

Membumikan Khilafah di Indonesia: Strategi Mobilisasi Opini Publik oleh Hizbut Tahrir Indonesia (HTI) di Media Sosial

Paelani Setia *¹

¹ Magister of Religious Studies, UIN Sunan Gunung Djati Bandung; setiapaelani66@gmail.com

* Correspondence: setiapaelani66@gmail.com

Abstract: Social media, with its openness, provides new cyberspace that religious organizations use in conveying their religious messages, including the religious message of the Hizbut Tahrir Indonesia (HTI) organization. This paper aims to discuss the strategy of Hizbut Tahrir Indonesia (HTI) in influencing public opinion on social media after it was dissolved by the government through Perppu Ormas Number 2 of 2017. This study uses a qualitative method with data collection through online observations, field observations, interviews, and document reviews. This paper finds that HTI's struggle to ground the Khilafah ideology on social media is quite successful because it can take advantage of the momentum of national political dynamics. While social media is used as an essential instrument for disseminating Khilafah's opinion, various cases of post-truth political practice were also found. Unfortunately, the assumption that social media is safe for HTI, but that assumption has not been proven true. The criminal penalties received by its members have become a new threat to HTI on social media.

Keywords: Caliphate; Hizbut Tahrir Indonesia; politics post-truth; radicalism; Twitter.

Abstrak: Media sosial dengan keterbukannya memberikan ruang siber baru (cyberspace) yang dimanfaatkan oleh organisasi keagamaan dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaannya, termasuk pesan keagamaan ormas Hizbut Tahrir Indonesia (HTI). Tulisan ini bertujuan membahas strategi Hizbut Tahrir Indonesia (HTI) dalam mempengaruhi opini publik di media sosial pasca dibubarkan oleh pemerintah melalui Perppu Ormas Nomor 2 Tahun 2017. Opini HTI ini merupakan bagian dari penyebaran paham Khilafah Islamiyyah melalui penugasan para anggotanya yang bermayoritaskan milenial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi online, observasi lapangan, wawancara, dan kajian dokumen. Tulisan ini diperoleh temuan bahwa perjuangan HTI dalam membumikan ideologi Khilafah di media sosial cukup berhasil karena mampu memanfaatkan momentum dinamika politik nasional. Sementara media sosial digunakan sebagai instrumen penting penyebaran opini Khilafah, ditemukan pula pelbagai kasus praktek politik pasca kebenaran (post-truth). Namun, pernyataan bahwa media sosial aman bagi HTI tidak terbukti benar. Hukuman pidana yang diterima anggotanya menjadi ancaman baru bagi HTI di media sosial.

Kata Kunci: Hizbut Tahrir Indonesia; politik pasca kebenaran; radikalisme; khilafah; Twitter.

1. Pendahuluan

Belakangan berkembang tesis tentang disharmonisasi antara agama dan internet. Hal ini tentunya mengundang polemik di kalangan para sarjana Muslim. Menurut studi yang dilakukan oleh Armfield & Holbert menyebut, "semakin tinggi derajat religiusitas seseorang, semakin kecil kemungkinan seseorang menggunakan internet" (Armfield & Holbert, 2003). Termasuk argumen yang disampaikan Bockover, yang memandang internet merupakan produk sekuler dan kapitalis yang tidak pro terhadap agama. Lebih jauh, Al-Kandari & Dashti, menyebut bahwa internet hanya akan menghilangkan otoritas tradisional dari agama yang sudah mapan. Menurut keduanya, negara seperti Arab Saudi pernah mengalami pesimisme akibat internet ini (Al-Kandari & Dashti, 2014). Sama halnya dengan Barker yang berpendapat bahwa pengalaman religiusitas umat beragama yang baik di internet telah menghilangkan keyakinan mereka pada otoritas agama konvensional (Barker, 2015).

Sontak hal ini menimbulkan banyak sekali penolakan. Tidak hanya para sarjana Muslim, sarjana Barat juga banyak mengkritik tesis disharmonisasi internet dan agama. Salah satunya Garry R. Bunt (2000), yang berpandangan bahwa internet tidak menghalangi seseorang dalam beragama. Buktinya, banyak negara-negara mayoritas Muslim berhasil menggunakan internet sebagai media komunikasi mereka. Islam juga dapat berkembang cepat di dunia Barat akibat internet ini. Bunt menambahkan, orang-orang yang sebelumnya punya pandangan konservatif terhadap agamanya tidak mengalami pengaruh negatif apa pun ketika menggunakan internet. Ini karena internet adalah media baru yang bisa digunakan untuk dakwah Islam dan kepentingan Islam lainnya (*Cyber Islamic environment*) (Bunt, 2003). Selanjutnya penelitian mengenai hubungan positif agama dan internet juga dilakukan oleh Wahid (2020) tentang peran Nahdlatul Ulama di internet. Berdasar penelitiannya, ia mengungkapkan bahwa NU tidak layak lagi disebut sebagai ormas yang berporos tradisional. Ini juga sekaligus membantah dikotomi tradisional-modernis pada ormas Islam di Indonesia. Selanjutnya, beberapa penelitian lain juga mengungkapkan bahwa internet telah meringankan fungsi agama khususnya Islam sebagai sarana menyajikan pembelajaran (Solahudin & Fakhruroji, 2019), perdamaian (Fazaeli, Shakibnezhad, & Karami, 2020), moderasi (Asep M Iqbal, 2020), dan pluralisme (Gillespie, 2018).

Internet termasuk turunannya—media sosial adalah media jurnalisme publik yang setiap pengguna merangkap sebagai pemroduksi informasi. Internet memfasilitasi seseorang tidak hanya sebagai pengonsumsi informasi, tetapi juga sebagai pencipta informasi. Asas ini disebut sebagai asas universalisme internet (Sørensen, 2020). Melalui asas ini, setiap orang, komunitas, hingga kelompok bisa merencanakan opini dan memberitakannya ke khalayak publik di internet (*netizen*). Dalam pesan keagamaan, internet sayangnya tidak selalu memfasilitasi informasi positif tentang agama. Tidak jarang internet juga menjadi jembatan informasi agama yang disesatkan, dibuat untuk kebencian, dan mempromosikan radikalisme. Beberapa bukti menunjukkan bahwa internet membawa dampak negatif bagi citra agama (Affan & Thohir, 2020), hoaks (Dulkiah & Setia, 2020), konflik antar agama (Abdel-Fadil, 2019), kebencian agama (Evolvi, 2018), radikalisme agama (Mahfud et al., 2018), hingga teorisme oleh ISIS (Sardarnia & Safizadeh, 2019).

Hal ini menunjukkan bahwa tidak selamanya internet membawa pengaruh baik bagi agama. Meskipun hal ini tergantung kepada siapa pengguna (*users*) internet tersebut. Terutama berkaitan dengan bagaimana tanggung jawab moral setiap pengguna untuk menggunakan internet sebaik mungkin, khususnya untuk kepentingan agamanya (Rusli, 2020). Karena sudah seharusnya umat beragama memanfaatkan internet untuk membingkai pesan-pesan perdamaian dan kesatuan. Hal ini berkorelasi dengan apa yang dalam Islam disebut dengan dakwah. Dakwah pada intinya adalah menyampaikan pesan-pesan kebajikan ajaran Islam kepada umat manusia di muka bumi (Briandana, Doktoralina, Hassan, & Hasan, 2020). Sayangnya pesan dakwah ini seringkali tidak semulus yang diharapkan, tiap-tiap umat Islam memiliki perbedaan yang sangat signifikan dalam ajaran, doktrin, dan gerakan keagamaan masing-masing (Lubis, 2017). Dengan demikian, apa yang dikonstruksi di internet akan sesuai dengan kelompok mana yang menyajikannya. Perbedaan kelompok inilah yang kemudian menjadi pergulatan opini di internet, antara siapa yang mewakili mayoritas dan siapa yang minoritas menjadi bias di internet.

Studi Iqbal (2017), tentang Salafi di Indonesia menjadi contoh bagaimana internet bisa dikuasai oleh siapa saja. Salafi terbukti mampu menguasai jagat maya melalui populernya ideologi mereka. Padahal gerakan ini dikenal sebagai gerakan agama konservatif, namun menjadi gerakan Islam modern karena kuasanya atas teknologi. Tidak heran jika Bubalo & Fealy (2007) menyebut bahwa gerakan Salafiah termasuk gerakan yang paling berkembang di Indonesia. Jika keluar dari konteks Indonesia, dunia tentu telah mengenal lama bagaimana digdaya dan hegemoninya ISIS menyebarkan ideologi terorismenya melalui internet ke seluruh dunia (Sultan, 2017). Penguasaan atas internet inilah yang menunjukkan bahwa internet adalah lingkungan baru dunia Islam di ruang maya baik positif maupun negatif. Kedua contoh dari gerakan Salafi dan ISIS merupakan bentuk penguasaan internet oleh organisasi agama.

Senada dengan gerakan Salafi, organisasi lainnya yang setipe adalah Hizbut Tahrir yang juga diidentifikasi pada penguasaannya yang tinggi di internet. Organisasi yang lahir di Timur-Tengah ini bersifat transnasional yang tumbuh dan berkembang menyebar ke berbagai belahan dunia lainnya (Osman, 2010). Tercatat Hizbut Tahrir menyebar ke benua Eropa, Amerika, hingga Asia. Sudah lebih di 50 negara organisasi ini singgah dan hidup. Konsekuensi sebagai gerakan lintas-negara membuat Hizbut Tahrir menasbihkan diri sebagai organisasi jaringan global yang merupakan bagian, peserta, dan penafsir globalisasi melalui operasi yang melintasi batas negara dan menantang keberadaan negara-bangsa (*nation-state*) (Iqbal dan Zulkifli, 2016). Sebagai penafsir globalisasi, maka Hizbut Tahrir logis jika menggunakan instrumen internet sebagai bagian dari identitas khasnya. Ini dilakukan agar

selain memperkenalkan bentuk organisasi juga menyebarkan visi dan misinya yakni kepemimpinan tunggal atau biasa disebut *Dawlah* atau *Khilafah Islamiyyah*.

Di Indonesia, Hizbut Tahrir (Hizbut Tahrir Indonesia—HTI) mulai dominan pada tahun 2000-an (Manik & Hasanuddin, 2018). Hal ini buntut dari terjadinya reformasi yang melahirkan ormas-ormas baru sebagai wujud sistem demokratisasi Indonesia. Meski dibawa ke Indonesia oleh salah seorang pimpinan Hizbut Tahrir Australia, Al-Baghdadi tahun 1980-an, HTI mulai terlihat besar semenjak dilaksanakannya Konferensi Khilafah Internasional di Stadion Gelora Bung Karno tahun 2007. Beberapa sumber mengatakan bahwa jumlah peserta yang hadir di acara tersebut kurang lebih 100 ribu orang. Riak-riak HTI juga mulai kembali mengemuka ketika Pilpres 2014 digelar. Saat itu terjadi polarisasi dua kutub yang sangat hebat dari kedua pasangan calon, Prabowo dan Joko Widodo yang didukung basis massa keduanya. HTI disebut-sebut ada dalam kelompok pendukung Prabowo dan menjadi pihak yang turut bertanggung jawab dalam ‘penggorengan’ isu seperti kriminalisasi ulama, dan kebangkitan Partai Komunis Indonesia (PKI). Meskipun isu tersebut langsung dibantah oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) sebagai disinformasi (Fajrlan, 2019). Setelah Pilpres, HTI juga kerap disebut-sebut dalam proses jalannya Pilkada DKI Jakarta 2017. Peran HTI sangat sentral terutama terdepan dalam memunculkan opini tentang penistaan agama oleh Basuki Tjahaja Purnama alias Ahok.

Tidak sampai disitu, HTI juga menginisiasi beberapa opini publik yang sebelumnya mereka konstruksikan (Akhiyat & Usuluddin, 2019). Isu-isu yang menjadi fokus HTI bahkan sering menguasai perbincangan publik di beberapa platform media sosial, terutama Twitter. Isu-isu yang dimaksud sebetulnya tidak jauh dari ciri khas agenda mereka seperti tagar #WeNeedKhilafah #DemokrasiSistemKufur dan #KhilafahAjaranIslam. Tagar #WeNeedKhilafah misalnya, merupakan tagar yang sengaja dibuat dengan tujuan menjawab berbagai konflik yang melanda dunia Islam seperti konflik Israel-Palestina, Muslim Rohingya, dan Muslim Uighur, China. Dengan demikian, melalui tagar tersebut ada pesan yang merupakan solusi alternatif untuk dunia saat ini. Tagar #DemokrasiSistemKufur juga kerap menghiasi trending topik di Twitter sebagai isu yang digaungkan dan biasanya tidak jauh dari sikap penolakan mereka terhadap pemilu dan demokrasi secara umum. Sementara, #KhilafahAjaranIslam digaungkan HTI tatkala mereka melawan opini-opini yang menyudutkan Khilafah sebagai ajaran radikal.

Digdayanya HTI menguasai publik maya menyebabkan pemerintah tergerak dan melihat ini sebagai sebuah ancaman nyata bagi disintegrasi bangsa. Dengan dalih HTI sebagai organisasi yang radikal yakni gerakan politik yang berkonotasi ekstrem, militan, non-toleran, dan anti Barat (Afadlal, dkk., 2005) dan oleh karena aktivitas dan ideologi yang di usung HTI juga bertentangan dengan Pancasila dan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI), maka organisasi ini resmi dibubarkan oleh pemerintah melalui Peraturan Pemerintah (Perppu)/yang kini telah menjadi Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2017 tentang Organisasi Kemasyarakatan (Arifan, 2014). Melalui proses pembubaran ini, ruang gerak HTI menjadi semakin terbatas, terutama di dunia riil (nyata). Namun, tidak terjadi pada dunia maya (virtual). Meskipun telah dibubarkan pemerintah dan sudah dicap sebagai organisasi terlarang, “seribu macam cara” digunakan HTI agar visi dan misi mereka tetap bisa dinikmati publik luas. Media sosial dan internet adalah instrument ampuh untuk tetap melaksanakan kampanye mereka dan alat untuk memobilisasi opini publik.

Tulisan ini akan membahas bagaimana Hizbut Tahrir Indonesia (HTI) melaksanakan peran di media sosial yang kemudian memobilisasi opini publik yang dikemas melalui kampanye-kampanye membumikan *Khilafah*. Kemudian berimplikasi terhadap motif dan strategi yang digunakan melalui media sosial. Studi kasus yang diambil dalam tulisan ini adalah salah satu cabang HTI di Kota Bandung, yakni HTI Kecamatan Cibiru, Kota Bandung, Jawa Barat.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan netnografi. Menurut Kozinets (2010), metode ini merupakan aktivitas penelitian yang bisa menggabungkan penelitian lapangan dan penelitian menggunakan instrumen internet. Pengumpulan data dilakukan melalui keikutsertaan di media sosial dengan ikut serta dalam grup *Whatsapp*, mengikuti akun *Instagram*, dan *Facebook* HTI. Selanjutnya, kajian dokumen dilakukan dengan mengkaji dokumen tertulis berupa hasil-hasil penelitian dalam bentuk publikasi online, kitab-kitab HTI (*Nidzamul Islam*, *at-Takatul Hizbi*, dan *Mafahim*), dan juga media-media milik HTI secara online yakni Media Umat, Buletin Kaffah, Buletin Teman Surga, artikel-artikel karya anggota HTI, serta buku-buku HTI. Kemudian pengumpulan data juga dilakukan melalui observasi lapangan dengan mendatangi lokasi sekretariat HTI Kecamatan Cibiru, Kota Bandung dan ikut menjadi peserta pasif dalam beberapa acara HTI, seperti acara

diskusi, peringatan tahun baru hijriah, dan kajian bulanan. Terakhir, wawancara dilaksanakan terhadap struktur pemimpin dan anggota HTI.

3. Hasil dan Pembahasan

Gerakan Sosial dan Media Sosial

Deburoh Lupton dalam bukunya *Digital Sociology* (2017), mengemukakan bahwa fenomena kemunculan gerakan sosial di media sosial dapat dilihat dari dua macam tujuan, yakni perjuangan politik dan gerakan feminisme. Misalnya, aksi protes Musim Semi Arab tahun 2011 dan gerakan feminis di Australia tahun 2013. Keduanya menggunakan media sosial *Twitter*, *Youtube*, *Facebook* dan blog. Gerakan-gerakan sosial di media sosial tersebut membuktikan berhasilnya suatu gerakan yang dilaksanakan melalui media sosial. Termasuk dalam tulisan ini yang menjelaskan gerakan sosial melalui media sosial yang kemudian diidentifikasi oleh HTI sebagai gerakan sosial transnasional.

Nengah Bawa Atmadja dalam bukunya *Sosiologi Media Persektif Teori Kritis* (2018), membagi beberapa pendekatan untuk memahami gerakan sosial yang dikonstruksi oleh media sosial, yakni strukturalisme, konflik, interaksionisme simbolik, dan kritis (Atmadja, 2018). Berbagai pendekatan tersebut menunjukkan adanya faktor dan aspek sosiologis dalam memahami gerakan sosial dan motif di balik gerakan tersebut. Hal ini terjadi karena kajian sosiologi salah satunya mengarah pada gerakan sosial kekinian yang fokus pada gerakan di media sosial atau disebut sosiologi media. Salah satu perspektif sosiologi media untuk memahami gerakan yang dikonstruksi media sosial adalah konflik.

Menurut perspektif konflik, media (khususnya massa) bisa dikuasai oleh suatu kelompok dan digunakan untuk kepentingan kelompok tersebut. Termasuk memasukkan ideologi suatu kelompok agar bisa mempengaruhi pikiran publik. Hal tersebut berdasar pada stratifikasi sosial, ada kelompok superior dan ada kelompok inferior. Cerminannya terjadi pada kelas penguasa yang sering memanfaatkan media untuk membentuk pikiran kelas yang dikuasainya agar tercipta kekuasaan yang hegemonik (Gramsci, 2013).

Namun demikian, kelahiran media sosial menyebabkan adanya perubahan baru bahwa siapa pun bisa memanfaatkan media dan bahkan bisa membentuk opini publik (Heryanto, dkk., 2017). Contohnya, selebgram, tokoh, hingga pejabat yang kerap kali memanfaatkan media sosial sebagai sarana baru interaksi dan transfer pandangannya dengan masyarakat luas. Alhasil, media sosial melahirkan perubahan pada aktor utama media.

George C. Homans merupakan sosiolog yang fokus pada analisa peran aktor dalam sistem sosial masyarakat. Dalam bukunya yang berjudul *Elementary Forms of Social Behavior* (1974), Homans berasumsi bahwa orang atau kelompok terlibat dalam suatu perilaku bertujuan untuk memperoleh ganjaran dan menghindari hukuman. Artinya, aktor bertindak dengan maksud dan tujuan tertentu sesuai dengan pengetahuan dan informasi dalam membuat pilihan rasional (Ritzer, 2014). Untuk memahami tindakan dan motif aktor, Homans memperkenalkan lima proposisi:

Pertama, proposisi sukses yang berarti aktor makin besar kemungkinannya untuk melakukan tindakan yang sama apabila menerima imbalan. Atau bilamana seseorang berhasil memperoleh ganjaran (atau menghindari hukuman) maka ia cenderung mengurangi tindakan tersebut (Poloma, 2013). Oleh karena itu, proposisi ini berhubungan dengan hubungan masa lalu yang menguntungkan atau merugikan (Homans, 1974: 16). *Kedua*, proposisi stimulus yang berarti adanya motivasi aktor dalam melakukan suatu tindakan. Jika aktor memiliki motivasi yang tinggi dalam bertindak, maka aktor kemungkinan akan mengulangi cara yang sama atau bahkan menggunakan cara lain agar tetap menjaga kesuksesan suatu tindakan (Homans, 1974). *Ketiga*, proposisi nilai yang berarti berkaitan dengan besar atau kecilnya materi suatu ganjaran yang diterima. Jika ganjaran yang diterima sangat bernilai maka tindakan akan kembali dilakukan, begitupun sebaliknya, jika ganjaran kecil maka tindakan tidak akan diulangi. Proposisi ini berhubungan dengan proposisi selanjutnya yaitu proposisi devrivas, dimana jika ganjaran yang diterima bersifat tidak bernilai dan terlalu sering dalam jangka waktu dekat, maka tindakan tidak akan dilakukan kembali (Homans 1974: 25). *Keempat*, proposisi persetujuan yang berarti apabila aktor tidak memperoleh hadiah dan justru malah memperoleh hukuman, maka aktor akan marah atau bertindak agresif. Begitupun sebaliknya, jika aktor menerima hadiah sesuai yang diharapkan, maka aktor akan puas (Homans 1974: 37). *Kelima*, proposisi rasionalitas yang berarti jika aktor dihadapkan pada dua tindakan, maka aktor akan memilih tindakan yang saat itu memiliki nilai (*value*) agar memperoleh ganjaran yang lebih besar di kemudian hari (Homans, 1974: 43).

Dengan demikian, pandangan Homans tentang aktor bergantung pada apa yang akan diterima ketika melakukan suatu tindakan. Dengan kata lain, aktor (individu dan kelompok) melakukan pertukaran terhadap tindakan yang dilakukan untuk mendapat ganjaran. Ganjaran yang dimaksud berupa material yang akan diperoleh. Jika kebanyakan aktor melakukan tindakan dengan memproduksi dan menyebar informasi dengan motif materi (uang), maka berbeda dengan organisasi keagamaan yang melakukan tindakan demi keuntungan non-materi, utamanya kepuasan akan membumihnya ideologi atau pesan-pesan agama di baliknya.

Kekuatan Keanggotaan Milenial

Hizbut Tahrir (atau *Hizb-ut Tahrir*) atau HT (Partai Pembebasan), merupakan sebuah organisasi politik pan-Islamisme yang ingin membentuk kembali kekhalifahan Islam dengan menerapkan syariah (hukum Islam), sehingga membawa dakwah Islam ke seluruh dunia. Kekhalifahan Islam yang dimaksud akan mempersatukan umat Muslim (disebut Ummah) (Commins, 1991). Partai ini bersifat transnasional yang tumbuh dan berkembang di Timur Tengah dan menyebar ke berbagai belahan dunia lainnya (Ahnaf, 2016; Osman, 2010). Hizbut Tahrir didirikan oleh ulama Mesir bernama Taqiyyudin an-Nabhani, seorang ulama tamatan Al-Azhar, Kairo, Mesir yang juga pernah menjadi hakim (Qadi) di Mandatory Palestina tahun 1953. Dengan demikian, Hizbut Tahrir lahir di Palestina dan mendeklarasikan diri sebagai organisasi politik (Ayoob, 2008).

Hizbut Tahrir telah menyebar lebih ke 50 negara, dengan jumlah peserta diperkirakan sampai 1 juta orang. Penyebarannya diketahui ke Eropa seperti Inggris, Asia, Asia Tengah, termasuk negara-negara Arab meskipun dilarang oleh pemerintahan masing-masing (Malik, 2004). Hizbut Tahrir diketahui sudah dilarang di negara-negara seperti Rusia, Jerman, Cina, Mesir, Turki, Pakistan, dan semua negara Arab kecuali Libanon, Yaman, dan Uni Emirates Arab (Brandon, 2006). Pada Juli 2017, pemerintah Indonesia secara resmi telah mencabut SK-Badan Hukum Hizbut Tahrir Indonesia (HTI) melalui Perppu No. 2 Tahun 2017 tentang Organisasi Masyarakat, yang menandai dibubarkannya organisasi tersebut karena ideologi (khilafah) yang diembannya bertentangan dengan Pancasila (Setyawan, 2017).

Di Indonesia, Hizbut Tahrir diketahui dibawa oleh pimpinan HT Australia, Abdul Rahman al-Baghdadi tahun 1982. Abdul Rahman al-Baghdadi pindah ke Bogor atas undangan KH Abdullah bin Nuh, kepala Pesantren Al-Ghazali (Alles, 2016). Kemudian, gerakan ini menyebar dan besar di kampus-kampus Indonesia. Oleh karena itu, anggota-anggota HTI identik dengan mayoritas kalangan intelektual, akademisi, dan termasuk mahasiswa. Selain itu, momentum orde baru kala itu dimanfaatkan HTI dengan merekrut anggota dan bergerak secara sembunyi-sembunyi (Arifan, 2014).

Penelitian ini berfokus pada salah satu wilayah HTI di Kota Bandung, Jawa Barat, tepatnya HTI Cabang Cibiru. Dalam perkembangannya, Kota Bandung merupakan daerah dengan tingkat antusiasme sangat tinggi dalam pelaksanaan program-program HTI pusat. Hal tersebut di dukung oleh permainan kolektif HTI melalui *branding* sebagai organisasi dakwah (sama halnya dengan organisasi dakwah lain masa kini semisal Shift Pemuda Hijrah Bandung binaan Ustaz Hanan Atakki) (Setia & Dilawati, 2021). Hal ini menyebabkan peningkatan jumlah keanggotaan yang sangat signifikan. *Branding* HTI di Kota Bandung salah satunya dilakukan oleh tokoh pemuda HTI Kota Bandung berinisial IF di media sosial yang dianggap mempunyai kriteria khas HTI dengan kecakapannya yang banyak digandrungi pemuda HTI lainnya (MF, Wawancara, 3 April 2019).

Selain itu, peningkatan keanggotaan juga ditambah pengoperasionalisasian Lembaga Dakwah Kampus (LDK) yang efektif di kampus-kampus kota Bandung yakni, UPI, Unpad, ITB, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung, Polteksos Bandung, Unikom, dan UBK. Dalam level pendidikan dibawahnya yakni sekolah, mereka memanfaatkan jaringan Rohani Islam (Rohis) melalui anggotanya yang sudah tergabung di Rohis. Kemudian HTI juga memanfaatkan kelompok remaja masjid yang beroperasi untuk merekrut anggota-anggota baru (MA, Wawancara, 5 April 2019).

Hizbut Tahrir Indonesia (HTI) Kota Bandung, pada tahun 2019 dinobatkan sebagai salah satu pusat kegiatan HTI setelah Kota Bogor, dan Jakarta. Tepatnya hal ini dilakukan setelah adanya ancaman keamanan pasca dibubarkan pemerintah. Hal ini berbeda dengan Bandung yang diklaim masih relatif aman dalam melaksanakan aktivitas 'dakwah'-nya. Selain itu, Bandung juga di dukung oleh sumber daya manusia (SDM) yang terbilang cukup banyak dan memiliki kualitas yang lebih unggul karena terdiri dari para milenial yang masih berstatus mahasiswa, serta aktif dalam Lembaga Dakwah Kampus (LDK), dan Badan Koordinasi Lembaga Dakwah Kampus (BKLDK) Jawa Barat. Meski demikian, komando utama tetap dilakukan melalui pusat (F, Wawancara, 2 April 2019).

Salah satu wilayah HTI Kota Bandung yakni cabang Kecamatan Cibiru yang sudah berdiri sejak tahun 2018. Sebelumnya HTI Cibiru menyatu dengan HTI Cabang Ujungberung, namun karena peningkatan keanggotaan HTI di sekitaran Cibiru, HTI Cibiru pun resmi di dirikan. Terhitung sejak berdiri tahun 2018 anggotanya berjumlah 50 orang, kini anggota HTI Cibiru sudah berjumlah 88 orang. Adapun jumlah dan keanggotaan HTI Cibiru Kota Bandung dijelaskan pada tabel 1.

No	Keanggotaan	Jumlah
1	Laki-laki (Ikhwan)	32
2	Perempuan (Akhwat)	56
Jumlah		88

Tabel 1. Jumlah Keanggotaan HTI Cibiru Kota Bandung (Diolah dari wawancara dan observasi lapangan, 2019).

Selain itu, secara usia keanggotaan HTI Cibiru dapat digambarkan melalui tabel 2.

No	Keanggotaan	Usia 15-20	Usia 20-25	Usia 25-40	Jumlah
1	Laki-laki	12	13	7	32
2	Perempuan	25	21	10	56
Jumlah		37	34	17	88

Tabel 2. Rata-rata usia anggota HTI Cibiru Kota Bandung (Diolah dari observasi lapangan dan wawancara, 2019).

Berdasarkan 2 tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas anggota HTI Cabang Cibiru bersatus usia produktif atau milenial. Dalam usia ini semangat dan pengetahuan seseorang terbilang mengalami puncaknya (Sari, 2019). Oleh karena itu, amat sangat wajar jika anggota-anggota HTI Cibiru tergolong kelompok yang mempunyai pemahaman tinggi dalam dunia digital. Akhirnya, mobilitas pergerakan bisa berjalan mulus oleh kekuatan para anggotanya yang berstatus milenial tersebut.

Generasi milenial erat dengan media sosial. Oleh karena itu, memanfaatkan media sosial sebagai media untuk dakwah merupakan cara yang sangat efektif. Karena kebangkitan khilafah sudah dekat, maka dengan sendirinya dakwah akan semakin mudah menyebar ke masyarakat, apapun medianya (F, Wawancara, 6 April 2019).

Dengan demikian, HTI Cibiru memanfaatkan anggotanya yang mayoritas milenial untuk memainkan peran besar di media sosial. Di tingkat pusat, mereka sukses membranding dan ‘memanfaatkan’ tokoh-tokoh milenial semisal Felix Siauw, Hawariyyun, dan Tim Dakwah Hijab Alila (untuk segmen perempuan). Oleh karena itu, penggunaan peran anggotanya adalah salah satu usaha terbaik untuk memobilisasi opini publik pada khalayak. Selanjutnya, kesuksesan HTI dalam doktrinasi terhadap anggotanya juga menjadi kunci gerakan. Hal ini menyebabkan kuatnya doktrin *Khilafah* yang mereka yakini sehingga berdampak pada tertutupnya dialog atau pemahaman lain pada diri anggotanya. Artinya, anggapan bahwa pemahaman ‘kami (HTI)’ final dan pemahaman orang lain salah terjadi, sehingga aktivitas mobilisasi opini publik yang mereka lakukan dianggap sebagai aktivitas “dakwah” yang dianjurkan berdasarkan pemahamannya tersebut.

Faktor lain yang menjadi kekuatan anggotanya yang milenial adalah kesukarelaan dan kecintaan pada organisasi. Cara ini terbilang umum dalam gerakan-gerakan keagamaan berbasis kelompok di dunia. Misalnya, dalam konteks agama lain—Kristen Protestan ada satu sekte yang disebut Protestan Evangelis (di Indonesia disebut Injili) yang juga memanfaatkan kekuatan kolektif kelompok sebagai sarana untuk memobilisasi pengikutnya agar terlibat dalam kehidupan sipil termasuk partisipasi politik. Cara yang sama juga dilakukan oleh HTI, dimana para anggotanya diajarkan bagaimana seharusnya menanamkan solidaritas yang tinggi pada masing-masing anggota. Cara ini juga sering ditafsirkan sebagai wujud dari ‘ukwuwah’ yang mereka yakini sebagai modal dasar untuk membentuk kepemimpinan tunggal (Khilafah). Makanya, tidak heran jika HTI menolak untuk fokus pada persoalan Indonesia saja, mereka juga gemar menyuarakan opini soal kehidupan umat Muslim bangsa lain diluar negeri, seperti Palestina, Uighur, dan Rohingya. Bagi mereka, ini adalah bentuk wujud solidaritas sesama umat Islam. Pendekatan ini selaras dengan apa yang dijelaskan sosiolog klasik Emile Durkheim yang menekankan agama adalah pusat solidaritas masyarakat.

“Perjuangan” HTI di Media Sosial

Pada bagian ini penulis akan fokus menguraikan bagaimana perjuangan HTI Cibiru dalam memobilisasi opini publik di media sosial. Namun, sebelum kesana, penting untuk dibahas apa yang menjadi motif mobilisasi opini publik yang dilakukan oleh HTI. Hal ini diyakini karena akan menjadi semangat utama HTI dalam melaksanakan agendanya di media sosial. Berdasar penelitian ini, penulis menguraikan ada dua motif yang dilakukan HTI yang dapat diidentifikasi pada:

Pertama, motif politik. Motif ini yang bersesuaian dengan tahun politik atau memanfaatkan situasi politik yang panas, dengan klaim HTI berhubungan dengan perjuangan politik (meskipun menolak berpartisipasi politik dalam parlemen). Tahun 2017 dan 2019 adalah tahun politik dimana terdapat Pilkada DKI Jakarta dan Pilpres. Bukti, propaganda yang dilakukan HTI ini di tahun tersebut tinggi (Prasetyanto and Kusumadewi, 2018). Berbeda dengan tahun 2018 dan tahun 2020, propaganda HTI tidak begitu signifikan angkanya (Ervianto, 2017). Penyebaran propaganda bermotif politik bertujuan untuk memperoleh simpati dari publik dengan memanfaatkan kedekatan kepada salah satu pasangan calon, misalnya pasangan calon 02 dalam pilpres 2019 lalu.

Momentum Pilpres adalah kesempatan bagi semua ormas untuk meraup keuntungan, apalagi bagi kita (HTI) yang notabene jelas berdakwah. Jadi, ketika kita (HTI) dibilang dekat dengan paslon A., karena jika paslon satunya menang maka akan membahayakan ruang gerak kita. Itu membuat kita semakin sulit (F, Wawancara, 6 April 2019).

Ditambah momentum politik yang ada turut dimanfaatkan untuk menciptakan kesadaran agar tidak berpartisipasi dalam pemilu atau dengan kata lain mempropaganda masyarakat untuk melakukan golongan putih (golput). Propaganda tersebut bertujuan agar masyarakat sadar bahwa pemilu yang dilaksanakan tidak akan menyelesaikan masalah kebangsaan. Oleh karena itu, masyarakat tidak perlu berpartisipasi dalam gelaran pemilu, tetapi seharusnya bergabung dengan HTI dan menyebarkan ideologi *Khilafah*.

Kedua, motif ideologi. Ideologi Islam dalam bentuk *Khilafah Islamiyyah* adalah visi yang selalu dijadikan tonggak perjuangan HTI. Jelas ini adalah motif utama propaganda khilafah seluas-luasnya. Motif ideologi ini dilandasi oleh tuduhan bahwa Indonesia menerapkan ideologi sekuler-kapitalis berlandaskan demokrasi. Oleh karena itu, HTI menganggap bahwa seharusnya Indonesia menerapkan ideologi Islam karena ideologi tersebut paling benar dan bisa menyelesaikan berbagai permasalahan yang ada di Indonesia saat ini. Dengan demikian, penyebaran propaganda yang dilakukan HTI dianggap sebagai “aktivitas dakwah” untuk penyadaran terhadap ideologi Islam (FS, Wawancara, 2 April 2019).

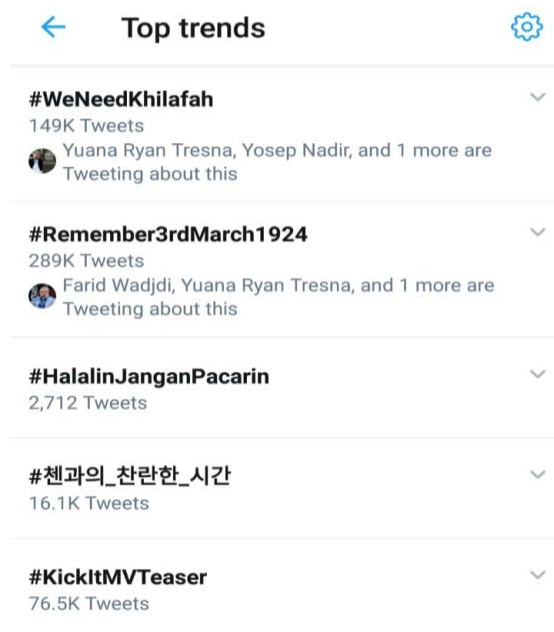
Dengan demikian, mobilisasi opini publik pada kedua motif tersebut membuktikan bahwa aktivitasnya dilakukan secara berulang-ulang, khususnya ketika momentum politik tiba. Begitu pun dalam motif ideologi (*khilafah*) yang sudah lama mereka yakini. Penyebaran ideologi khilafah merupakan cita-cita HTI sehingga propaganda terbilang sudah sejak lama dilakukan karena keberadaan HTI di Indonesia pun terbilang lama.

Selanjutnya, perjuangan HTI Cibiru dalam upayanya membumikan ideologi khilafah tidak berhenti meski sudah dibubarkan pemerintah. Media sosial akhirnya merupakan fokus utama penyebaran ideologi mereka demi menjangkau sasaran yang lebih luas. Tampaknya, hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan Kemenag RI (2019), bahwa kelompok-kelompok Islam radikal memang berisik di media sosial dengan klaim mengajak kepada kebaikan dan menolak kemungkaran. Konten-konten yang mereka produksi mudah dipahami berbagai kalangan sehingga banyak menarik simpati publik. Ibaratnya menangkap ikan, cara menggunakan kail di ganti dengan cara menggunakan jala, HTI ini juga menggunakan cara baru dalam menyebarkan opininya dari media lisan menjadi media tulisan (media sosial). Media sosial yang digunakan berupa *Whatsapp*, *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, dan *Youtube*. Beberapa aktivitasnya yang dilakukan di media sosial dapat diidentifikasi pada:

Pertama, penggorengan isu di *Twitter*. Aktivitas ini adalah pengangkatan suatu isu di *Twitter* sehingga terlihat ketika suatu tagar *trending* di *Twitter*. Suatu tagar biasanya diambil dari berbagai peristiwa yang muncul di publik, seperti konflik di India, konflik Uighur, Penaklukan Konstantinopel, dan Keruntuhan Khilafah. Tagar yang diviralkan oleh HTI ini dapat diidentifikasi karena berisi kampanye khas HTI. Contohnya, #JayaDenganSyariahKaffah, #WeNeedKhilafah, #KhilafahProtectMuslims, dan #SaatnyaIslamMemimpinDunia. Tagar-tagar tersebut di *retweet* dalam jangka waktu bersamaan secara signifikan sehingga bisa menguasai opini publik.



Gambar 1. Contoh pesan ajakan penggorengan isu di Twitter (Dokumen pribadi WhatsApp anggota HTI Cibiru, 2019)



Gambar 2. Trendingnya suatu topik kontribusi HTI Cibiru di Twitter (Twitter.com, 2019).

Kedua, penyebaran naskah khotbah jumat. Aktivitas ini adalah upaya penyebaran opini melalui naskah khotbah jumat yang isinya sudah di desain atau ditanamkan pesan-pesan ideologis HTI. Selain itu, tema yang diangkat menyesuaikan dengan opini lainnya sesuai isu yang sudah ditetapkan. Untuk memudahkan pemahaman pesan, naskah dibuat dengan bahasa yang berbeda, khususnya Sunda dan Jawa. Penyesuaian bahasa ini akan memudahkan jemaah menelaah pesan yang disampaikan *khatib* khususnya di daerah dengan penggunaan dua bahasa tersebut.

Ketiga, penyebaran buletin Teman Surga. Buletin Teman Surga adalah sebuah artikel singkat yang sengaja di desain untuk bahan bacaan remaja. Buletin ini ditulis sesuai dengan bacaan usia pelajar dan remaja, begitupun tema yang disampaikan menyesuaikan dengan tingkatan remaja. Gaya bahasa yang digunakan sangat trendi sesuai

dengan bahasa kekinian remaja. Tujuannya agar opini yang dibangun enak dibaca sehingga pesan ideologis yang disampaikan pun bisa mempengaruhi para remaja.

Keempat, penyebaran buletin Kaffah. Selain menggunakan buletin Teman Surga, HTI juga menggunakan buletin Kaffah yang terbit setiap hari jumat dalam setiap bulannya, temanya juga menyesuaikan dengan isu-isu yang sedang hangat terjadi di Indonesia maupun global. Buletin ini dikemas dengan menarik layaknya buletin keislaman lainnya sehingga kebanyakan masyarakat tidak menyadari bahwa buletin ini milik, diterbitkan, dan disebarluaskan oleh HTI. Sebelum HTI dibubarkan oleh pemerintah, buletin ini bernama Al-Islam, namun setelah dibubarkan namanya diganti menjadi Kaffah. Hal tersebut ditujukan dengan alasan bahwa kampanye ideologi Islam menyeluruh (*Kaffah*) harus segera di sebarluaskan secara kontras dan terbuka. Ini juga di adaptasi dari visi HTI yaitu menerapkan Islam secara *Kaffah* di muka bumi.

Perjuangan kita (HTI) saat ini sudah ada di fase Tafa'ul (interaksi dengan masyarakat), sehingga identitas kita harus semakin membumi agar masyarakat kenal dekat dengan kita. Termasuk pemilihan nama Kaffah sebagai buletin utama kita. (F, Wawancara, 6 April 2019).

Kelima, penyebaran bahan bacaan. Penyebaran opini yang di desain secara ilmiah juga dilakukan oleh HTI. Opini-opini ini biasanya dibuat dalam bentuk buku atau artikel dengan suntikan desain cover menarik agar menarik pembaca. Tema yang diangkat berupa isu-isu yang hangat diperbincangkan publik. Penulis artikel ini biasanya para petinggi atau cendekiawan HTI. Selain itu, opini-opini ini seringkali dijadikan bahan bacaan dan rujukan anggota HTI dalam mengkampanyekan ideologinya secara luas.

Jika diperhatikan, salah satu kunci dari gerakan HTI di media sosial adalah mereka memanfaatkan isu atau peristiwa aktual yang hangat di masyarakat sebagai tema yang diangkatnya. Tak heran jika mereka cukup berhasil menguasai opini publik di media sosial karena perbincangan hangat netizen akan berfokus pada peristiwa apa yang sedang terjadi. Apalagi jika konten-konten HTI ini diproduksi secara berulang-ulang oleh masing-masing anggotanya secara terstruktur, sistematis, dan masif, maka peluang viral atau menguasai opini publik sangat besar. Inilah bukti bahwa kekuatan HTI di media sosial masih dominan meskipun sudah dibubarkan secara formal oleh pemerintah. Dalam hal ini, apa yang dikemukakan oleh Bunt tentang lingkungan baru Islam di media sosial bisa dibenarkan. Dalam artian, perbincangan tentang Islam dan yang dilakukan oleh kelompok Islam di media sosial menjadi ciri bagaimana umat Islam memiliki lingkungan baru untuk menyuarakan Islam, terlepas apakah itu Islam mayoritas maupun minoritas.

Politik Pasca-Kebenaran: Sebuah Strategi Jitu?

Politik pasca-kebenaran (*post-truth*) merupakan jenis strategi baru dalam dunia politik dengan memanfaatkan isu yang terjadi di masyarakat yang dibungkus oleh kepentingan apa yang ingin disampaikan oleh otoritas yang akan mengendalikannya (Suiter, 2016). Maka demikian, praktek ini akan menimbulkan bias makna bagi masyarakat. Jika tidak dipahami dengan baik, maka siapapun bisa tersesat dalam praktek kebohongan yang sistematis. Dalam prakteknya, politik pasca-kebenaran ini selalu memanfaatkan atau memutarbalikkan fakta berdasar informasi yang tersedia. Setidaknya ada dua jenis informasi yaitu disinformasi dan malinformasi yang selalu digunakan aktor dalam menggulirkan politik pasca-kebenaran ini (Salgado, 2018).

Dalam upayanya menyebarkan opininya, HTI kerap kali berkaitan dengan upaya politik pasca-kebenaran ini. Hal ini bisa dilihat dari: *pertama*, disinformasi. Bentuk aktivitas ini bertujuan untuk mengamankan aktivitas para anggota agar terhindar dari pelabelan tindakan negatif, lebih luasnya agar terhindar dari hukuman (*punishment*) pihak berwajib. Contoh propaganda disinformasi, berupa tiruan-manipulasi yang merupakan informasi yang menyesatkan, atau informasi sesat yang dibingkai untuk sebuah isu. Contohnya: “Khilafah akan berdiri tahun 2020, berdasarkan laporan National Intelligence Council’s (NIC) mengenai Mapping the Global Future!”



Gambar 3. Tiruan manipulasi "Khilafah akan tegak tahun 2020!" (Instagram anggota HTI Cibiru, 2019).

Informasi tersebut disebar dan dibuat oleh salah seorang anggota HTI Cibiru di media sosial. Jika ditelaah, apa yang dilakukan pembuat informasi sudah sedemikian sistematis dimana ia mengutip sebuah laporan kredibel dari National Intelligence Council's (NIC) yang bertajuk *Mapping the Global Future*. Jika sudah tampil ke khalayak publik maka besar kemungkinan informasi ini diterima secara mentah tanpa melihat detail informasi asli secara keseluruhan. Hal ini jelas berbahaya. Padahal jika dibaca secara seksama pesan yang disampaikan dalam informasi tersebut sungguh keliru. Pembuat informasi tidak membaca laporan secara keseluruhan, yang menjelaskan bahwa terdapat empat skenario dunia baru tahun 2020, yang salah satunya akan ada negara kuat yang bermayoritaskan umat Islam dominan dan mampu mengumpulkan kekuatan negara mayoritas Muslim lainnya. Negara ini akan memberikan perlawanan pada dominasi negara Barat yang sudah lama terjadi saat ini (US et al., 2004). Tidak disebutkan negara mana yang menjadi dominan tersebut, namun cenderung mengerucut pada dominasi negara penghasil minyak dunia dengan kekayaan yang berlimpah. Ini karena negara tersebut akan banyak menarik kerjasama negara Barat karena kebutuhannya akan minyak bumi yang sangat besar dan membuka dominasi negara tersebut. Alhasil, upaya anggota HTI dengan menyajikan informasi tersebut 'menyesatkan' dan akan menjadi kebenaran semu yang berbahaya jika dikonsumsi publik dengan tingkat literasi digital rendah.

Selanjutnya, meski klaim media sosial aman dalam aktivitas penyebaran opini dan kritik oleh HTI, namun faktanya tidak terbukti benar. Hal ini dibuktikan bahwa terdapat anggota HTI yang ditangkap pihak kepolisian yaitu Nasrudin Joha. Nasrudin Joha merupakan nama lain dari AK (inisial) yang telah ditetapkan sebagai tersangka akibat pembuatan dan penyebaran berita hoaks.

Nasjo itu adalah bukti ketidakadilan hukum di negeri ini. Masa menyampaikan kritik dibilang menyebarkan hoaks, kan logikanya tidak masuk". (F, Wawancara, 2 April 2019).

Dengan demikian, dalih media sosial lebih aman untuk penyebaran opini HTI nyatanya tidak selamanya benar, alias tidak sesuai dengan harapan melalui diterimanya hukuman (*punishment*). Namun, hal tersebut juga tidak menjadikannya efek jera, Anggota HTI justru malah semakin 'berulah dan membangkang'. Menurut Homans, hal ini merupakan akibat adanya kefrustasian aktor dalam melakukan tindakan sehingga menimbulkan ketidaksetujuan dan berdampak pada pembangkangan. Ini terdapat pada proposisi persetujuan agresi (Homans, 1974).

Kedua, malinformasi. Bukti bahwa adanya pembangkangan oleh anggota HTI ini adalah dengan dilakukannya jenis mobilisasi informasi yang lebih rapi. Ini adalah esensi dari politik pasca-kebenaran (*post-truth*) (Wuryanta, 2018). Jenis ini bisa dikatakan merupakan evaluasi dari jenis mobilisasi informasi sebelumnya yang terkesan terbuka dan mudah dipahami kepalsuan maknanya. Malinformasi ini dilakukan dengan menawarkan nilai utilitas (proposisi rasionalitas Homans, 1974) dari ideologi *khilafah* itu sendiri yang dipahami sebagai solusi alternatif persoalan-persoalan bangsa dan negara. Harapannya, dengan jenis mobilisasi opini ini masyarakat diajak berpikir mengenai pentingnya kekhilafahan untuk diterapkan saat ini.

Hal tersebut dipahami oleh HTI bahwa suatu kebenaran belakangan tidak lagi dimaknai bersesuaian dengan fakta. Misalnya, isu mengenai "Indonesia Darurat Zina" dan "Pemerintah Kriminalisasi Ulama" adalah konstruksi yang makin jauh keberadaannya dari fakta. Karena bagi HTI kebenaran tidak perlu sesuai fakta, tetapi hal yang bisa melahirkan fakta alternatif yaitu fakta yang dikonstruksi menyesuaikan dengan kebenaran yang ingin dibuat. Oleh karena itu, karena dibumbui oleh motif kepentingan penyebaran ideologi *khilafah*, maka timbul preferensi tersendiri. Karena negara ini tidak menerapkan hukum Islam (syariah Islam) akibatnya berbagai problematika pun terjadi dan merugikan umat Islam. *Khilafah* bagi HTI adalah kebenaran yang bisa diterapkan saat ini, maka

sekalipun ‘utopis’ (Setiawan & Risnandar, 2019) akan terus mereka anggap benar. Dengan demikian, upaya dengan menghalalkan berbagai cara untuk mengkampanyekannya termasuk melalui mobilisasi opini publik adalah hal yang lumrah dilakukan bagi HTI.

Alhasil, aktivitas ini berdampak pada terguncangnya opini publik oleh isu-isu yang mereka angkat. Isu-isu seperti “Pemerintah Kriminalisasi Ulama” berdampak pada kebingungan publik memahami fakta yang sebenarnya terjadi. Publik juga seringkali terpengaruh dan berujung kepada kebencian terhadap beberapa kelompok lain yang berbeda pandangan. Contoh lain, misalnya isu Pemerintah Legalkan Zina melalui RUU-P-KS, menimbulkan persepsi di masyarakat mengenai pembenaran isu tersebut. Isu lainnya seperti Pemerintah Thagut, PKI, Pemerintah Mempekerjakan Ribuan TKA China, dan isu sejenisnya sangat erat mempolarisasi masyarakat sehingga terpecah dalam dua kutub besar masyarakat. Meskipun isu-isu yang digaungkan juga tidak jauh dari kontroversi pada kelompok *mainstream* seperti NU dan Muhammadiyah, namun preferensi yang ditawarkan oleh HTI jauh dari solusi yang seharusnya. Adanya kontroversi seputar isu aktual pada kelompok-kelompok mayoritas juga tampaknya menjadi peluang bagi HTI memperkenalkan preferensi yang mereka buat sendiri. Jelas hal ini merupakan ancaman serius terhadap kehidupan multikulturalisme Indonesia.

4. Kesimpulan

Masa depan Indonesia di tengah menguatnya gerakan radikalisme sudah sangat mengkhawatirkan. Hal ini dapat dilihat dari adanya transformasi pergerakan kelompok radikal di Indonesia, termasuk HTI. HTI menggunakan media sosial sebagai ruang baru dalam aktivitasnya mempropaganda opini publik yang dibungkus oleh praktek politik pasca-kebenaran (*post-truth*). Aktivitas tersebut dilakukan dengan memanfaatkan momentum pagelaran dan dinamika politik nasional sebagai kontra narasi terhadap aktivitas politik arus utama dengan terus memperkenalkan ideologi alternatif dalam bentuk *Khilafah Islamiyah*. Selanjutnya, berbagai strategi digunakan HTI untuk memuluskan perjuangannya termasuk tidak segan memasukkan unsur-unsur manipulasi informasi dengan klaim dakwah Islam kepada masyarakat luas. Hal ini merupakan sinyal bahaya bagi demokrasi Indonesia kedepan, khususnya dalam upaya perwujudan moderasi Islam di Indonesia. Oleh karena itu, peran ormas Islam arus utama seperti Nahdhatul Ulama dan Muhammadiyah termasuk elemen masyarakat lainnya amat penting dalam memberikan narasi tandingan melalui media yang sama, yakni media sosial.

Referensi

- Abdel-Fadil, M. (2019). The politics of affect: The glue of religious and identity conflicts in social media. *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 8(1), 11–34.
- Afadlal, Irewati, A., Mashad, D., Zaenuddin, D., Purwoko, D., Turmudi, E., ... Sihbudi, R. (2005). *Islam dan Radikalisme di Indonesia* (1st ed.). Jakarta: LIPI Press.
- Affan, M., & Thohir, A. (2020). Studying Religion Through the Internet among Millennial Muslims: Causes and Consequences. *FIKRAH*, 8(1), 43–52.
- Ahnaf, M. I. (2016). Tiga Jalan Islam Politik di Indonesia: Reformasi, Refolusi dan Revolusi. *Wawasan: Jurnal Ilmiah Agama Dan Sosial Budaya*. <https://doi.org/10.15575/jw.v1i2.728>
- Akhiyat, A., & Usuluddin, W. (2019). *Negera Utopia eks Hizbut Tahrir Indonesia*. Surabaya: Imtiyaz.
- Al-Kandari, A. A., & Dashti, A. (2014). Fatwa and the internet: a study of the influence of Muslim religious scholars on internet diffusion in Saudi Arabia. *Prometheus*, 32(2), 127–144.
- Alles, D. (2016). *Transnational Islamic Actors and Indonesia's Foreign Policy*. London and New York: Routledge (Taylor and Francis Group).
- Arifan, F. A. (2014). Paham Keagamaan Hizbut Tahrir Indonesia. *Jurnal Studi Sosial*, 6(2), 94–102.
- Armfield, G. G., & Holbert, R. L. (2003). The relationship between religiosity and Internet use. *Journal of Media and Religion*, 2(3), 129–144.
- Atmadja, N. B., & Ariyani, L. P. S. (2018). *Sosiologi Media: Perspektif Teori Kritis*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Ayoob, M. (2008). *The Many Faces of Political Islam: Religion and Politics in the Muslim World*. Michigan: University of Michigan Press.
- Barker, J. (2015). Guerilla engineers: The Internet and the politics of freedom in Indonesia. In *Dreamscapes of Modernity: Sociotechnical Imaginaries and the Fabrication of Power* (pp. 199–218). Chicago: University of Chicago Press.
- Brandon, J. (2006). Hizb-ut-Tahrir's Growing Appeal in the Arab World. *Terrorism Monitor*, 2(24).
- Briandana, R., Dorkoralina, C. M., Hassan, S. A., & Hasan, W. N. W. (2020). Da'wah Communication and Social Media: The Interpretation of Millennials in Southeast Asia. *International Journal of Economics & Business Administration (IJEBA)*, 8(1), 216–226.

- Bubalo, A., & Fealy, G. (2007). *Jejak Kafilah: Pengaruh Radikalisme Timur Tengah di Indonesia*. Mizan Pustaka.
- Bunt, G. R. (2000). *Virtually Islamic: Computer-mediated communication and cyber Islamic environments*. Wales: University of Wales Press.
- Bunt, G. R. (2003). *Islam in the digital age: E-jihad, online fatwas and cyber Islamic environments*. London: Pluto Press.
- Commins, D. (1991). Taqi al-Din al-Nabhani and the Islamic Liberation Party. *The Muslim World*, 81(3–4).
- Dulkiah, M., & Setia, P. (2020). Pola Penyebaran Hoaks pada Kalangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Islam di Kota Bandung. *Jurnal SMART (Studi Masyarakat, Religi, Dan Tradisi)*, 6(2), 1–16.
- Ervianto, T. (2017). Melawan Hoax, Mencegah Perpecahan Bangsa. Retrieved 15 June 2021, from Detik.com website: <https://news.detik.com/kolom/d-3506151/melawan-hoax-mencegah-perpecahan-bangsa>
- Evolvi, G. (2018). Hate in a tweet: Exploring internet-based islamophobic discourses. *Religions*, 9(10), 1–14. <https://doi.org/10.3390/rel9100307>
- Fajrlan. (2019). LIPI: Jawa Barat, Aceh, dan Banten Tertinggi Informasi Hoaks. Retrieved 15 June 2021, from CNN Indonesia website: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190118175011-20-362017/lipi-jawa-barat-aceh-dan-banten-tertinggi-informasi-hoaks>
- Fazaeli, M., Shakibnezhad, E., & Karami, M. (2020). Religious Freedom in Cyberspace and its Impact on International Peace and Security: With Some References to Islamic Teachings. *Journal of Comparative Studies on Islamic and Western Law*, 6(4), 89–111.
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale: Yale University Press.
- Gramsci, A. (2013). *Prison Notebooks Catatan-catatan dari Penjara* (T. W. Utomo, Ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Heryanto, G. G., Wahyudin, A., Zamroni, M., Ali, M., & Hefni, H. (2017). *Melawan Hoax di Media Sosial dan Media Massa* (A. Wahyudin & M. Sunuantari, Eds.). Yogyakarta: Trustmedia Publishing dan ASKOPIS PRESS.
- Homans, G. C. (1974). *Elementary Forms of Social Behavior* (2nd ed.). New York, USA: Harcourt Brace Jovanovich.
- Iqbal, Asep M. (2020). Challenging moderate Islam in Indonesia: NU Garis Lurus and its construction of the “authentic” NU online. In *Rising Islamic Conservatism in Indonesia* (pp. 95–115). Routledge.
- Iqbal, Asep Muhamad. (2017). *Cyber-activism and the Islamic Salafi movement in Indonesia*. Murdoch University.
- Iqbal, Asep Muhamad, & Zulkifli. (2016). Islamic fundamentalism, nationstate and global citizenship: The case of Hizb ut-Tahrir. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 6(1), 35–61. <https://doi.org/10.18326/ijims.v6i1.35-61>
- Kementerian Agama RI. (2019). *Moderasi Beragama*. Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.
- Kozinets, R. V. (2010). *Netnography*. London: Sage.
- Lubis, H. M. R. (2017). *Sosiologi Agama: Memahami Perkembangan Agama dalam Interaksi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Lupton, D. (2017). *Digital Sociology*. New York, USA: Routledge (Taylor and Francis Group). <https://doi.org/10.4324/9781315776880>
- Mahfud, C., Prasetyawati, N., Wahyuddin, W., Muhibbin, Z., Agustin, D. S. Y., & Sukmawati, H. (2018). Religious Radicalism, Global Terrorism and Islamic Challenges in Contemporary Indonesia. *Jurnal Sosial Humaniora (JSH)*, 11(1), 8–18.
- Malik, S. (2004). For Allah and the Caliphate. Retrieved 15 June 2021, from New Statesman website: <https://www.newstatesman.com/node/195114>
- Manik, E. S., & Hasanuddin, H. (2018). Strategi Politik Hizbut Tahrir dalam Menegakkan Khilafah Islam di Indonesia. *Al-Fikra: Jurnal Ilmiah Keislaman*, 17(1), 61–96.
- National Intelligence Council. (2004). *Mapping the Global Future: Report of the National Intelligence Council's 2020 Project, Based on Consultations with Nongovernmental Experts Around the World*. Pittsburgh: US Government Printing Office.
- Osman, M. N. M. (2010). Reviving the Caliphate in the Nusantara: Hizbut Tahrir Indonesia's mobilization strategy and its impact in Indonesia. *Terrorism and Political Violence*, 22(4), 601–622. <https://doi.org/10.1080/09546553.2010.496317>
- Poloma, M. M. (2013). *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Prasetyanto, A., & Kusumadewi, A. (2018). Mengurai Jejaring Muslim Cyber Army. Retrieved 15 June 2021, from Kumparan website: <https://kumparan.com/kumparannews/mengurai-jejaring-muslim-cyber-army>
- Ritzer, G. (2014). *Teori Sosiologi dari Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Terakhir Postmodern* (8th ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rusli, R. (2020). The Role of Family in Preventing Social Conflict in Society From Islamic Perspectives. *Hunafa: Jurnal Studia Islamika*, 17(1), 108–122.
- Salgado, S. (2018). Online media impact on politics. Views on post-truth politics and postpostmodernism. *International Journal of Media and Cultural Politics*, 14(3), 317–331.
- Sardarnia, K., & Safizadeh, R. (2019). The internet and its potentials for networking and identity seeking: A study on ISIS. *Terrorism and Political Violence*, 31(6), 1266–1283.
- Sari, S. (2019). Literasi media pada generasi milenial di era digital. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 6(2), 30–42.
- Setia, P., & Dilawati, R. (2021). Tren Baru Islam melalui Gerakan Hijrah: Studi Kasus Shift Pemuda Hijrah. *Khazanah Theologia*, 3(3), 131–146.

- Setiawan, T., & Risnandar, A. (2019). Negara Modern, dan Utopia Negara Khilafah (?). *Jurnal Kajian Peradaban Islam*, 2(2), 6–12.
- Setyawan, F. A. (2017). Pemerintah Resmi Cabut SK Badan Hukum HTI. Retrieved 15 June 2021, from CNN Indonesia website: <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20170719100715-12-228811/pemerintah-resmi-cabut-sk-badan-hukum-hti>
- Solahudin, D., & Fakhruroji, M. (2019). Internet and Islamic Learning Practices in Indonesia: Social Media, Religious Populism, and Religious Authority. *Religions*, 11(1), 1–12. <https://doi.org/10.3390/rel11010019>
- Sørensen, J. K. (2020). Personalised universalism in the age of algorithms. In *Universalism in Public Service Media: RIPE@2019* (pp. 191–205). Nordicom.
- Suiter, J. (2016). Post-truth politics. *Political Insight*, 7(3), 25–27.
- Sultan, O. (2017). Combatting the Rise of ISIS 2.0 and Terrorism 3.0. *The Cyber Defense Review*, 2(3), 41–50.
- Wahid, M. I. (2020). Dari Tradisional Menuju Digital : Adopsi Internet oleh Nahdlatul Ulama Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat*, 16(01), 73–84. <https://doi.org/10.23971/jsam.v16i1.1745>
- Wuryanta, A. G. E. W. (2018). *Post-Truth, Cyber Identity dan Defisit Demokrasi*. OSF Preprints. <https://doi.org/10.31219/osf.io/up96m>