaatkan aplikasi instagram untuk mendengarkan serta melihat dakwah yang disampaikan oleh KH. Ahmad Mustofa Bisri. Berdasarkan konsep diri tersebut kemudian akan menuntun *followers* akun instagram KH. Ahmad Mustofa Bisri membentuk konsep dirinya sendiri dalam bentuk dakwah. *Followers* akan belajar mengenal kepribadian mereka sendiri melalui interaksi simbolik atau bersosialisasi dengan individu di lingkungan sekitarnya. Sama halnya dalam mengaplikasikan sosial media instagram dalam berdakwah, *followers* akan mengenal kepribadian diri mereka melalui interaksi atau sosialisasi dalam berdakwah di instagram yang dilakukan mungkin cukup membalas komentar maupun hanya menyukai postingan.

Apalagi dalam keadaan pandemi Covid-19 sekarang ini juga memberikan dampak yang meningkat terhadap aktivitas berdakwah menggunakan sosial media instagram. Pengguna instagram lebih sering melihat postingan-postingan mengenai dakwah di media sosial, salah satunya instagram KH. Ahmad Mustofa Bisri. Dakwah KH. Ahmad Mustofa Bisri sangat berpengaruh dalam diri (*self*) misalnya lebih bijak dalam berucap atau bertutur kata dan bertingkah laku.³³

Dalam berkomunikasi dengan pemilik akun, *followers* memberikan komentar serta tanggapan pada setiap postingan akun instagram KH. Ahmad Mustofa Bisri dengan bahasa yang santun serta KH. Ahmad Mustofa Bisri memberikan *feedback* atau timbal balik dengan membalas komentar salah satu *followers* nya. Dalam hal ini, terjadilah penilaian mengenai dirinya terhadap sudut pandang orang lain.

c. Konsep Sosial (*Society*) dalam Komunikasi KH. Ahmad Mustofa Bisri Dan *Followers*

Gagasan dari Mead yang menyebutkan bahwa makna timbul berdasarkan interaksi, dan terus berkembang serta disempurnakan selama proses interaksi berlangsung merupakan teori konsep interaksi simbolik yang terakhir yaitu *society* atau sosial. *Society* atau sosial merupakan perkumpulan dari beraneka ragam bidang sosial yang termasuk agama, suku bangsa, adat, budaya, serta bidang sosial yang lainnya. Pembentukan konsep diri seseorang berdasarkan pengaruh serta perkembangan individu yang dilakukan melalui interaksi dengan lingkungan sekitar (*society*).³⁴

³² Muhammad Budyatna, “Teori Komunikasi Antar Pribadi,” 2011, 54.

³³ Dira and Kartika, “Fenomena Online Buying Behavior Dalam Pandemi Covid-19 (Studi Interaksi Simbolik Pada Generasi Milenial).”

³⁴ Budyatna, “Teori Komunikasi Antar Pribadi.”

Konsep ketiga adalah *society* atau sosial. Pada teori interaksionalisme simbolik, masyarakat terdiri atas kebiasaan yang saling bekerjasama diantaranya para anggota. Berdasarkan penelitian ini, pengguna instagram adalah salah satu bagian dari masyarakat dalam berinteraksi di sosial media. Interaksi yang diberikan antara pemilik akun instagram serta *followers* berupa pesan dakwah Islam yang dimaknai dengan sikap atau perbuatan dalam memahami dakwah yang mengambil letak di tengah-tengah dari dua sikap yang berlebihan serta bersebrangan. Pesan yang terkandung dalam dakwah tersebut ini mempengaruhi orang-orang yang membaca dan melihat postingan dakwah KH. Ahmad Mustofa Bisri. Peran dakwah KH. Ahmad Mustofa Bisri dalam moderasi dakwah yaitu menyeimbangkan ajaran-ajaran Islam yang tidak condong ke kanan dan ke kiri. Dakwahnya pun tetap berlandaskan pada syari'at Islam.³⁵

Dakwah selalu berada di tengah-tengah masyarakat. Adanya dakwah bisa menjadikan manusia berada di jalan yang benar serta selalu dalam ridho Allah Swt. Dalam kehidupan sehari-hari khususnya dalam hidup bermasyarakat, pesan dakwah KH. Ahmad Mustofa Bisri sangat berpengaruh bagi diri masing-masing individu. Pesan dakwah dari KH. Ahmad Mustofa Bisri berisi bersosialisasi dengan masyarakat agar terbentuknya masyarakat yang rukun damai sesuai ajaran Islam, saling tolong menolong, rasa toleransi terhadap sesama, dan menumbuhkan rasa persaudaraan.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis dari penelitian di atas, secara umum Interaksionisme Simbolik dalam Moderasi Dakwah KH. Ahmad Mustofa Bisri di Instagram dapat dibagi dua bagian, di antaranya sebagai berikut: *pertama*, konsep moderasi dakwah yang diunggah oleh akun Instagram KH. Ahmad Mustofa Bisri terdiri dalam tiga simbol yaitu: tampilan gambar, video, dan tulisan. Pada tampilan gambar peneliti mengambil beberapa materi diantaranya, "Akomodasi Budaya Lokal", "Komitmen Kebangsaan", "Sosok Seorang Gus Dur", "Nasihat KH. Ahmad Mustofa Bisri". Moderasi dakwah yang berupa tampilan video, meliputi "Doa Tanpa Daya" dan "Sholawat dan Istighfar". Selanjutnya tampilan tulisan terdiri dari, "Bersikap Baik", "Makna Kata Basmallah", "Penyakit Hati", dan "Menjaga Perasaan Orang Lain".

Kedua, interaksionisme simbolik yang terjadi antara KH. Ahmad Mustofa Bisri dan para pengikut meliputi tiga hal, yaitu *mind*, *self*, dan *society*. *Mind* meliputi kemampuan dalam menggunakan simbol, dimana antara KH. Ahmad Mustofa Bisri dan pengikut saling memahami apa yang mereka bicarakan. Pemikiran KH. Ahmad Mustofa Bisri dalam penyampaian dakwah mengedepankan ajaran islam yang ringan, mudah dipahami dan tidak menggurui. *Self* menunjukkan para pengikut yang mengenal gambaran diri dan memikirkan setiap perbuatan dalam mengamati dakwah KH. Ahmad Mustofa Bisri di Instagram, baik dengan menyukai postingan, memberi komentar dan membagikan ulang postingan tersebut. *Society* menunjukkan bahwa para pengikut akun KH. Ahmad Mustofa Bisri melakukan interaksi satu sama lain dan mengaktualisasikan pengaruh yang diperoleh dalam kehidupan sehari-hari mereka

³⁵ Dira and Kartika, "Fenomena Online Buying Behavior Dalam Pandemi Covid-19 (Studi Interaksi Simbolik Pada Generasi Milenial)."

Daftar Pustaka

- Abror, Mhd. "Moderasi Beragama Dalam Bingkai Toleransi." *Rusydhiah: Jurnal Pemikiran Islam* 1, no. 2 (2020): 143–55.
- Ahmadi, Dadi. "Interaksi Simbolik: Suatu Pengantar." *MediaTor (Jurnal Komunikasi)* 9, no. 2 (2008): 301–16.
- Akhmadi, Agus. "Moderasi Beragama Dalam Keragaman Indonesia." *Inovasi-Jurnal Diklat Keagamaan* 13, no. 2 (2019): 45–55.
- Al Zamzami, Mutataqin. "Konsep Moderasi Dakwah Dalam M. Quraish Shihab Official Website." *Jurnal Bimas Islam* 12, no. 1 (2019): 123–48.
- Ali, Hasanuddin. "» Indonesia Muslim Report 2019 - Alvara Strategic Indonesia Muslim Report 2019." Accessed July 17, 2023. <https://alvara-strategic.com/indonesia-muslim-report-2019/>, <https://alvara-strategic.com/indonesia-muslim-report-2019/>.
- Budyatna, Muhammad. "Teori Komunikasi Antar Pribadi," 2011.
- Dira, Meirin Rahma, and Tina Kartika. "Fenomena Online Buying Behavior Dalam Pandemi Covid-19 (Studi Interaksi Simbolik Pada Generasi Milenial)." *JSSH (Jurnal Sains Sos. Dan Humaniora)* 5, no. 1 (2021): 45.
- gusmus. "Profil." Accessed July 17, 2023. <http://gusmus.net/profil>.
- Guswindari, Risky. "Pengertian Caption dalam Bahasa Inggris dan Contohnya Halaman all." KOMPAS.com, October 2, 2020. <https://www.kompas.com/skola/read/2020/10/02/215520869/pengertian-caption-dalam-bahasa-inggris-dan-contohnya>.
- Kemp, Simon. "Digital 2021: The Latest Insights into the 'State of Digital.'" We Are Social UK, January 27, 2021. <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital/>.
- Mahfudz, Ali. *Fan Khitabah Wa I'dadu al-Khatib*. Qahirah: Dar I'tisam, tanpa tahun.
- . *Hidayatul Mursyidin Ila Turuqi Al-Wa'dzi Wa al-Khitabah*. Qahirah: Dar I'tisam, 1979.
- Masse, Muhammad Rustam. "INTERNET DAN PENGGUNAANNYA (Survei Di Kalangan Masyarakat Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan)." *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media* 21, no. 1 (2017): 13–24.
- Medistiara, Yulida. "Terorisme Rambah Media Sosial, 20 Ribuan Konten Sudah Diblokir." detiknews. Accessed July 17, 2023. <https://news.detik.com/berita/d-5519483/terorisme-rambah-media-sosial-20-ribuan-konten-sudah-diblokir>.
- Munir, Samsul. "Ilmu Dakwah." *Jakarta: Amzah*, 2009, 62–64.
- Mushodiq, Muhamad Agus. "Konsep Dakwah Nir-Radikalisme Perspektif Syaikh Ali Mahfudz." *Wardah* 21, no. 1 (May 22, 2020): 66–105. <https://doi.org/10.19109/wardah.v21i1.5825>.
- Ng, Jacky C. K., Eleanor S. S. Lin, and Virginia K. Y. Lee. "Does Instagram Make You Speak Ill of Others or Improve Yourself? A Daily Diary Study on the Moderating Role of Malicious and Benign Envy." *Computers in Human Behavior* 148 (November 1, 2023): 107873. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107873>.
- Prihatiningsih, Witanti. "Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja." *Communication* 8, no. 1 (2017): 51–65.
- Raco, J.R. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Grasindo, 2010.
- Rahmatullah, Rahmatullah. "Popularitas Moderasi Beragama: Sebuah Kajian terhadap Tren Penelusuran Warganet Indonesia." *NALAR: Jurnal Peradaban dan Pemikiran Islam* 5, no. 1 (June 29, 2021): 62–77. <https://doi.org/10.23971/njppi.v5i1.2419>.
- Rosa-Castillo, Antonio, Oscar García-Pañella, Alba Roselló-Novella, Elena Maestre-Gonzalez, Anna Pulpón-Segura, Teresa Icart-Isern, and Montserrat Solà-Pola. "The Effectiveness of an Instagram-Based Educational Game in a Bachelor of Nursing Course: An Experimental Study." *Nurse Education in Practice* 70 (July 1, 2023): 103656. <https://doi.org/10.1016/j.nepr.2023.103656>.

- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Shihab, M Quraish. *Wasathiyyah Wawasan Islam Tentang Moderasi Beragama*. Lentera Hati Group, 2019.
- Sidiq, Anwar. "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Study Akun@ Fuadbakh)," 2017.
- Sugiyono, PD. "Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D." *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung 225* (2017): 87.
- Sutrisno, Edy. "Moderasi Dakwah Di Era Digital Dalam Upaya Membangun Peradaban Baru." *Al-Insan Jurnal Bimbingan Konseling Dan Dakwah Islam* 1, no. 1 (2020): 56–83.
- Toybah, Nur Rizky. "Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun@ HADITSKU." *Al-Hiwar: Jurnal Ilmu Dan Teknik Dakwah* 4, no. 1 (2017).
- Wahyudiyono, Wahyudiyono. "Implikasi Penggunaan Internet Terhadap Partisipasi Sosial Di Jawa Timur." *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika* 8, no. 2 (2019): 63–68.
- West, Richard, and Lynn H Turner. "Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi Edisi 5 Buku 1," 2017.
- Zahra, Ulfa Fauzia, Ahmad Sarbini, and Asep Shodiqin. "Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah." *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 1, no. 2 (2016): 60–88.