

## KOMUNITAS IQOMIC: JARINGAN KOMIKUS MUDA MUSLIM DI INTERNET

**Romario**

Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Hamzah Fansuri  
Roma02711@gmail.com

**Ahmad Yazid**

Institut Agama Islam Negeri Pontianak  
Yazidkembayang@gmail.com

### ABSTRAK

Kemajuan teknologi dan kehadiran internet membuat berbagai aktivitas sosial dan keagamaan tidak hanya berlangsung dalam jalinan sosial kehidupan yang real, tapi juga di dalam masyarakat jaringan *online*. Perpindahan ini membawa berbagai perubahan dalam aktivitas sosial dan keagamaan. Untuk itu, studi ini hendak melihat pola perubahan sosial dan keagamaan suatu komunitas muslim di dunia *online* serta bagaimana pengaruh berbagai fitur jaringan *online* tersebut terhadap kehidupan sosial dan keagamaan mereka. Dalam studi yang menggunakan pendekatan netnografi ini, kami menjadikan Instagram Iqomic sebagai sampel dari masyarakat jaringan muslim. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di dalam masyarakat jaringan seperti Iqomic, relasi sosial dan komunikasi bersifat horizontal dan non hierarkis sehingga setiap aktor dapat saling memengaruhi. Selain itu, narasi dan aktivitas keislaman masyarakat jaringan juga rentan terpengaruh oleh isu-isu dominan dalam jaringan *online*. Akibatnya, prinsip dan misi tertentu suatu komunitas keagamaan seperti Iqomic dapat berubah karena kedua pengaruh yang merupakan karakteristik dari dunia jaringan di atas.

**Kata Kunci:** *Masyarakat, Komik, Dakwah, Pop-Islamisme*

### ABSTRACT

Many social and religious activities now take place both in the online network community and in the real-world social fabric as a result of technological advancements and the existence of the internet. Numerous changes in social and religious activity were brought about by this exodus. This study intends to examine the patterns of social and religious development within a Muslim community online, as well as how different elements of online networks affect their social and religious lives. We used Iqomic's Instagram as a sample of the Muslim network community in this study utilizing a netnographic approach. The findings demonstrate that social interactions and communication in network societies like Iqomic are horizontal and non-hierarchical, allowing each actor to have an impact. The findings demonstrate that social ties and communication are horizontal and non-hierarchical in a network society like Iqomic, allowing each actor to have an impact on one another. Additionally, Islamic narratives and online community activities are susceptible to being influenced by concerns that are prevalent in online networks. As a result of the two effects that are typical of the network world above, some beliefs and missions of a religious community like Iqomic may alter

**Keywords:** *Society, Comics, Da'wah, Pop-Islamism*

## A. PENDAHULUAN

Pada tanggal 12 Maret 2022 lalu, Kementerian Agama menerbitkan logo halal terbaru yang berlaku secara nasional (Kemenag 2022). Kebijakan ini mendapatkan respons dari sejumlah pihak, mulai dari kalangan akademisi, tokoh Islam, dan juga anak muda muslim. Dari berbagai respons tersebut, aksi kontra anak muda muslim tampak menarik. Mereka berlomba-lomba membuat logo halal yang dikombinasikan dengan berbagai simbol daerah dari beberapa wilayah di Indonesia. Aksi yang dilakukan di dunia online ini bertujuan untuk menentang dominasi “Jawa” pada logo halal yang diresmikan oleh Kementerian Agama. Mereka memproduksi dan menyebarkan konten-konten tersebut di media sosial. Melalui pola yang demikian, aksi mereka akhirnya mendapat banyak perhatian dan dukungan dari sebagian masyarakat muslim Indonesia, khususnya dari kalangan anak muda muslim. Salah satu komunitas anak muda muslim yang memproduksi sekaligus menyebarkan konten serupa ialah Iqomic. Lewat akun Instagram, mereka mewadahi para komikus muslim untuk menampilkan berbagai karya mereka. Caranya, berbagai macam postingan dari komikus tersebut akan dikirim ulang (repost) oleh akun Instagram Iqomic.

Fenomena di atas memperlihatkan bahwa media sosial merupakan wadah yang cukup efektif bagi komikus muda muslim untuk menampilkan karya dan aspirasi mereka. Selain itu, media sosial juga berpengaruh terhadap karya-karya mereka. Sebab, melalui wadah tersebutlah mereka mengenal, mempelajari, dan memodifikasi jenis-jenis komik luar negeri seperti Manga (komik Jepang), Manhwa (komik Korea), dan Manhua (komik Cina). Sebagaimana yang terlihat dari komik yang diproduksi dan diunggah oleh Iqomic, karya-karya mereka umumnya merupakan kombinasi antara gaya komik luar negeri (global) dan nilai-nilai islami (lokal). Hadirnya komunitas seperti Iqomic tersebut tentu saja tidak lepas dari meluasnya islamisasi ruang publik yang sudah berlangsung sejak berakhirnya era Orde Baru. Jika di awal reformasi, islamisasi ruang publik terlihat dari terbitnya film, lagu, dan produk islami (Hasan 2009, Heryanto 2014), saat ini islamisasi ruang publik merambah ke media dan konten online.

Dalam studi ini, kami juga melihat bahwa Instagram ternyata telah menciptakan sebuah jaringan komunitas anak muda muslim. Salah satunya komunitas Iqomic ini. Jaringan mereka telah menghubungkan secara online aktor-aktor dengan kemampuan, misi, dan nilai yang sama, yaitu komik dan dakwah Islam. Menurut kami, kajian terhadap komunitas anak muda muslim dalam jaringan internet ini penting untuk dilakukan. Sebab, seperti yang diungkapkan oleh Heidi A. Campbell bahwa kajian terhadap agama dalam ruang online dapat memberikan gambaran kepada peneliti tentang bagaimana narasi, praktik, dan struktur sosial tradisional berevolusi dan beradaptasi dalam ruang lingkup masyarakat jaringan (network society) di internet (Campbell 2012, 2013).

Meski aksi Iqomic di Instagram sebelumnya sudah pernah dikaji (Romario dan Aisyah 2019), namun kajian tersebut masih sebatas pada bentuk wacana yang ditampilkan Iqomic, yaitu perihal konten dakwah mereka yang berupa unggahan seputar “hijrah” dan “kesalehan”. Sementara itu, dalam studi ini, kami hendak memfokuskan kajian tentang pola dan karakteristik “masyarakat jaringan” yang ada pada Iqomic. Studi ini juga berupaya untuk mengungkap pengaruh “logika jaringan” terhadap aktivitas dakwah yang dilakukan oleh Iqomic di dunia online.

## **B. METODOLOGI**

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan virtual etnografi (Hine 2020), yaitu berupaya untuk mengamati bagaimana jaringan komunitas Iqomic di Instagram. Penulis berupaya melakukan pengamatan terhadap proses pembentukan komunitas, aspirasi, dan bentuk unggahan dakwah Islam mereka di Instagram, hingga dinamika yang terjadi di dalamnya. Dalam melakukan analisis, penulis menggunakan teori Manuel Castells mengenai masyarakat jaringan yang mana aktivitas dan dinamika sosial di internet dipandang memiliki karakteristik kehidupan sosial yang berbeda dengan kehidupan nyata.

Adapun sumber data dalam penelitian ini, penulis menelusuri akun instagram @iqomic, mengamati postingan @iqomic dan tanggapan atau komentar dari pengikut @iqomic. Penulis juga mencari dokumentasi mengenai @iqomic yang tersedia di situs internet. Data kemudian kami himpun dan kumpulkan dalam meneliti akun @iqomic. Mulai dari sejarah akun @iqomic, pendiri dari @iqomic, visi dari akun @iqomic, serta anggota yang tergabung dalam akun @iqomic.

Data dari akun @iqomic kami analisis dengan menggunakan teori masyarakat jejaring dari Manuel Castells. Akun @iqomic memanfaatkan jejaring komunitas untuk memproduksi konten-konten yang berkaitan dengan keislaman. Selain itu kami menggunakan analisis dari Eva F. Nisa yang menyatakan bahwa Instagram telah menjadi model dakwah yang disebut *soft da'wah*, yakni dakwah yang berupa visual dan banyak menasar anak muda Muslim yang awam. Model dakwah inilah yang dimanfaatkan akun @iqomic untuk menyebarkan pesan-pesan dakwahnya sampai kepada anak muda Muslim. Dengan pendekatan netnografi, kami juga mengamati bagaimana respons pengikut @iqomic yang tidak selalu sepaham dan sejalan dengan apa yang diproduksi oleh akun @iqomic. Dalam akun @iqomic dari analisis kami ada tiga macam konten yang diproduksi @iqomic, pertama soal kesalehan individu, respon terhadap tren isu nasional, dan respon terhadap isu global.

## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Iqomic: Bagian dari Masyarakat Jaringan**

Pada tahun 2015 Sandy Priya Utomo mendirikan sebuah komunitas bernama Iqomic. Nama Iqomic diambil dari singkatan Islamic quote and comic yang berarti “kutipan dan komik islami”. Komunitas ini didirikan melalui pertemuan antar para komikus—baik itu komikus profesional dan amatir—di media sosial dengan tujuan yang sama, yaitu hendak menyebarkan dakwah Islam melalui media komik. Salah satu karya yang telah mereka produksi ialah kumpulan komik dengan judul “Iqomic, Dakwah Ala Komikus”. Salah satu hal yang menarik di sini ialah latar belakang pendidikan Sandy sebagai pendiri Iqomic yang bukan berasal dari pendidikan

keagamaan seperti madrasah atau pesantren. Sementara itu, pekerjaannya sehari-hari hanyalah sebagai karyawan swasta di perusahaan otomatis, Jakarta.

Munculnya aktor-aktor keagamaan baru ini merupakan karakteristik kondisi keagamaan di era digital. Saat ini, produksi pengetahuan keagamaan tidak hanya milik institusi keagamaan tapi juga milik para aktor-aktor yang bukan berasal institusi keagamaan seperti konten kreator dan konten desainer. Meski aktivitas dakwah mereka di internet terkadang berbenturan dengan institusi dan otoritas keagamaan, mereka tetap menggunakan sumber-sumber tekstual keagamaan sebagai acuan atas pemahaman agama yang mereka miliki (Campbell 2012; Campbell dan Evolvi 2020).

Menurut Eickelman dan Anderson (2003), munculnya aktor-aktor keagamaan baru ini merupakan buah dari meningkatnya kualitas literasi dan pendidikan di masyarakat. Selain itu, kemunculan aktor-aktor ini juga ditopang oleh meningkatnya kebutuhan atas tafsir-tafsir keagamaan yang sesuai dengan aspirasi dan kebutuhan dari kelompok-kelompok tertentu. Fenomena ini juga muncul bertepatan dengan semakin masifnya penggunaan media baru (new media) yang terhubung melalui internet. Para generasi baru terdidik melihat peluang ini dan memanfaatkan media tersebut untuk menyebarkan pemahaman keagamaan mereka.

Selain dakwah, Iqomic juga didirikan untuk memperbaiki citra Islam yang di awal era reformasi sempat tercoreng oleh aksi teror dari gerakan ekstremis muslim. Saat itu, kalangan teroris sering dikaitkan dengan agama Islam terutama dari kalangan Salafi, suatu kelompok yang identik dengan jenggot panjang dan mengenakan gamis serta celana di atas mata kaki. Sementara kelompok perempuan identik dengan baju dan cadar berwarna hitam (Hasan, 2009). Untuk menetralkan stigma negatif yang telah menyebar di masyarakat, beberapa kelompok muslim saat itu mencoba untuk melakukan berbagai aksi. Salah satunya dari kelompok muslimah bercadar yang berupaya menunjukkan bahwa mereka bukan bagian dari teroris lewat aksi-aksi kemanusiaan yang mereka lakukan (Nisa, 2018). Strategi lainnya yang dilakukan oleh kelompok muslimah bercadar ialah mengubah warna cadar mereka yang awalnya didominasi oleh warna gelap menjadi warna cerah. Upaya ini dilakukan untuk menghilangkan kesan ekstremisme atas identitas yang mereka pilih (Romario dan Asiyah, 2020). Dalam konteks berdirinya Iqomic, mereka juga mendirikan komunitas ini untuk tujuan serupa, yaitu untuk mempromosikan bahwa Islam bukanlah ajaran yang mengajarkan terorisme dan anarkisme (Romario dan Aisyah 2019).

Komunitas Iqomic, khususnya jaringan mereka yang berada di Instagram terbuka untuk siapa pun yang gemar membuat komik islami. Bagi para komikus yang karyanya ingin dikirim ulang (repost) oleh Iqomic di Instagram, mereka cukup mentag atau menandai akun Instagram Iqomic pada gambar komik yang mereka unggah. Setelah tahap ini, Iqomic biasanya akan menawarkan kreator tersebut untuk bergabung di grup Whatsapp (WA) agar mereka bisa terhubung dengan para komikus lainnya. Harapannya, pertemuan tersebut akan memudahkan mereka untuk

melakukan koordinasi saat ingin mengadakan kegiatan-kegiatan tertentu (Berbagisemangat.com 2018). Berkat kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, masyarakat jaringan dapat dengan mudah menyebarkan agenda mereka serta menjaring sebanyak mungkin subjek dengan misi yang sama. Hal ini menjadikan jaringan sebagai tempat berkumpul, membangun kekuatan simbolis, dan wadah untuk melakukan konsolidasi (Castells 2015).

Dalam jangka waktu tiga tahun setelah didirikan pada tahun 2015, anggota Iqomic telah mencapai 83 orang. Mereka berasal dari berbagai daerah di Indonesia seperti Jakarta, Depok, Bandung, Solo, Aceh, Medan, Kalimantan, Makassar, dan Malang (Berbagisemangat.com 2018). Hingga saat ini, yaitu pada tanggal 26 Juni 2022, akun instagram Iqomic memperoleh jumlah pengikut (follower) yang signifikan, yaitu 477 ribu pengikut. Dengan adanya salah satu fitur utama jaringan, yaitu skalabilitas, membuat Iqomic dapat dengan mudah memperluas keberadaan mereka.

Karya-karya dari para komikus juga tampak semakin beragam. Mereka juga aktif menerbitkan kumpulan komik serta mengadakan kegiatan yang berhubungan dengan pelatihan untuk pembuatan komik. Seluruh pencapaian ini menunjukkan efektivitas komik yang berbasis pada konten visual sebagai media dalam menyampaikan pesan di Instagram. Hal ini senada dengan pendapat Eva F. Nisa bahwa daya tarik instagram memang terletak pada aspek visualnya (F. Nisa 2018).

Pengguna Instagram, sebuah aplikasi yang diluncurkan pada tahun 2010, memang didominasi oleh anak-anak muda. Di dalam media sosial tersebut, mereka tidak hanya memanfaatkannya untuk kebutuhan personal, tapi juga untuk membangun sebuah jaringan atau komunitas. Umumnya, mereka akan bergabung dalam komunitas yang di dalamnya terdapat aktor-aktor idola mereka atau komunitas yang memiliki kesamaan nilai dengan mereka. Menguatnya ikatan identitas di media sosial ini tidak hanya terjadi pada kelompok-kelompok sekuler, melainkan juga terjadi pada kelompok-kelompok keagamaan. Pengaruh dan wacana keagamaan yang dominan di media sosial umumnya berasal dari kelompok-kelompok keagamaan yang aktif di media tersebut (Akmaliah 2020a). Dalam konteks Indonesia, akun-akun dengan identitas keislaman seperti akun instagram tokoh dan kreator muslim lebih dominan dan memiliki banyak pengikut karena keaktifan mereka.

Kuatnya penggunaan dan pengaruh internet serta media sosial pada komunitas Iqomic sebenarnya sudah terlihat pada maskot mereka yang diberi nama Bang Iqo'. Maskot tersebut digambarkan seperti sesosok muslim yang lengkap dengan atribut keislamannya, yaitu kopiah dan baju muslim. Menariknya, di bagian kopiah terdapat untaian tali yang di ujungnya berbentuk seperti universal serial bus (usb) atau perangkat penghubung yang biasa digunakan pada komputer dan gawai. Sosok ini menggambarkan keinginan yang kuat untuk menghubungkan Islam dan kemajuan teknologi yang merupakan produk dari modernitas dalam komunitas Iqomic

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 06	Nomor. 02	Juli – Desember 2024
-------------------	------------	-----------	----------------------



*Gambar 1 Karakter Iqomic (Bang Iqo'). Keterangan ini diambil dari plan (rencana) Iqomic tahun 2022 yang dapat diunduh di [https://drive.google.com/file/d/1nuCCJWF\\_vwuWOFQ\\_NjLuK5mF7xvigAQ3/view](https://drive.google.com/file/d/1nuCCJWF_vwuWOFQ_NjLuK5mF7xvigAQ3/view)*

Adapun pesan yang disampaikan Iqomic umumnya tentang persoalan keagamaan sehari-hari dalam masyarakat muslim seperti perayaan hari besar Islam, hijrah, ibadah, dan lain-lain. Menurut Sandy, Iqomic lebih mengutamakan pesan dibanding aspek visual dari komik yang ditandai ke akun Instagram mereka. Jadi, walaupun secara kualitas gambar komiknya kurang bagus, sementara pesan yang disampaikan positif, maka karya tersebut bisa diterima dan diunggah di akun instagram Iqomic. Sebagai bukti, ia mencontohkan bahwa ia pernah memuat komik hasil scan yang dibuat dari pulpen dan pensil warna (Berbagisemangat.com 2018). Hanya saja, sejauh pengamatan penulis terhadap komik-komik yang ada di Instagram Iqomic, khususnya pada unggahan-unggahan terbaru, penulis tidak menemukan adanya komik dengan kualitas yang rendah sebagaimana yang disebutkan oleh pendirinya tersebut. Barangkali hal ini disebabkan oleh meningkatnya pengiriman komik ke akun instagram Iqomic. Dengan begitu, mereka melakukan seleksi yang ketat terhadap karya-karya yang ada. Selain itu, media sosial seperti Instagram juga merupakan tempat puluhan juta orang mengunggah berbagai konten visual sehingga pertimbangan mengenai konten seperti apa yang dapat menarik atensi masyarakat di dunia online sangat perlu dilakukan. Dengan demikian, dalam kasus Iqomic, karya visual yang baik dan indah tentu saja lebih diutamakan untuk memikat dan mempertahankan atensi dari para pengikut (follower) mereka.

Meski karya-karya yang hendak diunggah di instagram Iqomic diseleksi oleh pihak Iqomic terlebih dulu untuk tujuan keseragaman, penulis melihat tidak demikian yang terjadi. Komik-komik di akun Instagram Iqomic tampak sangat beragam, mulai dari ilmu-ilmu agama seperti fikih dan sejarah Islam hingga isu-isu terkini seperti peristiwa bencana dan konflik kemanusiaan (Redaksi ACTNews 2017). Bahkan, beberapa tahun belakangan Iqomic sepertinya lebih kerap merespons isu-isu yang sedang dibicarakan di media sosial, terutama isu-isu yang berkaitan dengan Islam. Selaras dengan apa yang disampaikan Castells (2004:6), bahwa salah satu karakteristik masyarakat jaringan ialah adanya fleksibilitas dalam diri mereka. Fleksibilitas ini menjadikan masyarakat jaringan dapat dengan mudah mengubah arah dan tujuan mereka tergantung dari mobilitas titik-titik (nodes) yang ada di dalam suatu jaringan. Dalam jaringan

Iqomic, para anggota mereka dapat menggerakkan sekaligus menggeser tujuan aktivitas dakwah Iqomic ke berbagai arah. Fitur jaringan seperti inilah—perubahan yang ditentukan oleh suatu kecenderungan (tren) di dunia online dan keberadaan para anggota dalam suatu masyarakat jaringan—yang pada pembahasan selanjutnya akan dibahas lebih jauh lewat berbagai aktivitas dakwah yang ada di Iqomic. Adapun isu dan tren yang turut mempengaruhi dakwah Iqomic ialah mulai dari isu-isu dalam skala individu seperti kesalahan individual; skala nasional seperti kasus logo halal dari kementerian agama dan pawang hujan di Mandalika, serta isu global seperti konflik Israel-Palestina.

## Isu Kesalahan Individu: Hijrah Menjadi Pribadi yang Lebih Baik

Salah satu unggahan yang sering muncul di Instagram Iqomic ialah tentang peningkatan kesalahan individu atau kebaikan terhadap diri sendiri, orang lain, dan Allah SWT. Untuk memperkuat dakwah yang disampaikan, biasanya unggahan-unggahan tersebut disertai dengan dalil yang berasal dari Alquran maupun hadis. Meski begitu, ada pula beberapa unggahan yang diperkuat oleh kalimat-kalimat yang dikutip dari ustaz populer. Hanya saja, kuantitasnya tidak sebanyak dalil-dalil naqli. Kecenderungan ini memperlihatkan bahwa pengaruh media sosial membuat akses dan produksi pengetahuan keagamaan bisa dilakukan oleh aktor-aktor yang umumnya bukan berasal dari jajaran otoritas keagamaan tertentu (Lihat: Eickelman, Anderson, dan Tessler 2003), Memudarnya otoritas keagamaan juga merupakan bagian dari karakteristik kehidupan sosial masyarakat jaringan. Dalam masyarakat jaringan, komunikasi terjadi secara horizontal dan struktur sosial berubah menjadi semakin tidak hierarkis (Castells 2015). Hal ini membuat masyarakat jaringan tidak terlalu bergantung pada otoritas karena semua pihak telah berubah menjadi agen yang memiliki kebebasan untuk bersuara, atau dalam konteks ini yaitu untuk berdakwah.



Gambar 2 Unggahan tentang Upaya Menghindari Zina

Salah satu contoh unggahan tentang kesalahan bisa dilihat pada karya @mau.benerbareng yang dikirim ulang (*repost*) oleh akun Instagram Iqomic. Dalam karyanya, ia menyampaikan nasihat untuk anak muda yang masih terjebak pada aktivitas pacaran, suatu aktivitas yang dianggap sebagai bagian dari perbuatan dosa. Pada postingan tersebut, ia menyampaikan bahwa

pacaran digolongkan sebagai perbuatan zina, dan solusi yang benar untuk menghindarinya ialah dengan menikah. Hanya saja, jika seseorang belum mampu untuk menikah, ia bisa menjalankan solusi lain seperti berpuasa. Akan tetapi, jika berpuasa masih belum mampu membuat seseorang menghindari pacaran, maka ia dapat melakukan sepuluh upaya seperti yang ada pada unggahan tersebut.

Aktivitas dakwah di atas menunjukkan bagaimana narasi kesalehan individu yang diproduksi oleh komunitas Iqomic di Instagram. Mendakwahkan tentang kesalehan, khususnya dalam konteks melarang perbuatan pacaran, sebenarnya juga bagian dari wacana “hijrah” yang akhir-akhir ini sedang tren dan dikampanyekan oleh anak-anak muda muslim, baik di kehidupan nyata dan di dunia *online* (Amna 2019; Annisa 2018; Baulch dan Pramiyanti 2018; Han 2018; Kailani dan Sunarwoto 2019; Lisda dan Romario 2020; Nisa 2018). Bagi mereka, salah satu bentuk kesalehan individu untuk anak muda ialah meninggalkan kegiatan pacaran. Sebab, hal tersebut dianggap dapat mengarah pada perbuatan zina, salah satu jenis kemaksiatan dalam Islam. Upaya menjauhi pacaran pada sebagian anak muda muslim juga dapat dilihat dari munculnya beberapa komunitas yang giat mengampanyekan larangan terhadap aktivitas tersebut. Salah satu contohnya ialah komunitas Indonesia Tanpa Pacaran (ITP) (Asfiyah 2019). Selain itu, beberapa aktivis muslim lainnya seperti Felix Y. Siauw juga beberapa tahun yang lalu telah menyerukan hal tersebut lewat bukunya yang populer berjudul *Udah Putusin Aja!*

Dengan demikian, pesan dakwah yang diproduksi oleh Iqomic sebenarnya tidak lepas dari pengaruh wacana-wacana dominan yang beredar dalam jaringan aktivitas mereka di internet. Selaras dengan penjelasan Castells (2004), bahwa nilai (*value*) atau sesuatu yang bermakna dalam masyarakat jaringan berasal dari sesuatu yang dominan dan diproduksi oleh aktor-aktor dalam jaringan tersebut. Jika jaringan Iqomic beredar dalam jaringan keislaman yang diikuti oleh anak muda, maka apapun yang tren (dominan) di kalangan anak muda akan mempengaruhi para aktor di komunitas Iqomic. Gagasan dan ide yang diluncurkan dalam komik mereka akan berkuat dengan wacana-wacana yang dominan tersebut. Singkatnya, dalam masyarakat jaringan, pengaruh tidak hanya ditentukan oleh aktor-aktor yang berada di dalam jaringan, tapi juga isu dan wacana yang beredar di dunia *online*. Larangan pacaran tidak berkaitan erat dengan misi utama Iqomic, yaitu untuk memperbaiki citra negatif yang disematkan kepada Islam karena aksi teror yang dilakukan oleh kelompok ekstremis. Larangan pacaran tidak terlalu berhubungan dengan kerukunan, toleransi, dan perdamaian. Namun, karena wacana “hijrah” yang mengarah pada pembentukan kesalehan—termasuk menghindari pacaran—merupakan sesuatu yang tren (dominan) di kalangan anak muda, maka Iqomic juga turut serta dipengaruhi sekaligus menggulirkan (mempengaruhi) wacana tersebut di dunia *online*.

## **Iqomic dan Persatuan Islam yang Utopis**

Pada tanggal 18 Desember 2020, akun Instagram Iqomic mengirim ulang (*repost*) unggahan komik dari akun Instagram @taarst\_gram. Dalam unggahan tersebut, ia

menggabungkan antara video dakwah dan komik dari tokoh *anime* (animasi) Jepang dalam serial *One Piece*, yaitu Luffy dan Zoro. Serial *One Piece* ini sendiri bercerita tentang petualangan para bajak laut yang saling bersaing satu sama lain untuk memperebutkan harta karun. Menariknya, kreator di Iqomic memodifikasi beberapa gambar yang ada pada animasi Jepang tersebut. Mereka mengganti bendera bajak laut yang berwarna hitam dan bergambar tengkorak dengan bendera hitam yang bertuliskan kalimat tauhid. Selain itu, unggahan tersebut juga ditambahkan audio yang berisikan potongan ceramah Felix Y. Siauw (aktivis Hizbut Tahrir) mengenai seruan agar seluruh umat muslim bersatu. Strategi ini merupakan bagian dari gejala pop-islamisme yang muncul pada sebagian kelompok muslim. Dalam pop-islamisme, kelompok-kelompok ini mengampanyekan agenda islamis lewat saluran komunikasi modern (seperti media sosial) dan budaya konsumerisme yang sedang mengemuka—seperti konsumsi atas film dan musik—pada masyarakat muslim (Akmaliah 2020b; Müller 2013)



*Gambar 3 Video dakwah di Iqomic*

Unggahan tersebut mendapatkan komentar yang beragam, terutama terhadap gambar, pendakwah, dan isi dakwahnya. Terkait gambar, beberapa komentar menunjukkan ketertarikan dengan gambar tersebut, yaitu gambar tokoh dari serial *One Piece*, sebuah serial anime Jepang yang digemari oleh banyak anak muda di Indonesia. Hal ini menandakan bahwa komik dan Islam merupakan sebuah kombinasi yang diterima dan digunakan oleh anak-anak muda muslim di Indonesia dalam aktivitas keagamaan mereka. Sementara itu, pada gambar lainnya, yaitu bendera tauhid, dan penceramah yang menjadi latar belakang suara pada unggah tersebut—yaitu Felix Y. Siauw—mendapatkan komentar tidak sedap. Kedua hal tersebut diyakini oleh sebagian komentator sebagai bagian dari Hizbut Tahrir, sebuah organisasi massa (ormas) Islam yang telah dibubarkan oleh pemerintah Indonesia karena mengampanyekan penegakkan khilafah sebagai sistem pemerintahan.

No	Nama Akun	Komentar
1	@risnanae	Akhi Zoro dan akhi Luffy Maasyaa Allah
2	@aditya.nugrahas	Yang disuruh itu persatuan di atas <i>aqidah</i> yang benar. Jangan lupa, Nabi juga mengabarkan perpecahan umat. Dan Nabi tidak menyuruh untuk bersatu, tapi Nabi menyuruh berpegang teguh ke sunnah beliau <i>shallallahu alaihi wassalam</i>
3	@majelis.babussalam	Bersatu dengan Hizbut Tahrir maksudnya, nanti dulu ya.
4	@permanaathar	Persatuan umat Islam memang sangat penting. Dan persatuan bernegara harus juga kita jaga agar kita damai dalam menjalankan ibadah
5	@yuk_hijraah	Bagaimana cara kita bersatu sedang <i>aqidah</i> kita bercampur-campur? Tapi Allah dan RasulNya sudah menurunkan solusinya yaitu bersatu di atas manhaj salaf (Alquran dan sunnah di atas pemahaman para sahabat menjauhi kesyirikan dan kebid'ahan)

Berbagai respons tersebut menunjukkan sulitnya Iqomic membawa misi persatuan dan perdamaian di media sosial. Sebaliknya, upaya mereka malah membuka ruang untuk akun-akun yang kontra dengan mereka. Dalam masyarakat jaringan, kesetaraan, perbedaan, dan kebebasan lebih dominan dibanding nilai persatuan. Selain itu, pengaruh yang dominan dalam jaringan juga membuat Iqomic akhirnya tertarik menggunakan suara-suara dari penceramah populer yang memiliki banyak pengikut seperti Felix Y. Siauw (Hannan 2021). Hanya saja, menjadikan Felix Y. Siauw sebagai konten rupanya menjadi bumerang bagi mereka. Sebab, selain memiliki banyak pengikut, ia juga bagian dari Hizbut Tahrir, sebuah kelompok radikal yang telah dibubarkan oleh pemerintah (Hew 2018, 2019). Singkatnya, misi awal Iqomic yang diarahkan untuk persatuan dan perbaikan citra Islam tidak berjalan dengan baik di dalam ruang lingkup masyarakat jaringan yang terbuka dan non hierarkis.

## Merespon Konten Viral

Saat kejuaraan balap motor (Moto GP) tengah berlangsung di sirkuit Mandalika (Nusa Tenggara Barat), hujan deras tiba-tiba turun. Perlombaan pun diberhentikan sejenak untuk menunggu hujan reda. Di tengah aktivitas menunggu tersebut, seorang pawang hujan yang disiapkan oleh panitia penyelenggara masuk ke area perlombaan untuk melakukan beberapa ritual yang ia yakini dapat menghalau derasnya hujan. Penampilan Rara sebagai pawang hujan pada hari tersebut pun kemudian viral dan menuai berbagai tanggapan, mulai dari yang

mendukung hingga yang menghujat. Peristiwa ini juga dianggap mendapat perhatian dari dunia melalui pemberitaan yang disampaikan oleh media asing (Kompas, 2022).

Selain itu, yang tidak kalah penting ialah peristiwa ini juga mendapat tanggapan dari sejumlah tokoh Islam seperti Buya Yahya di akun *youtube* Al-Bahjah TV. Ia mengatakan bahwa pawang hujan merupakan sesuatu yang haram dan dilarang dalam Islam. Pendapat senada juga disampaikan oleh Abdul Somad yang mengatakan bahwa perbuatan pawang hujan, meminta kepada jin dan setan, jelas hukumnya haram (Republika, 2022).



Gambar 4 Komik tentang pawang hujan di Instagram Iqomic (21 Maret 2022)

Iqomic juga menanggapi aksi pawang hujan tersebut dalam bentuk komik yang mereka unggah ulang (*repost*) dari akun Instagram bernama @vbi\_djenggotten. Bahkan, dalam komik tersebut, mereka memperluas fatwa keharamannya tidak hanya terbatas pada pawang hujan, tapi juga orang-orang yang mendukung aksi tersebut. Hal ini memperlihatkan bagaimana nilai yang dominan dalam jaringan—atau isu yang sedang tren di internet—mempengaruhi keputusan mereka atas apa yang hendak mereka unggah atau kirim ulang (*repost*) di Instagram. Namun, dalam memproduksi tanggapan atas isu tersebut dalam bentuk komik, ada proses modifikasi (pengubahan atau penambahan) yang dilakukan, seperti membuat gambar komik sendiri, memperluas fatwa, dan memasukkan teks-teks tambahan tertentu di dalam gambarnya. Dengan demikian, mereka tidak hanya terpengaruh oleh jaringan, tapi juga membawa pengaruh tertentu pada jaringan.

Hal menarik lainnya yang kami temukan ialah perihal tanggapan para pengikut Iqomic di kolom komentar komik tersebut. Mereka tampak memberikan komentar yang beragam, mulai dari yang mendukung, tidak setuju, hingga yang memberikan catatan-catatan kritis. Beberapa contoh komentar tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

No	Nama Akun	Komentar
1	@pustakannas	Koreksi bang, itu tidak sah, itu keliru, yang sah Ahmad 16041 itu yang Nabi saw bersabda, “Siapa yang membunuh dirinya dengan cara tertentu di dunia maka dia akan disiksa pada hari kiamat dengan cara yang sama” (HR. Ahmad 16041 dan Muslim 164).
2	@zhed_ney	Di Indonesia itu tidak hanya agama Islam semua. Indonesia itu punya <i>culture</i> yang tidak semua dipahami masyarakat. Lagipula tidak membuat kamu rugi. Buat apa menghukumi. Jika ingkar (tidak setuju), ya ingkar (tidak setuju) saja. Biar saja mereka (pawang hujan) melakukan profesi mereka. Aku Islam dan aku ingkar (tidak setuju). Tapi tidak harus <i>ngehate</i> (benci) karena kembali lagi Indonesia punya <i>culture</i> .
3	@zidnihr	<p>“Barang siapa yang mendatangi dukun atau peramal kemudian membenarkan apa yang dia katakan, maka dia telah kafir terhadap apa yang diturunkan kepada Muhammad saw (Alquran)” (HR. Ahmad no. 9171)</p> <p>HR. Ahmad dalam musnadnya (2/429/no.9532), Al-Hakim dalam Al-Mustadrok (1/8/no.15), Al Baihaqi (7/198/no.16274), dan disahihkan oleh Syaikh Al Albaniy dalam Sahih At-Targhib (3047)</p> <p>Abdur Ra'uf Al-Munawiy Rahimahullah berkata, “Hadis ini dengan hadis yang sebelumnya tak ada kontradiksi, karena maksudnya, orang yang membenarkan dukun, jika ia meyakini bahwa si dukun mengetahui perkara ghaib, maka ia kafir. Jika ia meyakini bahwa jin membisikkan kepada si dukun sesuatu yang ia curi dengar dari malaikat, dan bahwa hal itu melalui wangsit (dari jin), lalu ia (orang yang datang ke dukun) membenarkan dukun dari cara seperti ini, maka ia tidak kafir”. (Lihat Faidhul Qodir (6/23/no.10883).</p>

Dari beragam komentar di atas, terlihat bahwa pandangan keagamaan Iqomic di dalam masyarakat jaringan tidak selalu menuai persetujuan. Dalam dunia jaringan, apa yang mereka sampaikan bisa mendapatkan respons yang keras, kritis, dan kontra secara langsung dari para pengguna Instagram. Hal-hal seperti ini tentu jarang terjadi dalam interaksi sosial yang real, di mana struktur sosial bersifat vertikal: antar satu tingkat kelas dengan tingkat kelas lainnya memiliki batasan-batasan tertentu. Namun, di dalam masyarakat jaringan, relasi tidak terbentuk

dalam hubungan vertikal melainkan horizontal dan egaliter sehingga tidak terdapat otoritas mutlak di dalamnya. Selain itu, anonimitas para pengguna internet juga semakin memperkuat otonomi mereka untuk bersuara (Castells 2015). Akhirnya, dalam kasus ini, Iqomic semakin bergeser dari misi awalnya karena membahas isu-isu yang masih sensitif dalam masyarakat yang multikultural. Alih-alih menciptakan kedamaian, beberapa unggahan mereka malah bisa memperkeruh suasana kehidupan yang memiliki keragaman etnis, tradisi, dan budaya seperti Indonesia.

## **Kritik Terhadap Pemerintah**

Pada bulan Maret 2022, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) mengeluarkan keputusan logo halal terbaru dengan logogram berbentuk gunung wayang berwarna ungu yang di bawahnya tertulis “Label Halal Indonesia”. Sebelumnya, sejak tahun 1989, logo halal dan sertifikasi merupakan wewenang Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM–MUI) (Detik, 2022). Alasan penggantian logo halal menurut kapala BPJPH Muhammad Aqil Irhan ialah untuk merepresentasikan budaya Indonesia yang memiliki ciri khas unik. Akan tetapi niat tersebut tidak sepenuhnya disambut baik oleh sebagian masyarakat muslim Indonesia. Bahkan logo ini mendapatkan kritik dari wakil ketua MUI Anwar Abbas, karena dianggap menyentralkan logo tersebut hanya pada budaya Jawa saja (CNN Indonesia 2022).



Gambar 5 Logo halal dari Kementerian Agama Indonesia

Selain kritik dari wakil ketua MUI Anwar Abbas, muncul juga berbagai ketidaksetujuan dari sebagian masyarakat muslim yang lain. Dari sekian banyak kritik yang ada, ketidaksetujuan dalam bentuk unggahan gambar logo halal alternatif merupakan sesuatu aksi yang menarik untuk diamati lebih jauh. Logo halal alternatif tersebut diproduksi dalam bentuk logo halal yang menyertakan simbol dari berbagai daerah di Indonesia seperti logo halal Aceh, logo halal Palembang, dan logo halal Minang (CNN Indonesia 2022).



*Gambar 6 Logo halal alternatif dari sebagian masyarakat muslim*

Munculnya banyak kritikan terhadap logo halal Kemenag, membuat Iqomic juga turut serta dalam menanggapi isu tersebut di Instagram. Pemilihan Instagram sebagai tempat masyarakat jaringan seperti Iqomic melakukan protes bukan tanpa alasan. Mereka memilih media-media yang terhubung dengan internet karena media tersebut tidak terbatas dan tidak dikuasai oleh kelompok elite tertentu. Sementara media massa bersifat terbatas karena dikuasai oleh pemerintah dan perusahaan media (Castells 2015).

Berbeda dengan respons sebelumnya yang membuat logo halal tandingan, komikus Iqomic dengan akun Instagram bernama @hey.jong mengkritik tulisan halal yang terdapat pada logo halal Kementerian Agama. Menurutnya, alih-alih terbaca menjadi halal, tulisan Arab tersebut malah terlihat seperti kata “*halaka*” yang artinya malapetaka. Di bawah unggahan tersebut, dijelaskan oleh Iqomic bahwa:

*Bahasa Hausa adalah sebuah bahasa utama sekaligus bahasa resmi di bbrp negara Afrika Barat. Bahasa ini secara resmi ditulis dgn menggunakan aksara Arab. Jika diterjemahkan dari bahasa Hausa, "halaka" memiliki arti "malapetaka". Sedangkan dim bahasa Arab, arti dari akar kata "halaka" memiliki bbrp makna, antara lain binasa, mati, hancur, atau membinasakan, mengutuk, menyumpah, merendahkan/menganggap tdk bermutu. Dlm Al Qur'an "halaka" disebutkan sebanyak 68 kali dim berbagai bentuk penggunaan, dan digunakan utk menunjukkan bbrp hal, yaitu: seseorang yg meninggal, kebinasaan seseorang atau suatu umat/ generasi, hancurnya makhluk, perilaku destruktif yg membinasakan diri, dan hukuman/azab Allah.*



*Gambar 7 Respons Iqomic terhadap logo halal terbaru*

Komik ini kemudian mendapatkan komentar yang beragam. Sebagian besar mendukung pernyataan yang disampaikan komikus. Akan tetapi ada juga yang mengkritik pernyataan tersebut seperti akun @\_.mrr.bd:

*Teman2, logo halal dibuat dengan bahasa Arab, jadi jangan disambungkan dengan bahasa lain ya, karena kata apapun dari bahasa manapun bisa jadi lain artinya kalau kita terjemahkan tidak dari bahasa yang digunakan. Kedua, halaka akan bermakna kecelakaan dalam bahasa Arab apabila menggunakan huru ha besar, sedangkan di tulisan asli dan tulisan di logo hala Indonesia itu menggunakan ha kecil. Di sini saya tidak membela siapapun, hanya membela yang benar. Ketiga, seperti point yang pertama, jangan suatu kata dipaksakan untuk bersambung dengan nama di film, karena tiada hubungannya sama sekali. Saya bukan fansnya pa Yaqut (Menteri Agama Yaqut Cholil Qoumas), tapi saya yakin pa Yaqut tidak sejauh itu mengambil nama jika memang tujuannya menjelekan Islam. Jika memang beliau menjelekan Islam, beliau akan ambil nama bermakna buruk yang lebih dikenal masyarakat Indonesia.*

Pada kasus terakhir ini, misi Iqomic bergeser menjadi semakin jauh. Alih-alih berjuang bersama Kementerian Agama yang selama ini mempromosikan toleransi dan moderasi beragama, jaringan Iqomic malah mengguncang otoritas Kementerian Agama lewat salah satu komik mereka. Namun, keterbukaan dalam masyarakat jaringan juga membuat aksi protes Iqomic mendapatkan respons balik yang juga kontra dengan mereka.

## **Isu Global: Iqomic dan Konflik Israel-Palestina**

Selain dakwah perihal kesalahan, Iqomic dalam beberapa unggahan juga tampak menunjukkan kepedulian dan pembelaan terhadap konflik Israel-Palestina. Di Indonesia, konflik yang tak kunjung usai ini memang sering menjadi pemberitaan di media cetak maupun *online*. Sebagai salah satu negara dengan penduduk muslim terbesar dunia, tentu saja sebagian masyarakat muslim di Indonesia selalu mengikuti berita-berita terkini dari isu tersebut.

Bergabungnya sebagian aktivis ke dalam aksi solidaritas Palestina disebabkan oleh: 1) adanya kesamaan narasi kolektif antara kelompok mereka (seperti penghinaan dan perampasan tanah) dengan warga Palestina; 2) tumbuhnya pemahaman mereka tentang akar persoalan dari berbagai diskriminasi serta kaitannya dengan identitas sosial dan politik mereka; 3) adanya pengalaman pribadi yang berkaitan dengan marginalisasi dan diskriminasi; dan 4) karena adanya koalisi serta dukungan dari berbagai pihak terhadap aksi mereka (Hill, Ben Hagai, dan Zurbriggen 2018).

Alasan lain sebagian masyarakat muslim mendukung Palestina dalam konflik tersebut di dunia *online* ialah karena adanya kesamaan identitas agama (Islam) antara mereka dengan warga Palestina. Selain itu, dukungan terhadap Palestina juga disebabkan oleh keyakinan masyarakat muslim Indonesia bahwa bangsa Israel telah melakukan pelanggaran moral seperti melakukan kekerasan dan penjajahan terhadap warga Palestina (Shadiqi, Muluk, dan Milla 2020).



Gambar 8 Gambar komik tentang Palestina di akun instagram Iqomic (10 Mei 2021)

Melihat tingginya antusiasme sebagian masyarakat muslim terhadap isu konflik Israel-Palestina, Iqomic juga turut serta mengunggah kembali (*repost*) komik-komik yang berkaitan dengan isu tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat jaringan seperti Iqomic merupakan masyarakat global. Mereka terhubung dan merespons isu-isu global tapi dengan upaya dan strategi mereka sendiri (lokal). Singkatnya, dalam masyarakat jaringan, terjadi percampuran antara pengaruh global dan lokal (Castells 2004).

Salah satu komik yang mereka kirim kembali di akun Instagram utama Iqomic ialah komik yang dibuat oleh akun @sketsadakwahh. Dalam pengamatan kami, konten komik mengenai kondisi warga Palestina pasca konflik berhasil mendulang respons emosional dari para pengikut Iqomic di Instagram. Dalam kolom komentar, beberapa pengikut turut berduka atas kondisi warga Palestina sembari mendoakan mereka, sementara beberapa komentator lainnya menumpahkan amarah mereka terhadap Israel.

No	Nama akun	Komentar
1	@nothing_imnida	<i>Its shamefull how there are 56 muslim countries but none is there to help them to save Masjid Aqsa... how are you going to face Allah. All the muslim presidents are out here chilling in their houses...</i> (Ini sangat memalukan bagaimana ada 56 negara muslim tetapi tidak ada yang membantu mereka untuk menyelamatkan Masjid Aqsa... bagaimana Anda semua akan menghadap Allah. Semua presiden muslim di sini hanya bersantai di rumah mereka)
2	@punyadiida_	Mana suara kalian wahai warga Indonesia yang budiman, saudara kita di sana butuh dukungan kita, ayo!

Aksi Iqomic di atas memperlihatkan bahwa jaringan memang berpotensi untuk menjadi tempat berkumpulnya orang-orang dengan aspirasi yang sama. Selain itu, jaringan juga telah

mejadi tempat untuk para aktor memproduksi kekuatan simbolis sebagai senjata untuk menyerang musuh mereka. Bahkan, jaringan juga dapat menjadi tempat yang potensial untuk melakukan konsolidasi (Castells 2015). Hanya saja, dari beberapa respons yang ada, kumpulan massa Iqomic tidak semuanya menyalurkan aspirasi mereka dalam bentuk yang rasional, konstruktif, dan solutif, melainkan dalam bentuk yang emosional. Kondisi ini tentu saja dapat menggeser misi Iqomic yang awalnya hendak memperbaiki citra Islam menjadi agama yang damai menuju citra Islam yang penuh dengan dendam dan amarah seperti yang dibawa oleh para kelompok ekstremis sebelumnya.

## **D. KESIMPULAN**

Kehadiran internet telah melahirkan masyarakat jaringan, yaitu suatu masyarakat yang struktur sosialnya saling berjejaring (terhubung) dalam berbagai perangkat teknologi informasi dan komunikasi. Keadaan ini mendorong terjadinya perpindahan berbagai aktivitas yang awalnya berlangsung di dunia real ke dalam dunia jaringan, termasuk aktivitas keagamaan. Perpindahan ini ternyata turut mengubah narasi dan praktik tradisional keagamaan serta struktur dan relasi sosial yang berlaku di kehidupan real.

Dengan demikian, dalam studi ini, kami berupaya mengamati karakteristik masyarakat jaringan pada komunitas anak muda muslim dan bagaimana pengaruh pola jaringan terhadap aktivitas keagamaan mereka yang berlangsung secara online tersebut. Adapun sampel yang kami gunakan dalam studi ini ialah komunitas Iqomic, salah satu komunitas dengan puluhan konten kreator komik di Instagram yang saling berjejaring satu sama lain. Setiap konten kreator memiliki karakteristik dan ide kreatifnya masing-masing. Selain itu, mereka juga mempunyai pemahaman keislaman yang berbeda dengan konten kreator lainnya. Komunikasi horizontal yang non hierarkis dalam masyarakat jaringan membuat berbagai perbedaan tersebut saling mempengaruhi satu sama lain, terutama terhadap misi awal Iqomic yang ingin membuat citra Islam menjadi agama yang damai dan toleran. Selain itu, pengaruh dari wacana-wacana dominan di internet yang turut mereka bahas—seperti wacana hijrah, konflik Israel-Palestina, serta isu-isu keagamaan yang memuat kontroversi—juga menjauhkan Iqomic dari misi utama mereka sebelumnya.

Untuk melengkapi studi ini, kami menyarankan untuk penelitian selanjutnya dapat memperluas ruang lingkup pengamatan, yaitu tidak hanya sebatas aktivitas keislaman Iqomic di Instagram, tapi juga di beberapa saluran online lainnya seperti

Youtube, Facebook, dan lain-lain, lalu membandingkannya dengan produk dan aktivitas dakwah mereka di luar jaringan online, seperti produk komik cetak, pelatihan pembuatan komik, Iqomiccamp (kegiatan kemah antar konten kreator Iqomic), hingga pameran buku. Secara umum, penelitian selanjutnya juga dapat melakukan kajian terhadap keberadaan masyarakat jaringan muslim di berbagai media online lainnya.

### **E. DAFTAR PUSTAKA**

- Akmaliah, Wahyudi. 2020a. "The Demise of Moderate Islam: New Media, Contestation, and Reclaiming Religious Authorities." *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* Vol. 10, no. 1:1–24. doi: 10.18326/ijims.v10i1.
- Akmaliah, Wahyudi. 2020b. "When Islamism and Pop Culture Meet: A Political Framing of the Movie '212: The Power of Love.'" *Studia Islamika* 27(1):1–33. doi: 10.36712/sdi.v27i1.9205.
- Amna, Afina. 2019. "Hijrah Artis Sebagai Komodifikasi Agama." *Sosiologi Reflektif* 13(2):331–50.
- Annisa, Firly. 2018. "Hijrah Milenial: Antara Kesalehan dan Populism." *MAARIF Journal* 13(1).
- Asfiah, Wardatul. 2019. "Pemuda dan Pencarian Identitas Kemusliman: Studi Atas Gerakan Indonesia Tanpa Pacaran (ITP) Yogyakarta." UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Baulch, Emma, dan Alila Pramiyanti. 2018. "Hijabers on Instagram: Using Visual Social Media to Construct the Ideal Muslim Woman." *Social Media + Society* 4(4):1–15. doi: 10.1177/2056305118800308.
- Berbagisemangat.com. 2018. "Komunitas Iqomic: Dakwah Kreatif Lewat Karya Komik Islam." <https://berbagisemangat.com/komunitas-iqomic-dakwah-kreatif-lewat-karya-komik-islam/>
- Campbell, H. A. 2012. "Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society." *Journal of the American Academy of Religion* 80(1):64–93.
- Campbell, Heidi A. 2013. "Religion and the Internet: A microcosm for studying Internet trends and implications." *New Media & Society* 15(5):680–94. doi: 10.1177/1461444812462848.
- Campbell, Heidi A., dan Giulia Evolvi. 2020. "Contextualizing current digital religion research on emerging technologies." *Human Behavior and Emerging Technologies* 2(1):5–17. doi: 10.1002/hbe2.149.
- Castells, Manuel. 2001. *The Internet galaxy: reflections on the Internet, business, and society*. New York: Oxford University Press.
- Castells, Manuel, ed. 2004. *The network society: a cross-cultural perspective*. Northampton, MA: Edward Elgar Pub.
- Castells, Manuel. 2015. *Networks of outrage and hope: social movements in the Internet age*. Cambridge: Polity Press.

- CNN Indonesia. 2022. "Meme Kocak Logo Halal Tandingan Netizen, Minyak Goreng Hingga Rusia." <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220314105933-192-770818/meme-kocak-logo-halal-tandingan-netizen-minyak-goreng-hingga-rusia>
- Cohen-Almagor, Raphael. 2011. "Internet History." *International Journal of Technoethics* 2(2):45–64. doi: 10.4018/jte.2011040104.
- Eickelman, Dale F., dan Jon W. Anderson, ed. 2003. *New Media In The Muslim World The Emerging Public Sphere*. 2 ed. Bloomington: Indiana University Press.
- F. Nisa, Eva. 2018. "Creative and Lucrative Da'wa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia." *ASIASCAP: Digital Asia* 5:68–99.
- Han, Muhammad Ibtissam. 2018. *Anak Muda, Dakwah Jalanan dan Fragmentasi Otoritas Keagamaan: Studi Atas Gerakan Dakwah Pemuda Hijrah dan Pemuda Hidayah*. Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga.
- Hannan, Abd. 2021. "Cyberspace dan Populisme Islam di Kalangan Netizen: Studi Kasus pada Akun Media Sosial Felix Siau." *Sosiologi Reflektif* 15(2):224–49.
- Hasan, Noorhaidi. 2009. "The making of public Islam: piety, agency, and commodification on the landscape of the Indonesian public sphere." *Contemporary Islam* 3 (3):229–50.
- Heryanto, Ariel. 2014. *Identity and pleasure: The politics of Indonesian screen culture*. Singapore: NUS Press.
- Hew, Wai Weng. 2018. "The Art of Dakwah : Social Media, Visual Persuasion and the Islamist Propagation of Felix Siau." *Indonesia and the Malay World* 46(134):61–79. doi: 10.1080/13639811.2018.1416757.
- Hew, Wai Weng. 2019. "Conservative Inclusivity and Hierarchical Diversity: Chinese dakwah and the Paradoxes of Indonesian Religious Pluralism." *Asian Journal of Social Science* 47(3):387–407. doi: 10.1163/15685314-04703006.
- Hill, Sophia, Ella Ben Hagai, dan Eileen L. Zurbriggen. 2018. "Intersecting alliances: Non-Palestinian activists in support of Palestine." *Journal of Diversity in Higher Education* 11(3):239–53. doi: 10.1037/dhe0000070.
- Hine, Christine. 2020. *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. London: Routledge.
- Kailani, Najib, dan Sunarwoto. 2019. "Televangelisme Islam dalam Lanskap Otoritas Keagamaan Baru." dalam *Ulama dan Negara Bangsa: Membaca Masa Depan Islam Politik di Indonesia*, disunting oleh N. Hasan. Yogyakarta: PusPIDeP.
- Kemenag. 2022. "Ditetapkan, Label Halal Indonesia Berlaku Nasional." <https://www.kemenag.go.id/read/ditetapkan-label-halal-indonesia-berlaku-nasional-8nja7>

P-ISSN: 2613-9707	Volume. 06	Nomor. 02	Juli – Desember 2024
-------------------	------------	-----------	----------------------

- Lisda, Aisyah, dan Romario. 2020. "@Wardahmaulida\_: Platform Islami Media Sosial dari Niqab Eksklusif pada Niqab Fashion." *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner* 5(2):205–22.
- Müller, Dominik M. 2013. "Post-Islamism or Pop-Islamism? Ethnographic observations of Muslim youth politics in Malaysia." *Paideuma: Mitteilungen zur Kulturkunde* (59).
- Nisa, Eva F. 2018. "Creative and Lucrative Da'wa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia." *Asiascape: Digital Asia* 5(1–2):68–99. doi: 10.1163/22142312-12340085.
- Redaksi ACTNews. 2017. "Edukasi Isu Kemanusiaan Lewat Komik, ACT Berkolaborasi Dengan Iqomic." <https://news.act.id/berita/edukasi-isu-kemanusiaan-lewat-komik-act-berkolaborasi-dengan-iqomic>
- Romario, dan Lisda Aisyah. 2019. "Komik Islam Di Media Sosial Instagram: Dakwah Kreatif Melalui Komik." *ISLAMUNA: JURNAL STUDI ISLAM* 6 (2):98–119. doi: <https://doi.org/10.19105/islamuna.v6i2.2588> 98.
- Shadiqi, Muhammad Abdan, Hamdi Muluk, dan Mirra Noor Milla. 2020. "Support for Palestinian among Indonesian Muslim: Religious identity and solidarity as reasons for e-petition signing." *Psychological Research on Urban Society* 3(1):40. doi: 10.7454/proust.v3i1.83.