

**PENGUNAAN AYAT-AYAT AL-QUR'AN DALAM KAMPANYE POLITIK
WAKIL KETUA PWNU JAWA BARAT DI MEDIA SOSIAL DAN DAMPAKNYA
TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT**

SKRIPSI

oleh

Risang Wiku Pawenang

NIM 210204110064



PROGRAM STUDI ILMU AL-QUR'AN DAN TAFSIR

FAKULTAS SYARI'AH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2024

**PENGGUNAAN AYAT-AYAT AL-QUR'AN DALAM KAMPANYE
POLITIK WAKIL KETUA PWNU JAWA BARAT DI MEDIA SOSIAL
DAN DAMPAKNYA TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT**

SKRIPSI

oleh

Risang Wiku Pawenang

NIM 210204110064



**PROGRAM STUDI ILMU AL-QUR'AN DAN TAFSIR
FAKULTAS SYARI'AH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah,

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan,

Penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGGUNAAN AYAT-AYAT AL-QUR'AN DALAM KAMPANYE POLITIK WAKIL KETUA PWNU JAWA BARAT DI MEDIA SOSIAL DAN DAMPAKNYA TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT

Benar-benar merupakan skripsi yang disusun sendiri berdasarkan kaidah penulisan karya ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan. Jika dikemudian hari laporan penelitian skripsi ini merupakan hasil plagiasi karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan, maka skripsi sebagai prasyarat mendapat predikat gelar sajana dinyatakan batal demi hukum.

Malang, 18 November 2024



Risang Wiku Pawenang

NIM 210204110064

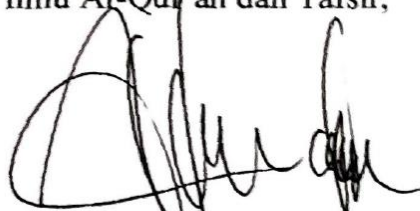
HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah membaca dan mengoreksi skripsi saudara Risang Wiku Pawenang dengan NIM: 210204110064, Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul:

PENGGUNAAN AYAT-AYAT AL-QUR'AN DALAM KAMPANYE POLITIK WAKIL KETUA PWNU JAWA BARAT DI MEDIA SOSIAL DAN DAMPAKNYA TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT

Maka pembimbing menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah untuk diajukan dan diuji oleh Majelis Dewan Penguji.

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir,



Ali Hamdan, MA. Ph.D.

NIP 197601012011011004

Malang, 18 November 2024

Dosen Pembimbing,



Dr. Muhammad, Lc, M.Th.I.

NIP 198904082019031017

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

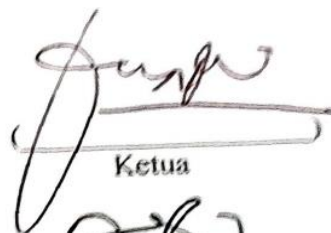
Dewan Penguji Skripsi saudara Risang Wiku Pawenang, NIM 210204110066, mahasiswa Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:


**PENGGUNAAN AYAT-AYAT AL-QUR'AN DALAM KAMPANYE
POLITIK WAKIL KETUA PWNU JAWA BARAT DI MEDIA SOSIAL
DAN DAMPAKNYA TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT**

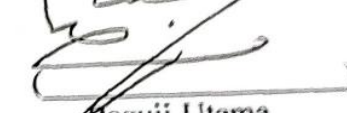
Telah dinyatakan lulus dalam sidang ujian skripsi yang dilaksanakan pada tanggal
13 Desember 2024

Dengan Penguji:

1. Dr. Muhammad Robith Fu'adi, Lc, M.Th.I
NIP. 198101162011011009
2. Dr. Muhammad. Lc, M.Th.I
NIP. 198904082019031017
3. Dr. Nasrulloh, Lc, M.Th.I
NIP. 198112232011011002


Ketua


Sekertaris


Peguji Utama

Malang, 13 Desember 2024
Dekan,

Prof. Dr. Sudirman, M.A.
NIP. 197708222005011003

MOTTO

“Aku Dibentuk Oleh Rutinitasku, Dan Hasil Tidak Lebih Hanyalah Produk
Sampingan”

-Shinsuke Kita-
(*Haikyuu*)

التفسير بالحكمة وليس بالطموح

"*Menafsirkan dengan hikmah, bukan ambisi.*"

- Syekh Hasan Al-Jabari-
(*Ahli Fikih dan Tafsir*)

“Manusia Adalah Mahluk Yang Terluka Dan Akan Menyesal Pada Apapun
Pilihan Yang Mereka Buat. Mudah Untuk Berkata ‘Pilih Saja Supaya Tidak
Menyesal.’ Tapi Itu Mustahil, Sesulit Apapun Jalan Yang Kau Tempuh, Pada
Akhirnya Akan Selalu Ada Penyesalan. Seperti Itulah Kita Manusia”.

-Glenn Radars-
(*Rokudenashi Majutsu Koushi to Akashic Records*)

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Umum

Transliterasi ialah pemindah alihan tulisan Arab dalam tulisan Indonesia (Latin), bukan terjemahan bahasa Arab ke dalam bahasa Indonesia. Termasuk dalam kategori ini ialah nama Arab dari bangsa Arab, sedangkan nama Arab dari bangsa selain Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionalnya, atau sebagaimana yang tertulis dalam buku yang menjadi rujukan. Penulis judul buku dalam footnote maupun daftar pustaka, tetap menggunakan ketentuan transliterasi ini.

Banyak pilihan dan ketentuan transliterasi yang dapat digunakan dalam penulisan karya ilmiah, baik yang berstandar internasional, nasional maupun ketentuan yang khusus penerbit tertentu. Transliterasi yang digunakan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang menggunakan EYD plus, yaitu transliterasi yang didasarkan atas surat keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, tanggal 22 Januari 1998, No. 158/1987 dan 0543. B/U/1987, sebagaimana tertera dalam buku pedoman Transliterasi Bahasa Arab (A Guide Arabic Transliterasi), INIS Fellow 1992.

B. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	Š	Es (Titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	Ĥ	Ha (Titik diatas)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Ž	Ž	Zet (Titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Šad	Š	Es (Titik di Bawah)
ض	Đad	Đ	De (Titik di Bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (Titik di Bawah)
ظ	Ža	Ž	Zet (Titik di Bawah)
ع	‘Ain	‘.....	Apostrof Terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
أ/ء	Hamzah'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (Á) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

C. Vokal Panjang dan Diftong

Setiap penulisan bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vokal *fathah* ditulis dengan “a”. *Kasroh* dengan “i”, *dlommah* dengan “u”, sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

Vokal Pendek		Vokal Panjang		Diftong	
أ	A		Ā		Ay
إ	I		Ī		Aw
أ	U		Ū		Ba'
Vokal (a) panjang=	Ā	Misalnya	قال	Menjadi	Qāla

Vokal (i) panjang =	Ī	Misalnya	قيل	Menjadi	Qīla
Vokal (u) panjang=	Ū	Misalnya	دون	Menjadi	Dūna

Khusus untuk bacaan ya' nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan "I", melainkan tetap ditulis dengan "iy" agar dapat menggambarkannya ' nisbat di akhirnya. Begitu juga, untuk suara diftong wawu dan ya' setelah *fathah* ditulis dengan "aw" dan "ay". Perhatikan contoh berikut:

Diftong (aw) =		Misalnya	قول	Menjadi	Qawlun
Diftong (ay) =		Misalnya	خير	Menjadi	Khayrun

D. Ta' Marbutah

Ta' Marbutah ditransliterasi dengan "t" jika berada di tengah kalimat, tetapi apabila *Ta' Marbutah* tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan "h" misalnya الرسالة المدرسة menjadi *al risalat li al-mudarrisah*, atau apabila berada di tengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *mudhaf* dan *mudhaf ilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan "t" yang diambungkan dengan kalimat berikutnya, misalnya في رحمة الله menjadi *fi rahmatillah*.

E. Kata Sandang dan Lafadh Al-Jalalah

Kata sandang berupa "al" (ال) ditulis dengan huruf kecil terletak di awal kalimat, sedangkan "al" dalam lafaz jalalah yang berada di tengah-tengah

kalimat yang disandarkan (idhafah) maka dihilangkan. Perhatikan contoh-contoh berikut ini:

1. Al-Imam al-Bukhariy mengatakan....
2. Al-Bukhariy dalam muqaddima kitabnya menjelaskan
3. Billaah ‘azza wa jalla

F. Nama dan Kata Arab Terindonesiakan

Pada prinsipnya setiap kata yang berasal dari bahasa Arab harus ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Apabila kata tersebut merupakan nama Arab dari orang Indonesia atau bahasa Arab yang sudah terindonesiakan, tidak perlu ditulis dengan menggunakan sistem transliterasi. Perhatikan contoh berikut: “.....Abdurrahman Wahid, mantan Presiden RI keempat, dan Amin Rais, mantan Ketua MPR pada masa yang sama, telah melakukan kesepakatan untuk menghapuskan nepotisme, kolusi, dan korupsi dari muka bumi Indonesia, dengan salah satu caranya melalui pengintensifan salat di berbagai kantor pemerintahan, namun....” Perhatikan penulisan nama “Abdurrahman Wahid”, “Amin Rais” dan kata “salat” ditulis dengan menggunakan tata cara penulisan bahasa Indonesia yang disesuaikan dengan penulisan namanya. Kata-kata tersebut sekaligus berasal dari bahasa Arab, Namun ia berupa nama dari orang Indonesia dan terindonesiakan, untuk itu tidak ditulis dengan cara “Abdal-Rahman Wahid”, “Amin Rais”, dan bukan ditulis dengan “Shalat”.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, yang telah memberikan rahmat dan pertolongan serta kemudahan pada penulisan skripsi yang berjudul: "Penggunaan Ayat-Ayat Al-Qur'an Dalam Kampanye Politik Wakil Ketua Pwnu Jawa Barat Di Media Sosial Dan Dampaknya Terhadap Persepsi Masyarakat" dapat kami selesaikan dengan baik. Shalawat serta salam kita haturkan kepada jungjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan uswatun hasanah kepada kita dalam menjalani kehidupan ini secara syar'i. Semoga dengan mengikuti beliau, kita tergolong orang yang beriman dan mendapatkan barakah serta syafa'atnya kelak di hari akhir.

Dengan segala bimbingan, pengajaran, arahan, dan dukungan dan fasilitas yang telah penulis nikmati dan rasakan selama menempuh perkuliahan hingga pada tahap penulisan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Prof. Dr. Sudirman, MA., selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ali Hamdan, MA., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. Muhammad, Lc, M.Th.I., selaku dosen pembimbing kami dalam merancang, menyusun, hingga dapat menyelesaikan penelitian ini. Tidak ada yang bisa kami gambarkan bagaimana ketulusan, keikhlasan

dan kesabaran beliau dalam membimbing kami. Beliau adalah sosok ceriman yang baik bagi seorang pendidik.

5. Segenap dosen Program Studi Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir khususnya dan dosen fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang secara umum yang telah memberikan pengajaran yang ikhlas dan tulus serta luar biasa dalam membimbing kami.
6. Kepada Ayah dan Ibu penulis, Kapten TNI AD (Purn.) H. Achrodji dan Hj. Endah Setiya Ningsih, S.P., dua sosok yang sangat berjasa dalam hidup penulis. Terimakasih atas segala do'a, cinta, kasih sayang, dan segalanya yang telah diberikan, sehingga penulis terdukung dengan apapun pilihan yang diambil oleh penulis, serta tanpa lelah memberikan segalanya hingga titik ini, semoga Allah SWT memberikan keberkahan, kesehatan, dan umur yang panjang serta diberikan tempat yang terbaik di akhirat kelak, karena telah menjadi sosok orangtua terbaik bagi penulis.
7. Kepada kakak penulis Dr. Penny Respati Yurisa, S.Pd., M.Pd., dan Dr. Abdur Rosid, S.Pd., M.Pd., terimakasih banyak atas segala dukungan baik moral maupun material, terimakasih juga segala motivasi dan pengawasan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Dan tak lupa penulis ucapkan kepada kakak-kakak penulis Pramudya Wisesha, S.H.I., M.H., dan Astrid Fadhilah Utami, S.Pd., dan adik tercinta penulis Azkya Ummami Annafisa yang selalu memberikan semangat, motivasi dan do'anya kepada penulis.

8. Segenap keluarga Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir Angkatan 2021 yaitu QUIENTION 21 dan keluarga besar Pondok Pesantren Sabilurrosyad Gasek, yang telah kebersamai dalam belajar dan berkembang dari semester awal hingga saat ini. Terimakasih atas warna dan bumbu yang telah diberikan dalam perjalanan perkuliahan penulis di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
9. Segenap teman-temanku tercinta, El-FAMILIA, KKM 56 Ngajum, dan PKL Miftahul Huda Turen, terimakasih atas segala kebersamaan dan pengalaman yang menyenangkan dan tidak akan terlupakan oleh penulis.
10. Untuk diri penulis Risang Wiku Pawenang terimakasih telah bertahan sampai detik ini, yang tidak mudah menyerah sesulit apapun dalam menghadapi rintangan perkuliahan maupun proses penyusunan skripsi, yang mampu tetap tenang dan tegak ketika mendapati permasalahan. Semoga selalu rendah hati, dan tidak mudah puas dengan perjalanan kedepannya.

Dan terselesaikannya penelitian ini, diharapkan ilmu yang telah diperoleh penulis selama berkuliah dapat sedikit memberikan manfaat di kemudian hari. Sebagai manusia yang tak luput dari kesalahan, penulis sangat mengharapkan pintu maaf yang sangat lebar serta kritik dan saran dari semua pihak demi perbaikan di waktu yang akan datang.

Malang, 20 November 2024

Penulis,

Risang Wiku Pawenang

NIM. 210204110064

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vi
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xv
ABSTRAK.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
خلاصة.....	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Metode Penelitian	7
F. Penelitian Terdahulu	11
G. Sitematika Penulisan.....	18
BAB II.....	20
TINJAUAN PUSTAKA	20
A. Landasan Teori.....	20
B. Kerangka Teori	28
BAB III	29
PEMBAHASAN.....	29
A. Kampanye Politik Oleh Wakil Ketua PWNU Jawa Barat Di Media Sosial.	29
B. Dampak Penggunaan Ayat-Ayat Al-Qur'an Dalam Kampanye Politik Terhadap Persepsi Masyarakat Di Sosial Media perspektif Heider.....	49

BAB IV	91
PENUTUP	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	94

Risang Wiku Pawenang, 210204110064, PENGGUNAAN AYAT-AYAT AL-QUR'AN DALAM KAMPANYE POLITIK WAKIL KETUA PWNU JAWA BARAT DI MEDIA SOSIAL DAN DAMPAKNYA TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT, Skripsi Jurusan Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir, Fakultas Syari'ah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing Dr. Muhammad, Lc, M.Th.I.

Kata Kunci: Penggunaan Ayat-ayat Al-Qur'an. Kampanye Politik, Media Sosial

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Penggunaan Ayat-Ayat Al-Qur'an dalam Kampanye Politik Wakil Ketua PWNU Jawa Barat di Media Sosial dan Dampaknya terhadap Persepsi Masyarakat." Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana ayat-ayat Al-Qur'an dimanfaatkan dalam strategi kampanye politik serta dampaknya terhadap persepsi masyarakat di media sosial, khususnya menjelang Pemilihan Presiden 2024 di Indonesia.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan analisis terhadap video kampanye yang diunggah di platform media sosial. Data primer diperoleh melalui observasi video kampanye, sedangkan data sekunder diambil dari literatur terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an oleh Wakil Ketua PWNU Jawa Barat, DR. Dadang Mulyawan, tidak hanya berfungsi sebagai alat legitimasi politik, tetapi juga mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap pesan-pesan kampanye yang disampaikan.

Dari analisis tersebut, penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pemahaman interaksi antara agama, politik, dan media sosial di Indonesia. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi studi lanjutan mengenai komunikasi politik dan penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam konteks pemilu.

Risang Wiku Pawenang, 210204110064, THE USE OF QURAN VERSES IN THE POLITICAL CAMPAIGN OF THE DEPUTY CHAIRMAN OF PWNU WEST JAVA ON SOCIAL MEDIA AND ITS IMPACT ON PUBLIC PERCEPTION, Thesis Department of Al-Qur'an Science and Tafsir, Faculty of Sharia, State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang, Advisor Dr. Muhammad, Lc, M.Th.I.

Keywords: Use of Al-Qur'an Verses. Political Campaign, Social Media

ABSTRACT

This study is entitled "The Use of Al-Qur'an Verses in the Political Campaign of the Deputy Chairperson of PWNU West Java on Social Media and It's Impact on Public Perception." This study aims to explore how Al-Qur'an verses are utilized in political campaign strategies and their impact on public perception on social media, especially ahead of the 2024 Presidential Election in Indonesia.

The research method used is qualitative descriptive, with an analysis of campaign videos uploaded on social media platforms. Primary data was obtained through observation of campaign videos, while secondary data was taken from related literature. The results of the study indicate that the use of verses of the Qur'an by the Deputy Chairperson of the West Java PWNU, DR. Dadang Mulyawan, not only functions as a tool of political legitimacy, but also influences the way people view the campaign messages conveyed.

From this analysis, this study provides an important contribution to the understanding of the interaction between religion, politics, and social media in Indonesia. It is hoped that the results of this study can be a reference for further studies on political communication and the use of verses of the Qur'an in the context of elections.

ريسانج ويكو فاوينانج، 210204110064، استخدام آيات القرآن في الحملة السياسية لنائب رئيس جامعة جاوة الغربية بونو حول وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على تصورات المجتمع، أطروحة قسم علوم القرآن والتفسير، الكلية الشريعة، الجامعة الإسلامية ولاية مولانا مالك إبراهيم مالانج، المشرف د. محمد، إل سي، إم تي أي

الكلمات المفتاحية: استعمال الآيات القرآنية. الحملات السياسية، وسائل التواصل الاجتماعي

خلاصة

هذا البحث بعنوان "استخدام الآيات القرآنية في الحملة السياسية لنائب رئيس جامعة جاوة الغربية على وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الإدراك العام". يهدف PWNU هذا البحث إلى استكشاف كيفية استخدام آيات من القرآن الكريم في استراتيجيات الحملات السياسية وتأثيرها على التصورات العامة على وسائل التواصل الاجتماعي، وخاصة قبل الانتخابات الرئاسية لعام 2024 في إندونيسيا.

طريقة البحث المستخدمة هي وصفية نوعية، مع تحليل مقاطع فيديو الحملة التي تم تحميلها على منصات التواصل الاجتماعي. تم الحصول على البيانات الأولية من خلال مراقبة مقاطع فيديو الحملة، في حين تم أخذ البيانات الثانوية من الأدبيات ذات الصلة. تظهر نتائج البحث جاوة الغربية، د. لا تعمل PWNU أن استخدام آيات من القرآن الكريم من قبل نائب رئيس دادانغ مولياوان كأداة للشرعية السياسية فحسب، بل تؤثر أيضاً على وجهة نظر الجمهور بشأن رسائل الحملة المنقولة.

من هذا التحليل، يقدم هذا البحث مساهمة مهمة في فهم التفاعلات بين الدين والسياسة ووسائل التواصل الاجتماعي في إندونيسيا. ومن المؤمل أن تصبح نتائج هذا البحث مرجعاً لمزيد من الدراسات المتعلقة بالاتصال السياسي واستخدام الآيات القرآنية في سياق الانتخابات.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pemilihan Presiden (Pilpres) Indonesia tahun 2024 merupakan salah satu peristiwa politik yang paling dinantikan dan berpotensi membawa perubahan signifikan dalam perjalanan politik negara. Dalam perlombaan ini, kandidat dan pendukungnya menggunakan berbagai strategi kampanye untuk mengembangkan dan mendukung pemilih. Salah satu strategi utamanya adalah penggunaan media sosial¹, yang telah menjadi platform penting untuk menyebarkan pesan kampanye kepada khalayak luas. Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia, peran media sosial dalam kampanye politik di Indonesia semakin meningkat. Strategi komunikasi politik di media sosial diwarnai oleh perpaduan nilai-nilai tradisional dan taktik digital modern². Dengan memanfaatkan pengaruh platform sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram yang meluas, termasuk generasi muda yang lebih aktif secara daring.

Beberapa partai politik besar di Indonesia sering kali juga mencari

¹ Muhammad Irfan Dwitama Et Al., "Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Partisipasi Politik Masyarakat Di Pilkada 2020 Tangerang Selatan," *Independen: Jurnal Politik Indonesia Dan Global*, 2022, <https://doi.org/10.24853/Independen.3.1.53-66>.

² Djoni Gunanto, Lusi Andriyani, and Muhammad Sahrul, "Strategi Komunikasi Politik Calon Legislatif Terpilih Dprd Tangerang Selatan Dalam Pemilu Tahun 2019 (Fraksi Partai Solidaritas Indonesia)," *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 2020, <https://doi.org/10.24853/Pk.4.2.131-136>.

dukungan dari organisasi masyarakat yang berpengaruh untuk mendukung kampanye elektoral mereka dan mengamankan suara. Organisasi-organisasi ini, khususnya yang memiliki jaringan akar rumput yang kuat seperti Nahdlatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sebagian besar masyarakat.³ Dengan bermitra dengan kelompok-kelompok seperti itu, partai politik bertujuan untuk memanfaatkan kredibilitas organisasi yang mapan, keanggotaan yang luas, dan kemampuan untuk memobilisasi pemilih. Pendekatan ini tidak hanya memberi partai basis dukungan yang lebih luas tetapi juga memberi mereka tingkat legitimasi, karena organisasi-organisasi ini dipandang sebagai pemimpin moral dan sosial dalam komunitas mereka. Akibatnya, dukungan dari organisasi masyarakat yang disegani dapat menjadi faktor penentu keberhasilan partai selama pemilu.⁴

Salah satu organisasi masyarakat terbesar di Indonesia yaitu Nahdlatul Ulama dirasakan melalui jaringan yang luas dan perannya dalam membentuk opini publik, sehingganya Partai politik sering kali mencari dukungan dari para pemimpin dan anggota NU, terutama selama pemilihan umum, untuk mendapatkan akses ke pengikut NU yang besar dan setia.⁵ Kemampuannya untuk menavigasi kompleksitas politik sambil mempertahankan misi keagamaan dan sosialnya menjadikan NU kekuatan

³ Adi Fauzanto, "Peran Muhammadiyah Dan Nahdlatul Ulama Dalam Problematika Kerusakan Lingkungan Hidup Di Indonesia," *MOMENTUM : Jurnal Sosial Dan Keagamaan*, 2020, <https://doi.org/10.29062/mmt.v9i1.59>.

⁴ Abd. Hayyi, "Pengaruh Politik Organisasi Masyarakat Amphibi Dalam Memenangkan Pasangan Calon Ahyar-Mori Pada Pemilihan Kepala Daerah NTB 2018," *Repsitory Ummat*, 2019.

⁵ Hesty Putri Utami, "Dakwah Digital Nahdlatul Ulama Dalam Memahami Nilai-Nilai Aswaja An-Nahdliyyah," *MEDIAKITA*, 2021, <https://doi.org/10.30762/mediakita.v4i2.2621>.

yang unik dalam lanskap politik Indonesia.

Dalam strategi kampanye politik yang digunakan, beberapa tokoh berpengaruh seperti Wakil Ketua Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama (PWNU) Jawa Barat menjadi sangat menarik untuk diteliti. Nahdlatul Ulama (NU) yang sebagai organisasi masyarakat Islam terbesar Indonesia tentu memiliki pengaruh yang besar pula dalam membentuk opini publik⁶, terutama di kalangan warga Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Wakil Ketua PWNU Jawa Barat, dengan posisi dan pengaruhnya, tentu memiliki peluang besar dalam memobilisasi dukungan politik melalui berbagai cara, termasuk melalui penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an.⁷

Dalam kampanyenya beliau menyampaikan bahwa kemenangan pasangan AMIN (Anies-Muhaimin) adalah wajib, sedangkan kekalahan AMIN adalah dosa. Statement tersebut diutarakan saat gelaran rapat konsolidasi Pemenangan Anies-Muhaimin di Gedung Aula KH Ruhiat, Kecamatan Singaparna, Kabupaten Tasikmalaya pada 14 Januari 2024 silam. Tidak hanya itu, Dadang juga sempat menyinggung soal akronim AMIN yang terdapat dalam Al-Qur'an.

Salah satu ayat yang digunakan adalah sura al-A'raf ayat 68

أُبَلِّغُكُمْ رِسَالَتِي رَّبِّي وَأَنَا لَكُمْ نَاصِحٌ أَمِينٌ

“Aku menyampaikan amanat-amanat Tuhanku kepadamu dan aku

⁶ Q Qomaruddin, “Pengaruh Kegiatan Organisasi Nahdlatul Ulama Terhadap Penerapan Budaya Sekolah Di Sma Al Karimi Tebuwung Dukun Gresik,” *Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 2020.

⁷ monika @ Munirah Abd Razzak, Khadher Ahmad, And Nik Mohd Zaim Ab Rahim, “Penyalahgunaan Ayat Al-Qur'an Dan Penyelewengan Pusat Pengubatan Islam Di Malaysia,” *Journal Of Nusantara Studies (Jonus)*, 2019, <https://doi.org/10.24200/jonus.vol4iss2pp429-448>.

hanyalah pemberi nasehat yang terpercaya bagimu"⁸.

Menurut Wahbah Az-Zuhaili ayat tersebut menceritakan bahwa Nabi Nuh As yang menyampaikan kepada umatnya mengenai tanggung jawab dari Allah SWT (tentang perintah, nasehat dan larangan) Dan sebagai pemberi nasehat bagi orang yang berada dalam dakwahnya serta orang yang dapat dipercaya lagi ikhlas, sehingga tidak mungkin Nabi Nuh As berbuat dusta kepada Allah SWT.⁹ Ibnu Katsir juga dalam tafsirnya menyampaikan bahwa ayat ini merupakan Nabi Nuh As yang datang kepada umatnya dengan membawa nasihat dan amanat-amanat berupa kebenaran dari Allah yang Menciptakan segala sesuatu.¹⁰

Penggunaan hal-hal yang berhubungan dengan agama dalam berkampanye politik untuk menyampaikan pesan kampanye bukanlah hal yang baru¹¹. Al-Qur'an yang seharusnya menjadi tuntunan dan pedoman bagi umat manusia, menjadi alat untuk keperluan dan keinginan pribadi semata. Serta pemasaran media sosial telah menjadi kekuatan baru yang memungkinkan pesan menyebar dengan cepat dan menjangkau khalayak yang lebih luas. Maka interaksi media sosial memungkinkan adanya diskusi langsung dan umpan balik dari masyarakat, yang dapat mempengaruhi persepsi dan dukungan dari mereka yang terlibat.¹²

⁸ Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, *Al-Qur'an Dan Terjemah* (Surabaya: HALIM, 2013).

⁹ Wahbah az Zuhaili, "Tafsir Al-Munir," ed. Gema Insani, 03 ed. (Jakarta, 2016), 135–38, [https://archive.org/details/tafsir-munir/Tafsir Munir 03/mode/2up?view=theater](https://archive.org/details/tafsir-munir/Tafsir%20Munir%2003/mode/2up?view=theater).

¹⁰ M. Abdhul Ghoffar.EM, "Tafsir Ibnu Katsir," 2nd ed. (Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 203AD), 401, <https://archive.org/details/tafsir-ibnu-katsir-terjemah-bahasa-indonesia/tafsir-ibnu-katsir-bahasa-indonesia-jilid-3/page/n1/mode/2up?view=theater>.

¹¹ Abd Razzak, Ahmad, and Ab Rahim, "Penyalahgunaan Ayat Al-Quran Dan Penyelewengan Pusat Pengobatan Islam Di Malaysia." *Penyalahgunaan Ayat Al-Qur'an*.

¹² Muhammad Redintan Justin et al., "Iklan Layanan Masyarakat Sebagai Media Kampanye Sosial

Maka dari itu, pemilihan judul penelitian “Penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam kampanye politik Wakil Ketua PWNU Jawa Barat di media sosial dan dampaknya terhadap persepsi masyarakat” mengeksplorasi bentuk kampanye politik dan persepsi masyarakat terkait fenomena tersebut. Al-Qur'an, sebagai teks dasar bagi umat Islam, menawarkan panduan tentang perilaku etis, keadilan, dan kepemimpinan¹³. Dengan meneliti bagaimana kampanye politik dengan menggabungkan ayat Al-Qur'an, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana para kandidat memanfaatkan teks-teks agama untuk melebur dengan para pemilih Muslim, mempromosikan pemerintahan yang etis, dan membangun kepercayaan dalam komunitas mereka.

Dengan memahami pemanfaatan dan dampak penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam kampanye politik di media sosial, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap literatur komunikasi politik dan kampanye digital. Pemilihan objek penelitian ini berupa video kampanye politik yang menggunakan ayat Al-Qur'an menjadi menarik, relevan, dan memiliki potensi untuk memberikan wawasan yang mendalam terkait interaksi antara agama, politik, dan media di era modern.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka peneliti menyajikan rumusan masalah dengan beberapa pertanyaan sebagai

Bahaya Adiksi Game Online,” *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 2023, <https://doi.org/10.24114/gr.v12i1.42857>.

¹³ Siti Fatimah, “Kampanye Sebagai Komunikasi Politik: Esensi Dan Strategi Dalam Pemilu,” *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 2018, <https://doi.org/10.32699/resolusi.v1i1.154>.

pedoman dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam kampanye politik oleh Wakil Ketua PWNU Jawa Barat di media sosial?
2. Apa dampak penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam kampanye politik terhadap persepsi masyarakat di media sosial perspektif Heider?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai penentu arah penelitian, yaitu:

3. Mendeskripsikan bagaimana penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam kampanye politik oleh Wakil Ketua PWNU Jawa Barat di media sosial.
4. Mengkaji dampak penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam kampanye politik terhadap persepsi masyarakat di sosial media perssepsi Heider.

D. Manfaat Penelitian

Sebuah penelitian diharapkan adanya kebermanfaatan dari penelitiannya, sehingga Dalam penelitian ini, penulis mengharapkan manfaat yang didapat pembaca baik secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

5. Secara teoritis, diharapkan penelitian ini dapat berguna untuk kepentingan keilmuan, yaitu dijadikan sebagai bahan rujukan

pengembangan ilmu pengetahuan serta memperkaya intelektual, sekaligus sebagai penambah informasi dalam bidang Hukum Islam terutama hal berkampanye dengan menggunakan ayat Al-Qur'an.

6. Secara praktis, sebagai bahan pertimbangan serta bahan untuk studi selanjutnya, khususnya dalam menetapkan hukum berkampanye dengan menggunakan ayat Al-Qur'an serta kebijakan dari Lembaga yang bersangkutan ketika membutuhkan informasi mengenai fenomena seseorang yang berkampanye dengan menggunakan ayat didalam Al-Qur'an.

E. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini berupa penelitian normatif. Penelitian normatif merupakan jenis penelitian yang berfokus pada penetapan norma, standar, atau pedoman mengenai apa yang seharusnya terjadi, bukan sekadar mendeskripsikan apa yang sebenarnya terjadi¹⁴. Penelitian ini berkaitan dengan pertanyaan-pertanyaan yang bersifat etika, moral, atau berbasis nilai, yang bertujuan untuk menilai apakah tindakan, kebijakan, atau perilaku sesuai atau dapat diterima menurut cita-cita atau prinsip-prinsip tertentu. **Bentuk penelitian ini melibatkan pembuatan penilaian tentang apa yang benar atau salah, yang**

¹⁴ Juhnny Ibrahim Jonandi Effendi, "Metode Penelitian Hukum: Normatif Dan Empiris," *Depok : Prenandamedia Goup*, 2018.

diinginkan atau tidak diinginkan, berdasarkan kerangka kerja teoritis, teori etika, atau standar masyarakat.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif Deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif merupakan jenis penelitian yang berfokus pada penyediaan pemahaman yang terperinci dan menyeluruh tentang fenomena tertentu, sering kali mengeksplorasi pengalaman, persepsi, dan makna yang dikaitkan individu atau kelompok dengan fenomena tersebut¹⁵. Penelitian kualitatif deskriptif biasanya menggunakan berbagai metode pengumpulan data, termasuk wawancara, kelompok fokus, observasi, dan analisis konten teks atau media yang ada¹⁶. Dalam penelitian ini, peneliti akan mendeskripsikan bagaimana ayat-ayat Al-Qur'an digunakan dalam kampanye politik serta akan mendeskripsikan bagaimana dampaknya terhadap persepsi masyarakat.

3. Sumber data

Sumber data diambil dari literatur-literatur yang relevan. Sumber data dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder¹⁷. Data primer biasa diistilahkan

¹⁵ Rusandi and Muhammad Rusli, "Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif Dan Studi Kasus," *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2021, <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>.

¹⁶ Rusandi and Muhammad Rusli. Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif Dan Studi Kasus,"

¹⁷ Gunawan, "Pengertian Data Primer Dan Data Sekunder," *Online*, ([Http://Www. Kanalinfo. Web. Id/2016/10/Pengertian-Data-Primer-Dan-Data-Sekunder. Html](http://www.kanalinfo.web.id/2016/10/Pengertian-Data-Primer-Dan-Data-Sekunder.html), Diakses 6 Maret 2017, 2019.

untuk merujuk pada data utama dalam sebuah penelitian. Data primer dalam penelitian ini adalah video kampanye politik Wakil Ketua PWNU Jawa Barat pada Pilpres 2024 di sosial media seperti youtube dengan kata kunci pencarian “DR. Dadang Mulyawan mewakili abah AOS pejuang perubahan untuk Indonesia adil dan makmur” serta respon dari netizen perihal video tersebut. Sumber data selanjutnya adalah sekunder, merujuk pada data yang digunakan untuk menunjang dan mendukung data primer. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah segala data yang relevan dengan objek penelitian, yang didapatkan melalui literatur- literatur terkait seperti buku, kitab, artikel dan lain sebagainya yang berkaitan dengan penelitian.

4. Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, teknik simak dan catat¹⁸. Teknik ini merupakan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian untuk memahami penyampaian seseorang atau kelompok. Dalam metode ini, peneliti melakukan observasi terhadap video dan mencatat setiap detail yang terjadi. Video tersebut dicari melalui media sosial youtube. video terkait dapat ditelusuri dengan kata kunci “Dr. Dadang Mulyawan mewakili abah AOS pejuang perubahan untuk Indonesia adil dan

¹⁸ Nur Jihad, Muhammad Saleh, And Usman Usman, “Analisis Tindak Tutur Ekspresif Dalam Fitur Trending Topik Twitter,” *Titik Dua: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 2023, <https://doi.org/10.59562/Titikdua.V2i2.24261>.

makmur”. Data sekunder juga kemudian dikumpulkan dengan menelusuri literatur-literatur yang berkaitan, data tersebut didapatkan dari buku, artikel, website, dan lain lain.¹⁹

5. Teknik Analisis data

Teknik Analisis data menggunakan metode milik miles dan Huberman.²⁰ tahapannya berupa kondensasi data, display data dan kesimpulan. Teknik pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

i. *Kondensasi data*

Kondensasi data merupakan penyerdehanaan mengacu pada proses pemilihan, pemfokusan, abstraksi, dan transformasi data mentah yang diperoleh selama pengumpulan data kedalam bentuk yang dapat dikelola dan dianalisis²¹. Dalam proses ini peneliti akan memilah data yang sesuai dengan rumusan masalah.

ii. *Display data*

Data yang diperoleh kemudian di tampilkan. Tujuan dari display data adalah untuk memfasilitasi analisis dan interpretasi data dengan membuatnya lebih mudah diakses dan dipahami²².

¹⁹ Jihad, Saleh, and Usman. *Analisis Tindak Tutur Ekspresif*, hal. 6.

²⁰ Mohamad Anwar Thalib, “Pelatihan Analisis Data Model Miles Dan Huberman Untuk Riset Akuntansi Budaya,” *Madani: Jurnal Pengabdian Ilmiah*, 2022, <https://doi.org/10.30603/Md.V5i1.2581>.

²¹ Indah Qona’ah, “Evaluasi Kebijakan Merdeka Belajar Pada Satuan Pendidikan Formal,” *JIIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 2023, <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i3.1799>.

²² Alifia Roudhotul et al., “Peran Guru PKn Dalam Pembentukan Sikap Sopan Santun Siswa Kelas

Tampilan data yang efektif dapat membantu mengidentifikasi pola dan tren pengungsian, menyoroti bidang-bidang yang menjadi perhatian, dan mendukung pengembangan intervensi yang ditargetkan. Dalam proses ini peneliti akan menampilkan data dan mengklasifikasikan sesuai rumusan masalah.

iii. *Kesimpulan*

Kesimpulan merupakan fase penutup dalam suatu penelitian yang bertujuan untuk merangkum keseluruhan proses penelitian mulai dari pendahuluan hingga temuan.²³ Peneliti akan menyimpulkan dari hasil temuan, yakni berkaitan dengan penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam kampanye politik Wakil Ketua PWNU Jawa Barat dan dampaknya terhadap persepsi masyarakat di media sosial. Peneliti diharapkan menyajikan kesimpulan dengan jelas dan padat untuk memberikan jawaban yang tegas sesuai rumusan masalah.

F. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian yang terkait dengan judul yang penulis bahas. Pada tahap ini, peneliti merangkum beragam temuan yang relevan dengan topik penelitian yang bersangkutan, sebagai landasan teoritis yang mendukung penelitian yang sedang dilaksanakan, diantaranya:

III SDN Banyuajuh 04 Bangkalan,” *Adi Widya: Jurnal Pendidikan Dasar*, 2023, <https://doi.org/10.25078/aw.v8i2.3019>.

²³ Thalib, “Pelatihan Analisis Data Model Miles Dan Huberman Untuk Riset Akuntansi Budaya.”

Pertama yaitu skripsi milik Aryadillah Fitriansyah dan Fifit, pada tahun 2022. Mengenai Strategi Kampanye Politik Anies Baswedan dalam Membangun Citra Politik Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024²⁴, Tujuan penelitian ini adalah guna melihat berbagai strategi kampanye politik yang dilakukan Anies Baswedan dalam pemilihan presiden tahun 2024. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan mengkaji data berdasarkan sumber-sumber media dan referensi yang relevan. Hasil dari penelitian ini adalah berdasarkan hasil Populi Center memperingkatkan anies pada peringkat pertama sebanyak 29,0% berdasarkan pertanyaan terbuka yang diberikan kepada masyarakat secara random. Dengan demikian jika melihat kepada grafik di atas bahwa Anies Baswedan memiliki simpati publik paling banyak dalam membangun citra politiknya dalam kemenangan Pilpres 2024.

Kedua yaitu skripsi milik Ratu Ardita Dina dan Lusi Andriyani dengan judul Kampanye Politik Partai Keadilan Sejahtera Dalam Pemilihan Umum Tahun 2019 Di Kota Depok²⁵. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik analisis data deskriptif analisis dan teknik penentuan informan menggunakan teknik purposive sampling. Data dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara dengan narasumber yaitu Sekretaris DPD PKS kota Depok, beberapa literatur dan

²⁴ Aryadillah Aryadillah and Fifit Fitriansyah, "Strategi Kampanye Politik Anies Baswedan Dalam Membangun Citra Politik Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024," *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 2022, <https://doi.org/10.31294/jpr.v3i1.1150>.

²⁵ Ratu Ardita Dinata And Lusi Andriyani, "Strategi Kampanye Politik Partai Keadilan Sejahtera Dalam Pemilihan Umum Tahun 2019 Di Kota Depok," *Independen: Jurnal Politik Indonesia Dan Global*, 2022, <https://doi.org/10.24853/Independen.3.1.37-46>.

artikel yang terkait dengan penelitian ini. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kampanye PKS pada pemilu tahun 2019 di kota Depok yaitu dilakukan dengan menyampaikan politik gagasan yang secara umum dilaksanakan dengan berdasarkan aspek kewilayahan yaitu geografi dan demografi, tetapi juga mengikuti program dari pusat. Pola sosialisasi komunikasi strategi yang dilakukan adalah dengan menyampaikan politik gagasan, politik gagasan itu menyoar kepada kebutuhan umum masyarakat dan sesuai dengan apa yang terjadi di masyarakat. Strategi yang menjadi kunci dan tidak pernah berubah yaitu kampanye secara langsung bertatap muka dengan masyarakat yang diharapkan membangun ikatan emosional dan memberikan penguatan agar para pemilih mengenal calegnya lebih langsung.

Ketiga yaitu artikel milik Amar Muhyi Diinis Sipa pada tahun 2021. Judul yang dibahas adalah mengenai Marketing Politik Kampanye Religius Pemilu di Indonesia²⁶, metode yang digunakan dalam artikel ini adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif analitis, dengan metode pengumpulan data menganalisis poster-poster kampanye di media sosial Instagram pada akun *@pkstangerang*. Kesimpulan penelitian, yakni: politik keagamaan eksis karena peranan agama yang mampu menyentuh sisi emosional dari manusia, dalam akun kebanyakan postingannya tidak terlepas dari unsur spiritualitas agama dan doktrin agama, saat melakukan kampanye dalam pemilihan legislatif juga tidak terlepas dari simbol dan

²⁶ Amar Muhyi Diinis Sipa, "Marketing Politik Kampanye Religius Pemilu Di Indonesia," *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, 2021, <https://doi.org/10.14421/jkii.v6i2.1196>.

narasi agama atau simbol kesalehan. Contohnya caleg yang mengenakan kopiah, baju koko, dan memegang kitab Marketing Politik Kampanye Religius Pemilu di Indonesia Vol. 6 Nomor 2, Juli-Desember 2021 151 fiqh. Untuk itu istilah politik keagamaan dalam dunia politik atau pemilu legislatif sebagai istilah kampanye religius yang menggambarkan religiusitas dalam politik sebagai cara political marketing.

Keempat Milik Muhammad Fadhli dengan Judul Analisis Fiqh Siyasah Terhadap Kampanye Pemilihan Umum Di Media Sosial Berdasarkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Kampanye Pemilihan Umum²⁷. Metode penelitian yang digunakan kualitatif dengan jenis penelitian penelitian kepustakaan (Library Research) dan penelitian ini bersifat deskriptif analisis. Metode Pengumpulan data dalam penelitian ini didasarkan pada riset pustaka (Library Research. Menggunakan data Sekunder. Dari hasil penelitian dalam Peraturan KPU (PKPU) Nomor 23 tentang Kampanye Pemilihan Umum, Pengaturan Kampanye di Media Sosial hanya sebatas mengatur pendaftaran akun milik peserta pemilu. Tiap peserta hanya boleh memiliki akun Media Sosial dapat dibuat paling banyak 10 (sepuluh) untuk setiap jenis aplikasi. Pendaftaran akun Media Sosial dilakukan paling lambat 1 (satu) Hari sebelum masa Kampanye dan Akun Media Sosial wajib ditutup pada hari terakhir masa Kampanye. Dalam pandangan fiqh siyasah

²⁷ Muhammad Fadhli, "Analisis Fiqh Siyasah Terhadap Kampanye Pemilihan Umum Di Media Sosial Berdasarkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Kampanye Pemilihan Umum," *Siyasah Wa Qanuniah*, 2023, <https://doi.org/10.61842/swq/v1i1.3>.

diperbolehkan menggunakan kampanye media sosial asal didalamnya tidak mengandung fitnah, dan sesuai dengan Peraturan yang mengatur jalannya kampanye di Media Sosial yaitu Peraturan KPU No.23 Pasal 35 Tahun 2018 tentang Kampanye Pemilu, di dalamnya terdapat tata tertib berkampanye di Media Sosial yang memberikan kemudahan bagi antar umat contohnya, tersampainya informasi secara cepat tentang visi misi peserta calon yang berkampanye pemilu, dan meminimalisir kebohongan, hoax, ujaran kebencian dan pelanggaran-pelanggaran lainnya karena ada aturan harus mendaftar akun kampanye resmi kepada KPU. Jadi Pandangan Fiqh Siyasah terhadap Peraturan KPU No.23 Tahun 2018 tersebut memberikan kemaslahatan bagi sesama umat, dan dikarenakan di dalam Islam jika segala sesuatu yang memberikan kemaslahatan bagi umat, maka segala sesuatu itu diperbolehkan.

Kelima artikel jurnal milik Abdul Razzak, Monika Munirah Ahmad, Khadher Abdul Rahim dan Nik Mohd Zaim dengan judul Penyalahgunaan Ayat Al-Quran Dan Penyelewengan Pusat Pengobatan Islam Di Malaysia, bertujuan untuk mengkaji penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an yang telah disalahgunakan untuk kepentingan pribadi di kalangan praktisi pengobatan Islam di Malaysia. Melalui metode wawancara dan observasi, penelitian ini dilakukan di zona utara dan zona timur Malaysia untuk mewakili sampel acak penelitian di Islamic Medical Center. Sebanyak 36 praktisi dan 45 pasien dari Perlis, Kedah, Penang, Perak, Kelantan, Terengganu dan Pahang diwawancarai dan diamati untuk

mendapatkan data. Hasil penelitian menemukan bahwa penyalahgunaan ayat Al-Qur'an di kalangan praktisi pengobatan Islam di Malaysia terjadi dalam empat aspek. Tegasnya, temuan ini membuktikan adanya beberapa praktisi yang menyalahgunakan ayat-ayat Al-Quran dalam praktik medis mereka. Oleh karena itu, dengan penjelasan yang akurat tentang fungsi Al-Quran kepada masyarakat dan pengawasan terhadap puskesmas oleh pihak berwenang.

Dari kelima penelitian diatas, masing-masing memiliki kecendrungan. Penelitian pertama dan kedua, fokus pada strategi kampanye politik secara umum. Penelitian ketiga, fokus pada penggunaan simbol dan doktrin agama. Penelitian keempat, fokus pada pandangan fiqh siyasah terhadap peraturan KPU nomor 23 tahun 2018. Penelitian kelima fokus terhadap penggunaan ayat Al-Qur'an dalam pengobatan. Dari analisis tinjauan Pustaka tersebut, maka posisi penelitian ini hadir melengkapi penelitian diatas dengan kebaruan berupa penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam kampanye politik Wakil Ketua PWNU Jawa Barat di media sosial dan dampaknya terhadap persepsi masyarakat. Berikut adalah persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu dalam bentuk tabel.

Tabel 1: Persamaan dan Perbedaan

No.	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Strategi Kampanye Politik Anies	Persamaan pada strategi dalam	Penelitian terdahulu berfokus terhadap pembangunan citra

No.	Judul	Persamaan	Perbedaan
	Baswedan Dalam Membangun Citra Politik Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024.	kampanye politik Anies Baswedan pada Pemilihan Presiden tahun 2024.	politik Anies Baswedan. Sedangkan penelitian ini fokus terhadap penggunaan ayat Al-Qur'an oleh Wakil Ketua PWNU Jawa Barat dan dampak terhadap persepsi masyarakat.
2.	Kampanye Politik Partai Keadilan Sejahtera Dalam Pemilihan Umum Tahun 2019 Di Kota Depok.	Persamaan pada kampanye politik pemilihan umum.	Penelitian terdahulu mengkaji kampanye politik yang dilakukan Partai Keadilan Sejahtera. Sedangkan penelitian ini mengkaji kampanye politik yang digunakan Wakil Ketua PWNU Jawa Barat di media sosial.
3.	Marketing Kampanye Religius Pemilu Di Indonesia.	Menggunakan hal berbau Agama dalam berkampanye	Penelitian terdahulu mengkaji terkait simbol dan doktrin agama yang digunakan dalam kampanye politik. Sedangkan penelitian ini fokus terhadap kampanye dengan menggunakan ayat Al-Qur'an yang digunakan.
4.	Analisis Fiqh Siyasah Terhadap Kampanye Pemilihan Umum Di Media Sosial Berdasarkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Kampanye Pemilihan Umum.	Berkampanye dengan menggunakan media sosial.	Penelitian terdahulu berfokus kepada analisis Fiqh Siyasah terhadap kampanye politik berdasarkan peraturan Komisi Pemilihan Umum. Sedangkan penelitian ini menggunakan analisis terhadap ayat kampanye politik yang digunakan dan persepsi terhadap masyarakat.
5.	Penyalahgunaan Ayat Al-Qur'an Dalam Penyelewengan Pusat Pengobatan Islam Di	Menggunakan ayat Al-Qur'an dalam implementasinya.	Penelitian terdahulu menggunakan ayat Al-Qur'an untuk pengobatan dan menggunakan metode temu bual dan observasi . Sedangkan

No.	Judul	Persamaan	Perbedaan
	Malaysia		penelitian ini menggunakan ayat Al-Qur'an dalam kampanye politik dan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif analisis konten dengan jenis normatif.

G. Sitematika Penulisan

Pada bab I skripsi ini akan dibuka dengan pendahuluan. Pendahuluan seperti pada umumnya yaitu dimulai dengan membahas latar belakang tentang penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam kampanye politik Wakil Ketua PWNU Jawa Barat di media sosial dan dampaknya terhadap persepsi masyarakat. Selanjutnya dalam bab 1 mencantumkan terkait rumusan masalah yang muncul dari latar belakang, kemudian tujuan dari penelitian ini, serta manfaat yang diharapkan dari penelitian ini. Pada bab I ini peneliti berusaha memberikan gambaran sederhana terkait tinjauan pustaka, yaitu penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan atau hubungan dengan hal yang akan dibahas dalam penelitian ini. Pada bab ini juga akan diuraikan terkait metode penelitian, yaitu beberapa alat dan cara yang dilakukan dalam melakukan penelitian ini. Dimulai dengan mengenai jenis dari penelitian, pendekatan yang diaplikasikan dalam melakukan penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, metode dalam mengumpulkan data, dan metode dalam pengolahan data.

Pada bab II adalah wadah untuk menerangkan terkait konsep dan

landasan teori yang dilakukan dalam penelitian ini, hal ini juga biasa disebut dengan kajian pustaka. Dalam bab ini, peneliti akan menerangkan secara lengkap terkait dengan teori maupun konsep yang digunakan dalam penelitian ini. Selanjutnya, dalam bab ini peneliti akan menerangkan variabel-variabel yang berkaitan dengan penelitian.

Bab III merupakan bab inti dalam skripsi ini yaitu bab untuk menjelaskan pembahasan dan hasil dari penelitian yang dilakukan. Pada bab ini, akan dijelaskan secara sistematis apa saja yang dilakukan dalam melakukan penelitian. Dalam artian, pertanyaan-pertanyaan yang telah dirumuskan melalui rumusan masalah akan dijawab dalam bab ini.

Bab IV menjadi kesimpulan dan penutup dari penelitian ini. Pada bab ini, akan ditarik kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, yaitu terkait bagaimana penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam kampanye politik Wakil Ketua PWNU Jawa Barat dan dampaknya terhadap persepsi masyarakat di media sosial. Pada bab ini juga mencakup terkait saran dari penulis, yang tentunya penelitian yang dilakukan oleh peneliti tidak terlepas dari adanya sebuah kesalahan dan kekurangan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kampanye politik

Politik merupakan perilaku manusia, baik kegiatan, aktivitas, ataupun sikap, yang bertujuan untuk mempengaruhi atau mempertahankan tatanan kelompok masyarakat dengan menggunakan kekuasaan²⁸. Ini berarti kekuasaan bukanlah hakekat politik, meskipun harus diakui tidak dapat dipisahkan dari politik, justru politik memerlukannya agar suatu kebijaksanaan dapat berjalan dalam kehidupan masyarakat.²⁹

Politik dapat dikategorikan berdasarkan berbagai tingkatan dan domain tata kelola dan pengaruh. Pada tingkat yang paling mendasar, politik dibagi menjadi kategori lokal, nasional, dan internasional, yang masing-masing membahas tata kelola dan pembuatan kebijakan pada skala yang berbeda-beda. Politik lokal berfokus pada isu-isu kota dan regional, politik nasional pada masalah negara bagian atau negara, dan politik internasional pada interaksi antarnegara. Politik juga dapat dikategorikan berdasarkan ideologi, seperti liberal, konservatif, sosialis, dan libertarian, yang masing-masing mewakili serangkaian keyakinan yang berbeda tentang bagaimana masyarakat harus diatur dan diatur. Selain itu, politik dapat

²⁸ Muchlisin Riadi, "Pemasaran Politik (Pengertian, Bauran Dan Strategi Kampanye)," *Kajian Pustaka*, 2020.

²⁹ Abdulkadir Nambo and Mohamad Rusdiyanto Puluhuluwa, "Memahami Tentang Beberapa Konsep Politik," *MIMBAR : Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 2005.

disegmentasikan menjadi politik kelembagaan, yang melibatkan struktur formal seperti pemerintah dan partai politik, dan politik akar rumput, yang mencakup gerakan sosial dan pengorganisasian masyarakat.³⁰

Politik mencakup berbagai jenis, masing-masing mencerminkan area fokus dan metode praktik yang berbeda. Politik perwakilan melibatkan pejabat terpilih yang membuat keputusan atas nama rakyat, sedangkan politik langsung memungkinkan warga negara untuk memberikan suara pada kebijakan secara langsung. Politik partai berputar di sekitar partai politik dan persaingan mereka untuk mendapatkan kekuasaan, sementara politik bipartisan melibatkan kerja sama antara berbagai partai politik untuk mencapai tujuan bersama. Politik internasional berurusan dengan hubungan dan interaksi antarnegara, termasuk diplomasi, perdagangan, dan penyelesaian konflik. Politik identitas berfokus pada kepentingan dan isu kelompok sosial tertentu, seperti yang berdasarkan ras, jenis kelamin, atau orientasi seksual, yang mengadvokasi kebijakan yang mengatasi masalah unik mereka³¹.

Politik mencakup beberapa aspek utama yang membentuk bagaimana kekuasaan diperoleh, dilaksanakan, dan dipertahankan. Salah satu aspek utama adalah tata kelola, yang melibatkan proses dan lembaga yang menjadi dasar pengambilan keputusan dan pelaksanaannya. Aspek lainnya adalah ekonomi politik, yang mengkaji hubungan antara politik dan

³⁰ Hubertus Herianto and Robertus Wijanarko, "Populisme Berwajah Politik Identitas Keagamaan Di Indonesia," *Jurnal Filsafat Indonesia*, 2022, <https://doi.org/10.23887/jfi.v5i1.39581>.

³¹ Thobagus Moh Nu'man and Emi Zulaifah, "Peran Jenis Dan Partisipasi Politik," *Psikologika : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 2003, <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol8.iss16.art3>.

ekonomi, termasuk bagaimana keputusan kebijakan memengaruhi kondisi ekonomi. Budaya politik mencakup sikap, keyakinan, dan nilai yang memengaruhi perilaku politik dan berfungsinya sistem politik. Selain itu, kebijakan publik merupakan aspek penting, yang merujuk pada seperangkat hukum dan peraturan yang mengatur masalah-masalah masyarakat. Aspek penting lainnya termasuk ideologi politik, yang menyediakan kerangka kerja untuk memahami keyakinan politik, dan partisipasi politik, yang melibatkan cara-cara warga negara terlibat dalam proses politik³².

Politik tidak terbatas pada suatu kegiatan yang berkaitan dengan pengambilan keputusan dan kebijaksanaan umum seperti ini, akan tetapi mencakup tentang kegiatan-kegiatan yang bertujuan adanya perubahan-perubahan struktur masyarakat seperti adanya pergeseran kekuasaan politik dari penguasa atau rezim ke rezim lainnya.³³

Kampanye politik juga merupakan upaya terkoordinasi oleh partai politik, kandidat, atau kelompok untuk memengaruhi proses pengambilan keputusan pemilih selama pemilihan umum³⁴. Kampanye ini diselenggarakan untuk mempromosikan kandidat, kebijakan, atau ideologi tertentu dengan tujuan akhir mengamankan kemenangan elektoral. Strategi yang digunakan dalam kampanye politik dapat sangat bervariasi, mulai dari metode tradisional seperti rapat umum, pidato, dan kampanye dari rumah

³² Hanun Hamidah, "Analisa Aspek Politik, Ekonomi, Sosial, Dan Technology Dalam Evaluasi Strategi Menangani Kebocoran Data Perusahaan," *Jurnal Syntax Transformation*, 2021, <https://doi.org/10.46799/jst.v2i7.317>.

³³ Abdulkadir Nambo and Mohamad Rusdiyanto Puluhuluwa, "Memahami Tentang Beberapa Konsep Politik."

³⁴ Riadi, "Pemasaran Politik (Pengertian, Bauran Dan Strategi Kampanye)." Kajian Pustaka, 2020.

ke rumah, hingga teknik modern yang memanfaatkan media digital, jejaring sosial, dan analisis data untuk menjangkau dan membujuk pemilih.

Selama kampanye politik, kandidat dan tim mereka bekerja untuk menyusun pesan yang menarik yang beresonansi dengan pemilih. Pesan ini sering kali berfokus pada isu-isu utama yang penting bagi pemilih, seperti ekonomi, perawatan kesehatan, pendidikan, atau keamanan nasional. Tim kampanye juga bekerja untuk membangun citra publik kandidat, mengatasi kelemahan apa pun dan menyoroti kekuatannya³⁵. Tampil di media, debat, dan dukungan dari tokoh-tokoh berpengaruh adalah alat umum yang digunakan untuk membangun kredibilitas dan terhubung dengan pemilih pada tingkat emosional.

Selain pesan, kampanye politik melibatkan upaya logistik dan organisasi yang signifikan. Kampanye harus mengumpulkan dana, mengelola relawan, dan mengoordinasikan acara di berbagai lokasi³⁶. Penggunaan data untuk menargetkan demografi pemilih tertentu menjadi semakin penting, yang memungkinkan kampanye untuk menyesuaikan pesan mereka dengan berbagai kelompok dalam pemilih. Secara keseluruhan, kampanye politik adalah upaya yang kompleks dan multifaset yang memerlukan perencanaan yang cermat, komunikasi yang strategis, dan manajemen sumber daya yang efektif untuk mencapai keberhasilan³⁷.

³⁵ Riadi. "Pemasaran Politik (Pengertian, Bauran Dan Strategi Kampanye)." Kajian Pustaka, 2020.

³⁶ Sartikasari Sartikasari, Rudi Hardi, and Nursaleh Hartaman, "Efektivitas Kampanye Politik Di Media Sosial Pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2018 Di Kecamatan Sajoanging Kabupaten Wajo," *Kybernology : Journal of Government Studies*, 2021, <https://doi.org/10.26618/kjgs.v1i1.5003>.

³⁷ Nureza Ade Saputra and Dewi Erowati, "Pengaruh Peran Kampanye Media Sosial Terhadap

2. Penggunaan Ayat al-Qur'an dalam Kampanye

Penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam kampanye politik memiliki banyak tujuan, khususnya di masyarakat dengan mayoritas muslim di mana Al-Qur'an memegang otoritas spiritual dan budaya yang signifikan. Dengan memasukkan referensi Al-Qur'an, para kandidat bertujuan untuk mendapatkan simpati yang mendalam dari para pemilih yang melihat Al-Qur'an sebagai panduan utama untuk perilaku moral dan etika³⁸. Strategi ini membantu membangun kredibilitas kandidat, menyelaraskan platform mereka dengan nilai-nilai agama yang diterima secara luas, dan menumbuhkan rasa percaya dan hubungan dengan para pemilih. Ayat-ayat yang menekankan keadilan, kasih sayang, dan tugas untuk merawat masyarakat sering kali disorot untuk menunjukkan komitmen kandidat terhadap prinsip-prinsip ini.

Lebih jauh lagi, ayat-ayat Al-Qur'an digunakan untuk membahas dan melegitimasi usulan kebijakan tertentu. Misalnya, seorang kandidat yang mengadvokasi program kesejahteraan sosial mungkin merujuk pada ayat-ayat yang menekankan pentingnya membantu orang miskin dan yang membutuhkan. Dengan melakukan hal itu, kandidat tidak hanya mbingkai kebijakan mereka dalam konteks agama tetapi juga memberikan keharusan moral untuk implementasinya. Pendekatan ini dapat

Perilaku Pemilih Muda Di Kota Semarang,” *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 2021, <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i3.413>.

³⁸ Fadhli, “Analisis Fiqh Siyasah Terhadap Kampanye Pemilihan Umum Di Media Sosial Berdasarkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Kampanye Pemilihan Umum.”

sangat efektif dalam mengumpulkan dukungan dari para pemimpin dan organisasi agama, yang dapat memperkuat pesan kandidat di dalam komunitas mereka. Dengan demikian, penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an menjadi alat yang ampuh untuk memobilisasi pemilih yang bermotivasi agama dan membangun koalisi yang luas³⁹.

Namun, penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam kampanye harus disikapi dengan kepekaan dan rasa hormat. Penyalahgunaan atau penafsiran yang keliru terhadap teks-teks agama dapat menjadi bumerang, yang mengarah pada tuduhan eksploitasi atau kemunafikan. Hal ini memerlukan pemahaman yang mendalam tentang ayat-ayat dan konteksnya, serta komitmen yang tulus terhadap nilai-nilai yang dianutnya⁴⁰. Kandidat harus memastikan bahwa penggunaan referensi Al-Qur'an mereka konsisten dengan tindakan dan kebijakan mereka, menjaga keaslian untuk menghindari keterasingan pemilih. Jika dilakukan dengan saksama, integrasi ayat-ayat Al-Qur'an dapat mengangkat wacana moral suatu kampanye, yang menyoroti dedikasi kandidat terhadap pemerintahan yang etis dan kesejahteraan masyarakat.

3. Sosial Media

Sosial media merujuk pada sekumpulan platform dan alat daring yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan berinteraksi dengan konten dan satu sama lain. Platform-platform ini, termasuk

³⁹ Monika @ Munirah Abd Razzak, Khadher Ahmad, And Nik Mohd Zaim Ab Rahim, "Penyalahgunaan Ayat Al-Qur'an Dan Penyelewengan Pusat Pengubatan Islam Di Malaysia," *Journal Of Nusantara Studies (Jonus)*, 2019, <https://doi.org/10.24200/jonus.Vol4iss2pp429-448>.

⁴⁰ Abd Razzak, Ahmad, and Ab Rahim.

Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, dan TikTok, telah merevolusi cara orang berkomunikasi, mengakses informasi, dan terlibat dengan dunia. Media sosial menyediakan ruang bagi individu untuk berbagi pembaruan pribadi, foto, dan video, sekaligus memungkinkan mereka untuk mengikuti dan berinteraksi dengan teman, keluarga, selebritas, merek, dan organisasi⁴¹. Sifat interaktif media sosial menumbuhkan rasa kebersamaan, konektivitas, dan memungkinkan komunikasi serta pertukaran informasi secara langsung.

Sosial media politik didefinisikan juga sebagai rangkaian koordinasi kegiatan yang ditujukan untuk mencapai tujuan yang sudah ditentukan pada strategi secara keseluruhan⁴². Definisi tersebut dapat kita terapkan secara lebih luas pada kampanye menggunakan media digital secara umum di mana medium yang digunakan meliputi beragam media digital termasuk website. McLachlan menjelaskan bahwa kampanye sosial media yaitu kampanye di media sosial dengan hasil secara khusus dan terukur serta dapat dilacak dalam periode tertentu. Kegiatan ini harus lebih fokus dengan target lebih khusus dibandingkan konten media sosial yang dirilis secara reguler untuk kegiatan bisnis pada umumnya.⁴³

Di luar penggunaan pribadi, media sosial memiliki implikasi yang mendalam bagi bisnis, politik, dan masyarakat secara keseluruhan.

⁴¹ Kumparan, "Pengertian Media Sosial, Ciri-Ciri, Dan Fungsinya," *Kumparan.Com*, 2023.

⁴² Galih Ayu Palupi and Ririn Puspita Tutiasri, "Pemilih Pemula Dan Personal Branding Bakal Calon Presiden 2024 Di Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Ganjar Pranowo)," *JHIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 2023, <https://doi.org/10.54371/jhip.v6i11.3181>.

⁴³ Rehan Febri et al., "Kampanye Politik Melalui Media Sosial Oleh Kandidat Calon Kepala Daerah Kabupaten Pesisir Selatan Pada Pilkada Tahun 2020," *Journal of Civic Education*, 2022, <https://doi.org/10.24036/jce.v5i2.630>.

Perusahaan menggunakan media sosial untuk pemasaran, layanan pelanggan, dan pembangunan merek, memanfaatkan basis pengguna platform yang luas untuk menjangkau audiens yang ditargetkan dengan pesan dan iklan yang disesuaikan. Di ranah politik, media sosial telah menjadi alat penting untuk berkampanye, memobilisasi pendukung, dan menyebarkan informasi⁴⁴. Media sosial memungkinkan politisi dan aktivis untuk terlibat langsung dengan konstituen, menanggapi kekhawatiran, dan menggalang dukungan untuk tujuan dan inisiatif. Selain itu, media sosial memainkan peran penting dalam membentuk opini publik dan gerakan sosial, karena menyediakan wadah bagi beragam suara dan perspektif untuk didengar, yang memungkinkan pengorganisasian dan advokasi akar rumput dalam skala global⁴⁵. Namun, pengaruh media sosial yang meluas juga menimbulkan kekhawatiran tentang privasi, misinformasi, dan dampaknya terhadap kesehatan mental, yang menyoroti perlunya penggunaan dan regulasi yang bertanggung jawab.

Berdasarkan pembahasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kampanye pada web dan media sosial merupakan kegiatan kampanye pada periode tertentu secara lebih fokus dibandingkan dengan kegiatan komunikasi digital secara reguler dengan hasil yang lebih terukur berdasarkan target yang sudah ditentukan.

⁴⁴ Liza Fitriani, Imam Aminudin, And Pareng Rengi, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Literasi Politik Generasi Milenial," *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2022, <https://doi.org/10.35760/Mkm.2022.V6i1.6517>.

⁴⁵ Fitriani, Aminudin, and Rengi. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Literasi Politik Generasi Milenial." *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2022.

B. Kerangka Teori

1. Teori Persepsi Fritz Heider

Menurut Heider, atribusi merupakan inti dari proses persepsi manusia. Heider berpendapat bahwa manusia terlibat dalam proses psikologis yang menghubungkan pengalaman subjektif mereka dengan berbagai objek yang ada. Sebaliknya, ketika orang mencoba untuk membayangkan sebuah objek, mereka akan menghubungkan pengalaman tersebut ke dalam alam pikiran mereka⁴⁶.

Atribusi Sebagai penilaian Kausalitas membuat Ketertarikan Heider pada kognisi sosial yang telah mengantarkannya pada perumusan atribusi selanjutnya. Terdapat dua jenis atribusi kausalitas, yaitu atribusi personal atau dalam penelitian ini adalah faktor internal dan atribusi impersonal atau faktor eksternal. Atribusi personal atau internal akan merujuk pada penyebab yang bersifat pribadi, seperti kepercayaan, hasrat, dan intensi yang mengarahkan pada perilaku manusia. memiliki tujuan. Sedangkan, atribusi impersonal atau eksternal adalah penyebab diluar pribadi yang merujuk pada kekuatan yang tidak melibatkan intensi atau tujuan⁴⁷. Untuk itu, dalam ranah persepsi sosial, orang akan berupaya untuk menjelaskan terjadinya sebuah perilaku.

⁴⁶ Siti Ariska Nur Hasanah et al., "Teori Tentang Persepsi Dan Teori Atribusi Kelley," *CiDEA Journal* 03 (2024): 44–55, <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v3i1.1810>.

⁴⁷ Hasanah et al. Siti Ariska Nur Hasanah et al., "Teori Tentang Persepsi Dan Teori Atribusi Kelley," *CiDEA Journal* 03 (2024): 44–55.

BAB III

PEMBAHASAN

A. Kampanye Politik Oleh Wakil Ketua PWNU Jawa Barat Di Media Sosial.

Dalam era digital yang serba cepat ini, media sosial telah menjadi arena penting untuk berkomunikasi dan menyampaikan pesan, termasuk dalam konteks politik⁴⁸. Fenomena ini tidak hanya mengubah cara kandidat berinteraksi dengan pemilih, tetapi juga memperkuat keterlibatan masyarakat dalam proses demokrasi. Di tengah dinamika politik yang berkembang, penggunaan simbol-simbol religius dan narasi spiritual dalam kampanye politik semakin mencolok⁴⁹.

Seperti Salah satu yang menarik untuk diteliti adalah kampanye yang dilakukan oleh Wakil Ketua PWNU Jawa Barat pada channel Youtube Kemas Yustri dengan judul video “DR. Dadang Mulyawan mewakilin abah AOS pejuang perubahan untuk Indonesia adil dan makmur”. Berikut deskripsi dan diskusi dari video kampanye Wakil Ketua PWNU Jawa Barat:

1. Pembukaan (menit 00:00 – 02:14)

Pada menit 00:00 moderator yang memimpin jalannya acara

⁴⁸ Fitriani, Aminudin, and Rengi, “PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP LITERASI POLITIK GENERASI MILENIAL.” “Pengaruh Media Sosial Terhadap Literasi Politik Generasi Milenial.” *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2022.

⁴⁹ Saputra and Erowati, “Pengaruh Peran Kampanye Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih Muda Di Kota Semarang.”

menyampaikan kegiatan acara yang akan dilakukan, dan memberikan waktu kepada Wakil Ketua PWNU Jawa Barat untuk melakukan orasinya selama 4 menit. Pada menit 00:40 - 01:28 , beliau memulai dengan salam dan muqodimah, dilanjutkan dengan menghormati tuan rumah acara, yaitu sesepuh Pondok Pesantren Cipasung, para tokoh agama, tokoh partai politik dan para tamu undangan⁵⁰.

2. Isi (menit 02:15 – 12:19)

Pada menit 02:16 Orasi dimulai dengan semangat dan jargon “*Amin Menang Satu Putaran*”, dilanjutkan dengan mengajak para audiens untuk mengucapkan “*Amin Menang Wajib, Amin Kalah Dosa*” sebanyak 2 kali⁵¹.

Dilanjutkan pada menit ke 02:34 beliau langsung menyampaikan ayat dalam Al-Qur’an, yaitu surat Ali-Imrān ayat 139:

﴿ وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿١٣٩﴾

*Janganlah kamu (merasa) lemah dan jangan (pula) bersedih hati, padahal kamu paling tinggi (derajatnya) jika kamu orang-orang mukmin*⁵².

Lalu ia menyampaikan “HIDUP AMIN, HIDUP AMIN”

⁵⁰ Kemas Yustri, DR. Dadang Mulyawan Mewakilin Abah AOS Pejuang Perubahan Untuk Indonesia Adil Dan Makmur, 14 Januari, 2024, <https://www.youtube.com/watch?v=5fuEa1SV6cw>.

⁵¹ Kemas Yustri., DR. Dadang Mulyawan Mewakilin Abah, 14 Januari, 2024.

⁵² Al-Qur’an, Al-Qur’an Dan Terjemah.146.

Beliau juga menyampaikan bahwa dirinya datang sebenarnya bukan dirinya, melainkan muhammad abdul ghaus yang seorang pakar sahabat, dimana beliau menyampaikan bahwa kata amin dalam Al-Qur'an disebutkan sebanyak 14 kali yang terdapat didalam 8 surah, yang dilanjutkan bahwa hal tersebut menjadikan isyarat pada tanggal 14 februari 2024 Anies akan menjadi presiden yang ke-8 dan Muhaimin Iskandar akan menjadi Wakil Presiden yang ke-14 dan langsung disambut tepuk tangan meriah dari para audiens⁵³.

Pada menit 04:15 Wakil ketua PWNU Jawa barat ini mengatakan bahwa yang akan disampaikan ini tidak ada di google dan merupakan perkataan dari para sahabat, dimana kata AMIN di dalam Al-Qur'an terdapat 14 kali dalam 8 surah, antara lain yaitu surah *Al-A'raf* ayat 68, surat *Yusuf* ayat 54, surat *An-Naml* ayat 39, *Al-Qasas* ayat 26, *Asy-Syura* ayat 107,125,147,162,178,193, surat *Ad-Dukhān* ayat 18,51, surat *At-Takwīr* ayat 21, dan surat *At-Tīn* ayat 3.

Disela – sela orasi ini beliau menyeru para audien untuk bertepuk tangan dan memberikan jargon kembali “*Amin Menang Wajib, Amin Kalah Dosa*”⁵⁴.

Pada menit ke 05:27 - Wakil Ketua PWNU Jawa Barat itu menyampaikan dengan lantang dan mengutip ayat secara terperinci serta menyatakan bahwa secara eksplisit ayat yang mengandung dari kata

⁵³ Kemas Yustri, DR. Dadang Mulyawan Mewakilin Abah AOS Pejuang Perubahan Untuk Indonesia Adil Dan Makmur., DR. Dadang Mulyawan Mewakilin Abah, 14 Januari, 2024.

⁵⁴ Kemas Yustri., DR. Dadang Mulyawan Mewakilin Abah, 14 Januari, 2024.

AMIN, diantaranya :

I. Surah *Al-A'raf* ayat 68

﴿ اٰتٰلِغْكُمْ رِسٰلَتِ رَبِّيْ وَاَنَا لَكُمْ نٰصِحٌ اٰمِيْنٌ ﴿٦٨﴾ ﴾

68. *Aku sampaikan kepadamu risalah-risalah (amanat) Tuhanku dan aku terhadap kamu adalah penasihat yang terpercaya*⁵⁵.

II. Surah *Yusuf* ayat 54

﴿ وَقَالَ الْمَلِكُ ائْتُوْنِيْ بِهٖ اَسْتَخْلِصْهُ لِنَفْسِيْۗ فَلَمَّا كَلَّمَهٗ قَالَ اِنَّكَ الْيَوْمَ

لَدَيْنَا مَكِيْنٌ اٰمِيْنٌ ﴿٥٤﴾ ﴾

54. *Raja berkata, “Bawalah dia (Yusuf) kepadaku agar aku memilih dia (sebagai orang yang dekat) kepadaku.” Ketika dia (raja) telah berbicara kepadanya, dia (raja) berkata, “Sesungguhnya (mulai) hari ini engkau menjadi seorang yang berkedudukan tinggi di lingkungan kami lagi sangat dipercaya”*⁵⁶.

III. Surah *An-Naml* ayat 39

﴿ قَالَ عِفْرِیْتُۙ مَنْ الْجِنِّ اَنَا اَتِيْكَ بِهٖ قَبْلَ اَنْ تَقُوْمَ مِنْ مَّقَامِكَ وَاِنِّيْ

عَلَيْهِ لَقَوِيٌّ اٰمِيْنٌ ﴿٣٩﴾ ﴾

⁵⁵ Al-Qur'an, *Al-Qur'an Dan Terjemah*.157.

⁵⁶ Al-Qur'an. *Al-Qur'an Dan Terjemah*,242.

39. *Ifrit dari golongan jin berkata, “Akulah yang akan membawanya kepadamu sebelum engkau berdiri dari singgasanamu. Sesungguhnya aku benar-benar kuat lagi dapat dipercaya”⁵⁷.*

IV. Surah Qasas ayat 26

﴿قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ﴾

﴿الْأَمِينُ﴾

26. *Salah seorang dari kedua (perempuan) itu berkata, “Wahai ayahku, pekerjakanlah dia. Sesungguhnya sebaik-baik orang yang engkau pekerjakan adalah orang yang kuat lagi dapat dipercaya”⁵⁸.*

V. Surah Asy- Syura ayat 107,125,143,162,178,193

﴿إِنِّي لَكُمْ رَسُولٌ أَمِينٌ﴾

107. *Sesungguhnya aku adalah seorang rasul tepercaya (yang diutus) kepadamu⁵⁹.*

﴿إِنِّي لَكُمْ رَسُولٌ أَمِينٌ﴾

⁵⁷ Al-Qur'an. *Al-Qur'an Dan Terjemah*,380.

⁵⁸ Al-Qur'an. *Al-Qur'an Dan Terjemah*,357.

⁵⁹ Al-Qur'an. *Al-Qur'an Dan Terjemah*,371.

125. *Sesungguhnya aku adalah seorang rasul
tepercaya (yang diutus) kepadamu*⁶⁰.

﴿ ١٤٢ ﴾ إِنْ لَكُمْ رَسُولٌ أَمِينٌ ۙ

143. *Sesungguhnya aku adalah seorang rasul
tepercaya (yang diutus) kepadamu*⁶¹.

﴿ ١٤٣ ﴾ إِنْ لَكُمْ رَسُولٌ أَمِينٌ ۙ

162. *Sesungguhnya aku adalah seorang rasul
tepercaya (yang diutus) kepadamu*⁶².

﴿ ١٦٢ ﴾ إِنْ لَكُمْ رَسُولٌ أَمِينٌ ۙ

178. *Sesungguhnya aku adalah seorang rasul
tepercaya (yang diutus) kepadamu*⁶³.

﴿ ١٧٨ ﴾ نَزَلَ بِهِ الرُّوحُ الْأَمِينُ ۙ

193. *Ia (Al-Qur'an) dibawa turun oleh Ruhulamin
(Jibril)*⁶⁴.

⁶⁰ Al-Qur'an. *Al-Qur'an Dan Terjemah*,372.

⁶¹ Al-Qur'an. *Al-Qur'an Dan Terjemah*,372.

⁶² Al-Qur'an. *Al-Qur'an Dan Terjemah*,373.

⁶³ Al-Qur'an. *Al-Qur'an Dan Terjemah*373.

⁶⁴ Al-Qur'an. *Al-Qur'an Dan Terjemah*,374.

VI. Surah *Ad-Dukhān* ayat 18,51

﴿ أَنْ أَدْوَا إِلَىٰ عِبَادَ اللَّهِ إِنَّي لَكُمْ رَسُولٌ أَمِينٌ ﴿١٨﴾ ﴾

18. (Musa berkata,) “Kembalikanlah kepadaku hamba-hamba Allah (Bani Israil). Sesungguhnya aku adalah utusan (Allah) yang dapat kamu percaya⁶⁵.

﴿ إِنَّ الْمُتَّقِينَ فِي مَقَامٍ أَمِينٍ ﴿٥١﴾ ﴾

51. Sesungguhnya orang-orang yang bertakwa berada dalam tempat yang aman⁶⁶,

VII. Surah *At-Takwīr* ayat 21

﴿ مُطَاعٌ ثُمَّ أَمِينٌ ﴿٢١﴾ ﴾

21. yang di sana (Jibril) ditaati lagi dipercaya⁶⁷.

VIII. Surah *At-Tīn* ayat 3

﴿ وَهَذَا الْبَلَدِ الْأَمِينِ ﴿٣﴾ ﴾

3. dan demi negeri (Makkah) yang aman ini⁶⁸,

⁶⁵ Al-Qur'an. *Al-Qur'an Dan Terjemah*,497.

⁶⁶ Al-Qur'an. *Al-Qur'an Dan Terjemah*,497.

⁶⁷ Al-Qur'an. *Al-Qur'an Dan Terjemah*,586.

⁶⁸ Al-Qur'an. *Al-Qur'an Dan Terjemah*,597.

Setelah penyebutan ayat-ayat yang mengandung kata AMIN di dalam Al-Qur'an, beliau juga menyampaikan bahwa telah diisyaratkan dalam kitab alfiyah:

وما بما نافعَلْ كَأَمِينِ كَسْرُ

Wamā bimā naf'al ka 'amīna kasur

Wamā (dan calon presiden) *bimā naf'al* (dengan makna if'al, fiil amr, coblos atau pilih) *ka amina* (seperti pasangan aaminnn) itu *kasuro* (banyak manfaatnya, banyak barokahnya, banyak keutamaannya, banyak kelebihannya).

وغيره كويّ وهيهات نَظْرُ

Wagoiruhu kawai wai hāta nazur

Waghoiruhu (dan selain pasangan AMIN) *kawai wai hāta* (bimakna jauh) itu *nazur* (langka/ jarang).

Hidup amin, coblos amin, menangkan amin,amin menang satu putaran, amin menang wajib amin kalah dosa. Dia menyampaikan bahwa dirinya diberi tugas oleh mertua nya yaitu Abah AOS ke Cipasung

Juga dilanjutkan pada menit ke 10:15 ini merupakan tantangan, rintangan dan halangan yang cukup besar namun mereka (para pendukung amin) siap untuk berjuang.

أَلْفِيَّةٌ لَا أَكْدُ جُبْنًا وَلَوْ تَوَلَّى زُمْرَ أَعْدَائِي

Alfiyah laakudu jubnān walau tawalla zumara a'dā'ī

laakudu (saya tidak akan berdiam diri) *aljubnān* (karena takut) *anil haija'i* (lari dari medan perang) *walau tawalla* (meskipun berbodning-bondong menghadang) *zumara a'dā'ī* (musuh merintangi).
hidup AMIN!

Dilanjutan dengan mengutip dari perkataan dari imam Al-Ghazali jangan jauh dari ihya ulumidin, lihat kitab ayyuhal walad

“Dan barang siapa yang menyangka dirinya akan sukses, dengan tanpa semangat, tanpa perjuangan, maka ia adalah seorang penghayal dan tidak ada kesuksesan tanpa perjuangan dan tidak ada perjuangan tanpa pengorbanan”.

3. Penutup (menit 12:20 – 13:40)

Pada menit ke 12:20 setelah menyampaikan orasinya, Wakil Ketua PWNU Jawa Barat mengajak dengan lantang para peserta audiens untuk bersiap berjuang, melakukan perubahan yaitu dengan memilih pasangan nomer urut satu pasangan Anies-Muhaimin.

Amin menang satu putaran, Hidup amin!

Dan ditutup dengan ucapan terimakasih atas waktu yang diberikan serta salam⁶⁹.

⁶⁹ Kemas Yustri, DR. Dadang Mulyawan Mewakilin Abah AOS Pejuang Perubahan Untuk Indonesia Adil Dan Makmur., DR. Dadang Mulyawan Mewakilin Abah, 14 Januari, 2024.

Penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam kampanye politik oleh Wakil Ketua PWNU Jawa Barat di media sosial adalah sebuah fenomena yang menarik dan penuh dengan emosional. Dalam konteks ini, agama tidak hanya dipandang sebagai bagian dari kehidupan pribadi, tetapi juga sebagai landasan strategis yang digunakan untuk menarik dukungan politik.⁷⁰ Salah satu contohnya adalah ketika ayat-ayat suci Al-Qur'an, terutama kata Amin, digunakan sebagai simbol untuk memperkuat narasi tentang kepemimpinan yang dianggap sejalan dengan kehendak Tuhan.

Berikut adalah beberapa tafsir para mufassir terkait ayat:

I. Surah *Al-A'raf* Ayat 68

﴿ اٰبَلِّغْكُمْ رِسٰلَتِ رَبِّيْ وَاَنَا لَكُمْ نٰصِحٌ اٰمِيْنٌ ﴾

Aku sampaikan kepadamu risalah-risalah (amanat) Tuhanku dan aku terhadap kamu adalah penasihat yang terpercaya.

Dalam ayat ini, konteksnya adalah Nabi Hud yang diutus kepada kaum 'Ad. Mufassir seperti Ibnu Katsir menjelaskan bahwa dalam ayat ini, kata yang dipahami sebagai bagian dari penegasan misi kenabian adalah kata yang menunjukkan bahwa Nabi Hud menyampaikan risalah Allah dengan amanah⁷¹. Kata Amin dalam konteks ini mengandung makna bahwa Nabi Hud adalah sosok yang jujur dan terpercaya.

⁷⁰ Mohammad Shofan, "Politisasi Agama Di Ruang Publik: Ideologis Atau Politis?," *MAARIF*, 2018, <https://doi.org/10.47651/mrf.v13i2.17>.

⁷¹ Ghoffar.EM, "Tafsir Ibnu Katsir."

II. Surah *Yūsuf* Ayat 54

﴿ وَقَالَ الْمَلِكُ انْتُونِي بِهِ أَسْتَخْلِصُكَ لِنَفْسِي فَلَمَّا كَلَّمَهُ قَالَ إِنَّكَ الْيَوْمَ

لَدَيْنَا مَكِينٌ أَمِينٌ ﴿٥٤﴾

54. Raja berkata, “Bawalah dia (Yusuf) kepadaku agar aku memilih dia (sebagai orang yang dekat) kepadaku.” Ketika dia (raja) telah berbicara kepadanya, dia (raja) berkata, “Sesungguhnya (mulai) hari ini engkau menjadi seorang yang berkedudukan tinggi di lingkungan kami lagi sangat dipercaya”⁷².

Ayat ini berkisah tentang Nabi Yusuf yang ditunjuk oleh raja Mesir sebagai pengelola penyimpanan makanan setelah Nabi Yusuf memberikan interpretasi yang tepat tentang mimpi raja. Menurut tafsir al-Qurtubi, kata Amin dalam konteks ini berarti "terpercaya" atau "orang yang amanah". Nabi Yusuf diakui oleh raja karena kemampuannya dan kejujurannya⁷³.

III. Surah An-Naml Ayat 39

﴿ قَالَ عَفْرَيْتُ مِنَ الْجِنِّ أَنَا آتِيكَ بِهِ قَبْلَ أَنْ تَقُومَ مِنْ مَقَامِكَ وَإِنِّي

عَلَيْهِ لَقَوِيٌّ أَمِينٌ ﴿٣٩﴾

39. Ifrit dari golongan jin berkata, “Akulah yang akan

⁷² Al-Qur'an, *Al-Qur'an Dan Terjemah. Al-Qur'an Dan Terjemah*, 242.

⁷³ Mahmud Hamid Usman, “Tafsir Al-Qurtubi Ke 9” (Pustaka Azzam, n.d.), 480.

membawanya kepadamu sebelum engkau berdiri dari singgasanamu. Sesungguhnya aku benar-benar kuat lagi dapat dipercaya”⁷⁴.

Kata Amin dalam ayat ini berhubungan dengan kisah Nabi Sulaiman dan ratu Saba’. Salah seorang jin menawarkan untuk membawa singgasana ratu Saba’ sebelum Nabi Sulaiman bangun dari tempat duduknya. Para mufassir, seperti Ibnu Katsir, menafsirkan bahwa jin tersebut mengatakan hal ini sebagai bentuk keyakinannya bahwa ia bisa melakukan tugas yang diberikan dengan kecepatan dan amanah⁷⁵.

IV. Surah Al-Qasas Ayat 26

﴿قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَأْجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَأْجَرْتَ الْقَوِيُّ﴾

﴿الْأَمِينُ﴾

26. *Salah seorang dari kedua (perempuan) itu berkata, “Wahai ayahku, pekerjakanlah dia. Sesungguhnya sebaik-baik orang yang engkau pekerjakan adalah orang yang kuat lagi dapat dipercaya”⁷⁶.*

Dalam konteks ini, ayat ini berbicara tentang Nabi Musa yang membantu dua wanita mengambil air. Salah seorang wanita kemudian menyarankan ayahnya untuk mempekerjakan Nabi Musa karena dia adalah orang yang kuat dan terpercaya (amin). Tafsir al-Jalalayn menjelaskan bahwa amin di sini berarti bahwa Musa adalah seseorang

⁷⁴ Al-Qur’an, *Al-Qur’an Dan Terjemah. Al-Qur’an Dan Terjemah*,380.

⁷⁵ ENDIH HERAWANDIH, “Tafsir Ibnu Katsir Versi Lengkap,” blogger.com, 2018, <https://belajartafsiralquran.blogspot.com/2018/03/27.html>.

⁷⁶ Al-Qur’an, *Al-Qur’an Dan Terjemah. Al-Qur’an Dan Terjemah*,357.

yang dapat dipercaya dalam bekerja dan amanah dalam tindakannya⁷⁷.

V. Surah Asy- Syura Ayat 107, 125, 147, 162, 178, 193

﴿ إِنِّي لَكُمْ رَسُولٌ أَمِينٌ ﴾¹¹⁷

107. *Sesungguhnya aku adalah seorang rasul
tepercaya (yang diutus) kepadamu*⁷⁸.

﴿ إِنِّي لَكُمْ رَسُولٌ أَمِينٌ ﴾¹²⁵

125. *Sesungguhnya aku adalah seorang rasul
tepercaya (yang diutus) kepadamu*⁷⁹.

﴿ إِنِّي لَكُمْ رَسُولٌ أَمِينٌ ﴾¹⁴⁷

143. *Sesungguhnya aku adalah seorang rasul
tepercaya (yang diutus) kepadamu*⁸⁰.

﴿ إِنِّي لَكُمْ رَسُولٌ أَمِينٌ ﴾¹⁷⁸

⁷⁷ Jalaluddin Al-Mahalli dan Jalaluddin As-suyuthi, *Tafsir Jalalain Terjemah* (SINAK BARU ALGENSINDO, n.d.).

⁷⁸ Al-Qur'an, *Al-Qur'an Dan Terjemah. Al-Qur'an Dan Terjemah*,371.

⁷⁹ Al-Qur'an. *Al-Qur'an Dan Terjemah*,372.

⁸⁰ Al-Qur'an. *Al-Qur'an Dan Terjemah*,372.

162. *Sesungguhnya aku adalah seorang rasul
tepercaya (yang diutus) kepadamu*⁸¹.

﴿ إِنِّي لَكُمْ رَسُولٌ أَمِينٌ ﴿١٧٨﴾ ﴾

178. *Sesungguhnya aku adalah seorang rasul
tepercaya (yang diutus) kepadamu*⁸².

﴿ نَزَلَ بِهِ الرُّوحُ الْأَمِينُ ﴿١٧٣﴾ ﴾

193. *Ia (Al-Qur'an) dibawa turun oleh Ruhulamin
(Jibril)*⁸³.

Keenam ayat ini merujuk pada kisah para nabi yang diutus kepada kaum mereka, seperti Nabi Nuh, Hud, Shalih, Lut, dan Syuaib. Dalam setiap ayat ini, kata yang diterjemahkan sebagai Amin menegaskan bahwa para nabi tersebut adalah utusan Allah yang amanah dan terpercaya dalam menyampaikan wahyu-Nya. Menurut tafsir Ibnu Katsir, Amin di sini berarti bahwa mereka diutus dengan penuh amanah dan kebenaran⁸⁴.

VI. Surah *Ad-Dukhān* Ayat 18

﴿ أَنْ أَدَّوَا إِلَىٰ عِبَادَ اللَّهِ إِنِّي لَكُمْ رَسُولٌ أَمِينٌ ﴿١٨﴾ ﴾

⁸¹ Al-Qur'an. *Al-Qur'an Dan Terjemah*,373.

⁸² Al-Qur'an. *Al-Qur'an Dan Terjemah*373.

⁸³ Al-Qur'an. *Al-Qur'an Dan Terjemah*,374.

⁸⁴ Ghoffar.EM, "Tafsir Ibnu Katsir."

18. (Musa berkata,) “Kembalikanlah kepadaku hamba-hamba Allah (Bani Israil). Sesungguhnya aku adalah utusan (Allah) yang dapat kamu percaya⁸⁵.”

Ayat ini berkisah tentang Nabi Musa yang diutus kepada Fir’aun dengan membawa pesan dari Allah. Para mufassir seperti Fakhruddin al-Razi menjelaskan bahwa Nabi Musa disebut sebagai utusan yang amanah. Makna Amin di sini adalah jaminan bahwa Nabi Musa menyampaikan pesan dengan kejujuran dan kesetiaan.

﴿ إِنَّ الْمُتَّقِينَ فِي مَقَامٍ أَمِينٍ ﴿٥١﴾ ﴾

51. Sesungguhnya orang-orang yang bertakwa berada dalam tempat yang aman⁸⁶,

Ayat ini menggambarkan balasan bagi orang-orang yang bertakwa, yang akan ditempatkan di tempat yang aman (*fi maqamin amin*). Tafsir Al-Muyassar menyebutkan bahwa amin di sini merujuk kepada tempat yang penuh dengan keamanan dan kedamaian, yakni surga. Jadi, maknanya adalah keamanan yang penuh dan tidak ada kekhawatiran di sana⁸⁷.

VII. Surah At-Takwīr Ayat 21

﴿ مُطَاعٍ ثُمَّ أَمِينٍ ﴿٢١﴾ ﴾

⁸⁵ Al-Qur’an, *Al-Qur’an Dan Terjemah*. Al-Qur’an Dan Terjemah, 497.

⁸⁶ Al-Qur’an. *Al-Qur’an Dan Terjemah*, 497.

⁸⁷ Shaleh Bin Abdul Aziz, “Tafsir Al-Muyassar” (Madinah Al-munawarah, 2012), 586.

21. *yang di sana (Jibril) ditaati lagi dipercaya*⁸⁸.

Ayat ini merujuk pada malaikat Jibril yang menyampaikan wahyu kepada Nabi Muhammad. Tafsir al-Muyassar menafsirkan kata amin di sini sebagai "*terpercaya*," karena Jibril menyampaikan wahyu dari Allah tanpa perubahan atau kesalahan⁸⁹. Jibril di sini digambarkan sebagai sosok yang setia dalam menjalankan tugasnya.

VIII. Surah *At-Tin* Ayat 3

﴿ وَهَذَا الْبَلَدِ الْأَمِينِ ۝ ﴾

3. *dan demi negeri (Makkah) yang aman ini*⁹⁰,

Dalam tafsir Al-Qurtubi, konteks ayat ini berkaitan dengan kesucian dan pentingnya tempat yang disebutkan dalam ayat tersebut, yang diyakini sebagai Makkah. Amin dalam tafsir ini dapat berarti bahwa Makkah adalah tempat yang aman dan suci, tempat di mana orang-orang dapat merasa terlindungi⁹¹.

Makna Amin dalam ayat-ayat Al-Qur'an tidak selalu mengacu pada bentuk doa seperti yang umum digunakan dalam tradisi Islam sehari-hari, tetapi lebih pada makna kejujuran, amanah, dan keamanan dalam banyak konteks⁹². Setiap penggunaan kata Amin dalam ayat-ayat

⁸⁸ Al-Qur'an, *Al-Qur'an Dan Terjemah. Al-Qur'an Dan Terjemah*, 586.

⁸⁹ Aziz, "Tafsir Al-Muyassar."

⁹⁰ Al-Qur'an, *Al-Qur'an Dan Terjemah. Al-Qur'an Dan Terjemah*, 597.

⁹¹ Usman, "Tafsir Al-Qurtubi Ke 9."

⁹² Firnanda Anggraeni Maghfiroh, M. Mukhid Mashuri, and Wiwin Ainis Rohtih, "Politikasi Ayat-Ayat Al-Qur'an (Kajian Term Amin Dalam Al-Qur'an Dan Relevansinya Terhadap Konteks Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden 2024)," *Jurnal Semiotika-Q: Kajian Ilmu Al-Quran Dan*

ini memiliki makna tersendiri yang terkait erat dengan konteks cerita atau situasi yang sedang dibahas.

Kata "amin" dalam Al-Qur'an memiliki beberapa makna dan konteks yang berbeda, tetapi secara umum, artinya adalah "Terimalah (ya Allah)" atau "Kabulkanlah (ya Allah)". Menurut Quraish Shihab, kata "amin" dalam QS Yusuf 54 merujuk pada orang-orang yang bisa dipercaya. Namun, arti dan makna amin sebetulnya lebih luas, seperti "Yaa Allah perkenankanlah!", "Yaa Allah Lakukanlah!", "Demikian itu Yaa Allah. Semoga Engkau mengabulkannya.", dan "Jangan kecewakan kami, Yaa Allah!"⁹³.

Kata Amin memiliki makna yang bervariasi dalam Al-Qur'an tergantung pada konteks ayat di mana kata tersebut muncul. Dalam bahasa Arab, Amin umumnya digunakan sebagai seruan penegasan atau doa yang berarti "Ya Allah, kabulkanlah." Namun, ketika membahas kata Amin dalam 14 ayat Al-Qur'an, kita perlu memahami bahwa konteksnya sering kali lebih kompleks, tergantung pada tafsir dari para mufassir, seperti Ibnu Katsir, al-Qurtubi, al-Jalalayn, dan Fakhrudin al-Razi memberikan pandangan yang serupa mengenai makna dasar Amin sebagai "amanah" atau "terpercaya," yang sering kali mengacu pada nabi atau sosok yang disebutkan dalam ayat tersebut sebagai utusan yang jujur

Tafsir 4, no. 1 (2024): 327–46, <https://doi.org/10.19109/jsq.v4i1.23699>.

⁹³ Maghfiroh, M. Mukhid Mashuri, and Wiwin Ainis Rohtih. "Politisasi Ayat-Ayat Al-Qur'an, *Jurnal Semiotika-Q: Kajian Ilmu Al-Quran Dan Tafsir* 4, no. 1 (2024): 327–46.

dan setia dalam menyampaikan pesan Allah⁹⁴.

Dalam penyampaian yang tersebar di media sosial, Wakil Ketua PWNU Jawa Barat mengemukakan bahwa kata *Amīn* disebutkan sebanyak 14 kali dalam 8 surah di Al-Qur'an. Bagi banyak orang, ini mungkin tampak seperti fakta numerik biasa. Namun, dalam konteks kampanye politik, fakta ini diangkat menjadi simbol yang sarat makna.⁹⁵ Wakil Ketua PWNU Jawa Barat kemudian mengaitkannya dengan tanggal 14 Februari 2024, hari yang dijadwalkan sebagai pemilihan Presiden di Indonesia. Beliau menyebut bahwa pada tanggal tersebut, Bapak Anies Baswedan akan menjadi Presiden ke-8 Republik Indonesia, sementara Bapak Muhaimin Iskandar akan menjadi Wakil Presiden ke-14.

Narasi ini tidak berhenti pada penyebutan angka-angka semata, tetapi dilengkapi dengan penekanan moral dan spiritual. Ungkapan "*Amin menang wajib, Amin kalah dosa*" dipakai sebagai alat retorika untuk memperkuat pandangan bahwa kemenangan calon yang disebutkan bukan hanya sebuah pilihan politik, tetapi kewajiban religius yang tidak boleh diabaikan.⁹⁶ Melalui retorika ini, pemilih yang merasa dekat dengan agama dan tradisi Islam diharapkan tergerak untuk memilih pasangan tersebut bukan hanya karena alasan politik, tetapi juga karena

⁹⁴ Maghfiroh, M. Mukhid Mashuri, and Wiwin Ainis Rohtih. "Politisasi Ayat-Ayat Al-Qur'an, *Jurnal Semiotika-Q: Kajian Ilmu Al-Quran Dan Tafsir* 4, no. 1 (2024): 327–46.

⁹⁵ Abd - Hannan, "Agama, Kekerasan, Dan Kontestasi Politik Elektoral: Penggunaan Simbol Keagamaan Kiai Dan Kekuasaan Blater Dalam Pertarungan Politik Lokal Madura," *Jurnal Sosiologi Agama*, 2018, <https://doi.org/10.14421/jsa.2018.122-02>.

⁹⁶ Diinis Sipa, "Marketing Politik Kampanye Religius Pemilu Di Indonesia."

dorongan spiritual.

Lebih lanjut, Wakil Ketua PWNU Jawa Barat menyebutkan beberapa ayat spesifik dari Al-Qur'an yang memuat kata Amin. Ayat-ayat ini tidak dipilih secara acak; sebaliknya, mereka dihubungkan secara simbolis dengan angka-angka yang relevan dalam konteks politik saat ini. Beberapa ayat yang disebutkan antara lain *Al-A'raf* 68, surat *Yūsuf* ayat 54, surat *An-Naml* ayat 39, *Al-Qasas* ayat 26, *Asy-Syura* ayat 107,125,147,162,178,193, surat *Ad-Dukhān* ayat 18,51, surat *At-Takwīr* ayat 21, dan surat *At-Tīn* ayat 3.

Dengan menyebutkan ayat-ayat ini, ada upaya untuk memberikan legitimasi spiritual terhadap calon yang didukung.⁹⁷ Ini adalah langkah yang tidak hanya memberikan daya tarik politik, tetapi juga memberikan pandangan religius yang kuat, seolah-olah pilihan politik ini adalah bagian dari rencana Tuhan.

Penggunaan angka 14 yang dihubungkan dengan kemunculan kata *Amīn* dalam Al-Qur'an serta dengan posisi Wakil Presiden ke-14 dan tanggal 14 Februari adalah contoh bagaimana simbolisme angka digunakan dalam membangun narasi politik yang berlandaskan agama. Wakil Ketua PWNU Jawa Barat dengan cermat mengaitkan angka-angka tersebut untuk menciptakan kesan bahwa angka-angka ini bukan sekadar kebetulan, melainkan "isyarat" dari Tuhan tentang masa depan bangsa.

⁹⁷ Mahatva Yoga Adi Pradana et al., "Politisasi Agama Dalam Ranah Konflik Di Indonesia (Sebuah Tinjauan Kritis)," *SOSIORELIGIUS: JURNAL ILMIAH SOSIOLOGI AGAMA*, 2022, <https://doi.org/10.24252/sosioreligius.v7i1.30716>.

Narasi seperti ini kuat dan sering kali sangat efektif dalam menarik dukungan dari masyarakat yang memiliki keterikatan emosional dengan agama.⁹⁸

Tidak hanya angka 14, tetapi juga angka 8, yang mewakili jumlah surah di mana kata Amin muncul, dihubungkan dengan posisi presiden ke-8 yang akan dijabat oleh Bapak Anies. Ini menciptakan kesan bahwa setiap elemen politik yang sedang terjadi sudah diatur dalam rencana Tuhan dan bahwa memilih pasangan calon ini adalah tindakan yang sejalan dengan kehendak-Nya.

Dalam era digital ini, media sosial menjadi alat yang sangat efektif untuk menyebarkan pesan-pesan semacam ini.⁹⁹ Wakil Ketua PWNU Jawa Barat memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan pesan ini kepada khalayak yang luas.¹⁰⁰ Dengan platform ini, pesan-pesan yang mengaitkan agama dan politik dapat menyebar dengan cepat, mencapai masyarakat yang religius, terutama di kalangan *Nahdhiyin* (pendukung NU) yang menjadi basis masa yang besar.

Di media sosial, postingan tentang Amin dan ayat-ayat Al-Qur'an ini berupa video yang dibuat secara profesional untuk menarik

⁹⁸ Jhon Leonardo Presley Purba and Priyantoro Widodo, "Kajian Etis Penggunaan Isu Agama Dalam Politik Polarisasi," *THRONOS: Jurnal Teologi Kristen*, 2021, <https://doi.org/10.55884/thron.v2i2.23>.

⁹⁹ Saputra and Erowati, "Pengaruh Peran Kampanye Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih Muda Di Kota Semarang."

¹⁰⁰ Fitriani, Aminudin, and Rengi, "PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP LITERASI POLITIK GENERASI MILENIAL."

perhatian¹⁰¹. Selain itu, media sosial memungkinkan terjadinya diskusi atau bahkan debat tentang validitas klaim ini. Namun, bagi mereka yang setuju dengan narasi ini, penyampaian pesan tersebut memperkuat keyakinan mereka bahwa mendukung pasangan calon ini adalah keputusan yang benar baik secara politis maupun religius.

B. Dampak Penggunaan Ayat-Ayat Al-Qur'an Dalam Kampanye Politik Terhadap Persepsi Masyarakat Di Sosial Media persepsi Heider

Integrasi ayat-ayat Al-Qur'an ke dalam kampanye politik telah memicu beragam reaksi di media sosial, karena orang menilai pesan-pesan ini melalui perpaduan antara keyakinan pribadi dan faktor kontekstual. Ada sebanyak total 43 komentar, beberapa komentar berupa angka (seperti 3:15), dimaksudkan adalah menit video sebagai menit yang ditandai oleh komentator, dan ada yang hanya menggunakan emote (emote love) tanpa ada kata-kata.

Berikut adalah Klasifikasi Komentar :

KOMENTAR	KODING
<i>Aamiin</i>	Positif
<i>Anis udah kalah ni, berarti dosa dong</i>	Negatif
<i>jualan agama, gimana kabarnya nih, se Indonesia bakal berdosa</i>	Negatif (Sarkasme)
<i>Lah...???? Tadinya mau milih amin.. ga</i>	Negatif (ketidakpercayaan dan

¹⁰¹ Prasojo Prasojo, "Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Perubahan Budaya Politik," *Jurnal Kajian Ilmiah*, 2021, <https://doi.org/10.31599/jki.v21i2.590>.

<i>jadi lah... Cocokologi bgini.. lucu bapak..</i>	penolakan)
<i>Tandain itu partai koalisinya! Menyesatkan, sejak kapan AMIN di Anies Muhaimin bisa berkaitan sama Amin di Al-Qur'an? Menang wajib kalah dosa, situ yang tau kunci akhirat emang? Udah gila</i>	Negatif (Skeptisisme)
<i>QS.AT-TAUBAH AYAT 9 Mereka memperjualbelikan ayat-ayat Allah dengan harga murah, lalu mereka menghalang-halangi (orang) dari jalan Allah. Sungguh, betapa buruknya apa yang mereka kerjakan.</i>	Netral
<i>Kata "amin" artinya aman tenteram, "aamin" artinya meminta pertolongan, "amiin" artinya jujur, terpercaya, sedangkan "aamiin" artinya kabulkanlah doa kami. AMIN Anis imin di buku anak tk aja gada apalai di alquran</i>	Netral
<i>Wujud asli orang cerdas</i>	Negatif
<i>Aduh, gak begini dong. Bahaya, punteu Pak Penceramah narasi begitu gak baik.</i>	Negatif
<i>Buset, gue orang berdosa karena gak pilih AMIN, hueeeekkk politik agama</i>	Negatif
<i>Pahami tentang wajib secara hukum agama atau wajib secara tafsir quran pelajari makna quran yang di maksud ada 14 kali disebutkan dalam alquran pada 8 surah kalo memang otak anda dipakai untuk berfikir atau untuk menghina saja, disni beliau menyebutkan Amin atau kata dalam alquran yang beliau sebutkan dari quran surah al araf ayat 68 tentang</i>	Netral

<p><i>Nabi Hud yang ingin menyampaikan nasihat yang dapat dipercaya, Yusuf ayat 54 tentang Nabi Yusuf yang diangkat menjadi raja yang dipercaya, Tentang Nabi Sulaiman dan jin ifrit yang menunjukkan bahwa dia dapat dipercaya, al-Qasas ayat 26 tentang Nabi Musa yang dijadikan pekerja karena dipercaya, dll artinya dimna wajib menang maksudnya kalimat Amin orang-orang yang menjunjung Amin (kepercayaan) wajib menang kalah dosa, bukan hukum agama tentang kemenangan paslon, saya tanya ini orang-orang yang di dalam Alquran disebutkan dapat dipercaya wajib menang, kalo anda tidak mempercayai atau tidak menghendaki kemenangan orang yang di percaya dalam Alquran dosa dong Lebih sedikit</i></p>	
<p><i>Ah ngeri sih mengkaitkan ayat Alquran dengan singkatan nama Anies dan Imin</i></p>	<p>Negatif</p>
<p><i>Ust Cokologi Kek Begini Nihhhh, Demokrasi Indonesia Ternoda Sama Narasi Yang Begini, Menggiring Opini Seolah2 Itu Adalah Perintah Tuhan.</i></p>	<p>Negatif</p>
<p><i>Qur'an tetep benar, tafsir bisa salah Gus Baha</i></p>	<p>Netral</p>
<p><i>Subhanaloh amin amin</i></p>	<p>Negatif</p>
<p><i>Bahaya nih kalo amin kalah bisa dosa dong seluruh Indonesia</i></p>	<p>Negatif</p>
<p><i>Masih dipakai aja politik identitas yg kyk begini (emote muntah)</i></p>	<p>Negatif</p>
<p><i>Sedekah Suara untuk AMIN, insyaa Allah jadi ladang amal, amal jariyah</i></p>	

<i>dan investasi pahala Presiden-Wakil Presiden RI ID pilih AMIN! Nomornya pilih Nomor Satu Calegnya pilih ! partai dari Nasdem, PKB, PKS, UMMAT AMIN! adil, cerdas, maju, berkah!</i>	Positif
<i>SUNDA... SUNDA ...(emote tertawa terbahak-bahak)</i>	Negatif
<i>Timses nya yg blunder.. Capresnya yg kena batunya.. Capek bet.. Berlebihan skalii..</i>	Negatif
<i>kok pada betah dengerin omongan orang gajelas gini</i>	Negatif
<i>Astagfirullah kok ayat2 itu hampir sebagian besar menceritakan kisah rosul2 Allah. Seperti cerita nabi Nuh nabi hud nabi Musa. Yang intinya mengatakan bahwa sesungguhnya aku adalah rosul Allah... Apa anda mau samain Anis sama rosul2 ... Ini agama dan ayat suci bos...jangan d bawa politik</i>	Negatif
<i>mempolitisir ayat Al-Qur'an</i>	Negatif
<i>Aku pendukung OI tapi aku ga setuju dengan asal tafsir kayak gini, hmm</i>	Negatif
<i>Uuhh pemegang kunci surga apa gimana nih orang?</i>	Negatif

Mengacu pada teori persepsi Heider, yang menyatakan bahwa seseorang menafsirkan persepsi tindakan orang lain berdasarkan faktor internal (seperti nilai dan karakter) dan faktor eksternal (seperti pengaruh situasional).¹⁰² analisis ini mengeksplorasi bagaimana masyarakat

¹⁰² Hasanah et al., "Teori Tentang Persepsi Dan Teori Atribusi Kelley."

memandang referensi keagamaan dalam konteks politik.

Berikut adalah beberapa komentar dan hasil dari analisisnya:

1. *“Tandain itu partai koalisinya! Menyesatkan, sejak kapan AMIN di Anies Muhaimin bisa berkaitan sama Amin di Al-Qur'an? Menang wajib kalah dosa, situ yang tau kunci akhirat emang? Udah gila”*

Komentar tersebut mencerminkan persepsi yang kuat terhadap penggunaan agama dalam kampanye politik, dan dapat dianalisis melalui perspektif teori persepsi Fritz Heider. Berdasarkan teori Heider, komentar ini dapat diuraikan sebagai berikut:

a) Faktor Internal (Pribadi)

Dalam komentar tersebut, terdapat faktor internal yang kuat, seperti nilai agama atau keyakinan pribadi yang menolak politisasi agama. seperti, mereka merasa bahwa mengaitkan "AMIN" (Anies-Muhaimin) dengan konsep religius "amin" dalam Al-Qur'an adalah manipulasi agama untuk tujuan politik. Ini bisa dilihat sebagai sikap kritis yang didorong oleh keyakinan pribadi bahwa agama harus dijaga dari eksploitasi politik.

b) Faktor Eksternal (Situasional)

komentator juga mengkritik situasi politik saat ini, termasuk strategi kampanye yang menggunakan dan memanfaatkan simbol agama. Penggunaan frasa *"menang wajib kalah dosa"* dan pertanyaan seperti *"situ yang tau kunci akhirat emang?"* menunjukkan kekecewaan terhadap penggunaan simbol agama dalam persaingan politik. Hal ini mencerminkan persepsi bahwa lingkungan politik dan strategi kampanye

berkontribusi pada manipulasi agama.

Komentar tersebut menunjukkan persepsi bahwa penggunaan unsur-unsur keagamaan dalam kampanye politik, seperti mengaitkan akronim "AMIN" (untuk Anies-Muhaimin) dengan seruan keagamaan "amin" dalam Al-Qur'an, dipandang oleh sebagian orang sebagai bentuk manipulasi keagamaan¹⁰³. Berdasarkan teori persepsi Fritz Heider, komentar ini dapat dipahami sebagai hasil dari faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi bagaimana individu menafsirkan dan bereaksi terhadap penggunaan simbol-simbol keagamaan dalam wacana politik¹⁰⁴. Secara internal, komentar tersebut mencerminkan keyakinan pribadi bahwa agama tidak boleh dieksploitasi untuk keuntungan politik¹⁰⁵. Perspektif pribadi ini didasarkan pada nilai-nilai keagamaan komentator itu sendiri, yang kemungkinan mencakup keyakinan bahwa simbol-simbol dan bahasa keagamaan memiliki makna sakral yang harus dilindungi dari penyalahgunaan. Sikap internal ini membentuk dasar bagi pandangan kritis yang diungkapkan, yang menunjukkan perlawanan terhadap segala pencampuran makna keagamaan dengan identitas politik, yang dapat dianggap sebagai manipulatif atau tidak jujur.

Secara eksternal, komentar tersebut juga mencerminkan faktor situasional, khususnya pengaruh lingkungan politik terkini dan strategi

¹⁰³ Riki Ronaldo and Darmaiza Darmaiza, "Politisasi Agama Dan Politik Kebencian Pada Pemilu Presiden Indonesia 2019," *Indonesian Journal of Religion and Society*, 2021, <https://doi.org/10.36256/ijrs.v3i1.150>.

¹⁰⁴ Hannan, "Agama, Kekerasan, Dan Kontestasi Politik Elektoral: Penggunaan Simbol Keagamaan Kiai Dan Kekuasaan Blater Dalam Pertarungan Politik Lokal Madura."

¹⁰⁵ Adang Sonjaya and Budi Rahayu Diningrat, "Relasi Agama Dan Politik Di Indonesia," *JCIC : Jurnal CIC Lembaga Riset Dan Konsultan Sosial*, 2023, <https://doi.org/10.51486/jbo.v5i1.82>.

kampanye yang secara aktif menggunakan bahasa dan simbolisme keagamaan. Ungkapan "*menang itu wajib, kalah itu dosa*" dan pertanyaan seperti "*apakah anda orang yang tahu kunci akhirat?*" menunjukkan rasa frustrasi dengan taktik kampanye yang memanfaatkan ide-ide keagamaan untuk menarik pemilih. Pernyataan-pernyataan ini menyampaikan persepsi kritis bahwa strategi kampanye mengeksploitasi konsep-konsep keagamaan, sehingga mempolitisasi agama dengan cara-cara yang dapat menyesatkan atau menekan komunitas-komunitas keagamaan¹⁰⁶. Temuan ini menunjukkan reaksi masyarakat terhadap tindakan yang dianggap melampaui batas dalam menghubungkan agama dengan agenda-agenda politik, yang menyoroti potensi strategi-strategi tersebut untuk memancing reaksi keras di kalangan pemilih yang memandang manipulasi agama sebagai sesuatu yang tidak pantas atau menyinggung.

2. "*jualan agama, gimana kabarnya nih, se Indonesia bakal berdosa Aduh, gak begini dong. Bahaya, bagaimana Pak Penceramah narasi begitu gak baik*".

Berdasarkan teori persepsi Heider, analisis komentar ini dapat disusun sebagai berikut:

a) Faktor Internal:

- 1) Keyakinan dan Sikap Pribadi: dalam komentar ini mengungkapkan

¹⁰⁶ Dinar Astuti, Andi Agustang, and Idham Irwansyah Idrus, "Politik Identitas Dalam Kontroversi Isu Di Indonesia," *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan* 2, no. 6 (2023): 1769–78, <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i6.888>.

sikap kritis terhadap persepsi penggunaan agama untuk tujuan politik, dengan menyebutnya sebagai "*menjual agama*." Frasa ini menunjukkan keyakinan bahwa penggunaan unsur agama dengan cara ini tidak pantas dan eksploitatif. Ungkapan "seluruh Indonesia akan berdosa" menunjukkan bahwa pemberi komentar merasa penyalahgunaan agama ini dapat berdampak moral yang negatif pada masyarakat.

- 2) Reaksi Emosional: Frasa "*Oh, tidak seperti ini*" dan "*Berbahaya*" menunjukkan campuran kekecewaan dan kekhawatiran. Respons emosional ini menyiratkan bahwa pemberi komentar menganggap tindakan tersebut melanggar batas moral atau etika. Ketidaksetujuan tersebut semakin ditekankan dengan menyebut perilaku tersebut "*berbahaya*," yang menunjukkan bahwa pemberi komentar melihat potensi bahaya dalam cara agama diserukan.

b) Faktor Eksternal:

- 1) Konteks Politik dan Sosial: Komentar tersebut tampaknya merupakan reaksi terhadap integrasi simbolisme atau bahasa keagamaan ke dalam kampanye politik. Istilah "*menjual agama*" menunjukkan bahwa komentator menganggap situasi di mana aspek keagamaan digunakan untuk keuntungan politik, yang berpotensi menyesatkan pemilih atau memanipulasi sentimen publik. Sehingga situasi eksternal pencampuran antara agama dengan politik ini dipandang negatif komentator.

- 2) Peran Tokoh Agama: Referensi ke "sudut pandang tokoh" menunjukkan bahwa komentator membahas tindakan atau pernyataan tokoh agama yang mungkin telah mendukung atau mendukung bentuk pesan agama-politik ini. Frasa "tidak baik" menyampaikan harapan bahwa para pemimpin agama harus berhati-hati dan bertanggung jawab dalam cara mereka menyampaikan konsep agama, terutama dalam konteks politik. Komentator tampaknya khawatir bahwa tindakan tersebut dapat merusak kredibilitas otoritas agama atau menciptakan narasi yang memecah belah.
- 3) Dampak Potensial pada Masyarakat: Penyebutan "*seluruh Indonesia akan berdosa*" menyoroti kekhawatiran yang lebih luas tentang konsekuensi sosial dari pencampuran pesan agama dengan kampanye politik. Hal ini menunjukkan bahwa komentator merasakan adanya risiko kebingungan moral atau spiritual, yang menurut mereka dapat menyesatkan atau merugikan masyarakat luas.

Komentar tersebut mencerminkan kekhawatiran tentang persepsi eksploitasi agama dalam kampanye politik, khususnya dalam konteks penggunaan bahasa atau simbol agama untuk menarik pemilih. Berdasarkan teori persepsi Heider, komentar kritis ini dapat dilihat sebagai sesuatu yang didorong oleh faktor internal seperti keyakinan pribadi dan reaksi emosional. Frasa "*menjual agama*" menunjukkan bahwa komentator percaya bahwa penggunaan unsur-unsur agama untuk tujuan politik tidak pantas dan bahkan eksploitatif. Keyakinan ini mencerminkan sistem nilai

pribadi yang kuat yang memandang agama sebagai sesuatu yang sakral dan tidak boleh digunakan sebagai alat untuk keuntungan politik¹⁰⁷. Selain itu, frasa "seluruh Indonesia akan berdosa" mengungkapkan keyakinan bahwa tindakan tersebut memiliki implikasi moral yang negatif bagi masyarakat. Respons emosional komentator, seperti "*Oh, tidak seperti ini*" dan "*Berbahaya*," menunjukkan kekecewaan dan rasa urgensi moral, yang menyiratkan bahwa mereka melihat penggunaan agama untuk tujuan politik sebagai sesuatu yang melanggar batas-batas etika yang berpotensi merugikan masyarakat.

Secara eksternal, komentar tersebut mencerminkan kekhawatiran tentang konteks politik dan sosial yang lebih luas di mana unsur-unsur agama digunakan untuk mempengaruhi opini publik. Istilah "menjual agama" menyiratkan ketidaksetujuan terhadap pengintegrasian simbolisme agama ke dalam kampanye politik, sebuah taktik yang berpotensi menyesatkan pemilih atau memanipulasi sentimen masyarakat. Penyebutan "*perspektif tokoh*" menunjukkan peran potensial pemimpin agama dalam mendukung atau mendukung kampanye ini. Di sini, komentator menyiratkan bahwa tokoh agama harus berhati-hati dan bertanggung jawab dalam pesan mereka, terutama ketika menyelaraskan ajaran agama dengan agenda politik¹⁰⁸. Frasa "*tidak baik*" menekankan harapan bahwa otoritas agama harus menjunjung tinggi integritas, karena

¹⁰⁷ Dinar Astuti, Agustang, and Idrus. "Politik Identitas Dalam Kontroversi Isu Di Indonesia." *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan* 2, no. 6.

¹⁰⁸ Sonjaya and Rahayu Diningrat, "Relasi Agama Dan Politik Di Indonesia." *JCIC : Jurnal CIC Lembaga Riset Dan Konsultan Sosial*, 2023.

keterlibatan mereka dalam narasi politik dapat membahayakan kredibilitas mereka. Penyebutan “seluruh Indonesia akan berdosa” menyoroti kekhawatiran bahwa perpaduan agama dan politik ini dapat memiliki konsekuensi sosial, yang mungkin mengarah pada kebingungan moral atau perpecahan dalam masyarakat, yang menurut komentator meresahkan.

3. *“Kata ‘amin’ artinya aman tenteram, ‘aamin’ artinya meminta pertolongan, ‘amiin’ artinya jujur, terpercaya, sedangkan ‘aamiin’ artinya kabulkanlah doa kami. AMIN Anis imin di buku anak tk aja gada aplgai di alquran”.*

Analisis komentar ini dapat disusun sebagai berikut:

a) Faktor Internal:

- 1) Pengetahuan dan Pemahaman Bahasa: komentator menunjukkan pemahaman terperinci tentang berbagai arti kata "AMIN" dan variasinya dalam bahasa Arab, dengan memberikan definisi seperti "aman dan terjamin," "meminta bantuan," "jujur, dapat dipercaya," dan "mengabulkan doa kami." Hal ini menunjukkan bahwa pemberi komentar memiliki pemahaman yang kuat tentang nuansa linguistik dan termotivasi untuk mengklarifikasi perbedaannya. Tujuan komentator tampaknya adalah untuk mendidik atau mengoreksi kesalahpahaman seputar penggunaan istilah tersebut dalam konteks politik.
- 2) Skeptisisme dan Kritik: Pemberi komentar tampak skeptis terhadap

penggunaan kata "AMIN" dalam konteks politik "AMIN Anies-Imin," yang menyiratkan bahwa asosiasi tersebut tidak memiliki keaslian atau legitimasi. Dengan menyatakan bahwa frasa tersebut ditemukan "*dalam buku anak-anak TK*" tetapi "*tidak berlaku dalam Al-Quran,*" komentator secara halus mengkritik penyalahgunaan unsur-unsur agama atau bahasa untuk tujuan politik. Hal ini menunjukkan sikap kritis terhadap pilihan terminologi kampanye.

b) Faktor Eksternal:

- 1) Pesan Kampanye Politik: Komentar tersebut merupakan reaksi terhadap penggunaan istilah "AMIN Anis-Imin" secara politis, yang menunjukkan bahwa kampanye politik tersebut berupaya menciptakan hubungan dengan simbol-simbol agama atau bahasa. Komentator membahas situasi eksternal ini dengan menunjukkan bahwa istilah "AMIN" sebagaimana digunakan dalam konteks ini tidak sejalan dengan makna yang ditetapkan yang ditemukan dalam teks-teks agama, khususnya Al-Quran. Hal ini menunjukkan keyakinan bahwa kampanye politik tersebut menyalahgunakan bahasa, mungkin untuk menciptakan asosiasi yang menyesatkan.
- 2) Konteks Budaya dan Agama: Dengan mengklarifikasi definisi dan menyebutkan Al-Quran, komentator memberikan garis bawah bahwa pentingnya penggunaan terminologi agama yang akurat dan penuh hormat. Penyebutan "*buku anak-anak TK*" menisyratkan bahwa penggunaan kata "AMIN" untuk tujuan politik mungkin terlalu

disederhanakan atau dangkal, menggunakan istilah dengan konotasi spiritual yang mendalam menjadi sesuatu yang tidak sesuai dengan makna aslinya. Konteks budaya dan agama eksternal ini penting karena menyoroti kekhawatiran bahwa kampanye tersebut mungkin mendistorsi atau meremehkan ekspresi keagamaan.

Analisis ini mengungkap bagaimana pengetahuan linguistik terperinci dan persepsi kritis membentuk respons publik terhadap penggunaan bahasa keagamaan dalam kampanye politik. Berdasarkan teori persepsi Heider, komentar tersebut menampilkan faktor internal berupa pengetahuan dan pemahaman komentator tentang variasi bahasa Arab, seperti yang terlihat dalam definisi mereka tentang "amin" yang berarti "aman dan terlindungi," "aamin" sebagai "meminta bantuan," "amiin" sebagai "jujur, dapat dipercaya," dan "amiin" sebagai "kabulkan doa kami." Dengan mengoreksi potensi kesalahpahaman tentang makna ini, komentator tampaknya termotivasi untuk mengklarifikasi perbedaan antara istilah linguistik dan menantang penerapannya dalam slogan politik "AMIN Anies-Imin." Analisis ini menunjukkan bahwa respons kritis komentator berasal dari sikap yang terinformasi tentang bahasa keagamaan, yang menyoroti skeptisisme mereka terhadap pesan kampanye¹⁰⁹. Dengan mencatat bahwa terminologi tersebut hanya ditemukan dalam "*buku taman kanak-kanak*" dan bukan dalam Al-Qur'an, komentator menyiratkan bahwa pilihan frasa kampanye tersebut mungkin

¹⁰⁹ Adi Pradana et al., "Politisasi Agama Dalam Ranah Konflik Di Indonesia (Sebuah Tinjauan Kritis)."

tidak memiliki keaslian agama dan dapat menyesatkan atau meremehkan makna yang lebih dalam dari istilah tersebut.

Secara eksternal, komentar tersebut mencerminkan ketidaksetujuan terhadap bagaimana istilah-istilah agama digunakan dalam kampanye politik, yang menunjukkan bahwa strategi ini mungkin terlalu menyederhanakan atau menyalahgunakan bahasa agama untuk menciptakan asosiasi dengan spiritualitas atau integritas agama. Penggunaan "AMIN" untuk "Anies-Imin" oleh kampanye tersebut tampaknya dipandang sebagai upaya untuk membangkitkan simbolisme agama, yang menurut komentator tidak didasarkan pada konteks atau makna Al-Qur'an. Selain itu, dengan menunjukkan konotasi agama dan budaya yang terkait dengan kata "amin," komentar tersebut menyoroti kekhawatiran bahwa penggunaan istilah ini secara politis dapat mendistorsi atau meremehkan signifikansi spiritualnya, sehingga mereduksinya menjadi slogan kampanye yang menarik¹¹⁰. Penyebutan "*buku taman kanak-kanak*" mengontraskan kesederhanaan penggunaan istilah tersebut secara populer dengan kedalaman konotasi religiusnya, yang menekankan bahwa penggunaan bahasa religius yang terlalu disederhanakan untuk pesan politik dapat meremehkan atau salah menggambarkan nilai-nilai yang terkandung dalam bahasa tersebut, yang dapat berdampak negatif pada persepsi publik ketika makna spiritual tersebut dianggap dieksploitasi.

¹¹⁰ Hannan, "Agama, Kekerasan, Dan Kontestasi Politik Elektoral: Penggunaan Simbol Keagamaan Kiai Dan Kekuasaan Blater Dalam Pertarungan Politik Lokal Madura."

4. *“Ustad Cocoklogi Kek Begini Nihhhh, Demokrasi Indonesia Ternoda Sama Narasi Yang Begini, Menggiring Opini Seolah-olah Itu Adalah Perintah Tuhan.”*

Analisis terhadap komentar ini dapat disusun sebagai berikut:

a) Faktor Internal:

- 1) Sikap Kritis: komentar ini menunjukkan sikap kritis dan tidak setuju terhadap penggunaan interpretasi agama dalam konteks politik. Frasa *“Ustad Cocoklogi Kek Begini Nihhhh”* menunjukkan nada mengejek, yang menyiratkan bahwa pembicara menganggap orang atau kelompok tersebut berusaha memaksakan hubungan antara agama dan narasi politik dengan cara yang tampak dibuat-buat atau tidak berdasar (*“cocoklogi”* secara longgar diterjemahkan menjadi membuat hubungan yang dipaksakan atau sewenang-wenang). Hal ini menunjukkan sikap negatif terhadap penyalahgunaan otoritas agama yang dirasakan oleh komentator.
- 2) Respon Emosional: Penggunaan bahasa seperti *“ternoda”* (*ternoda*) dan nada mengejek menunjukkan frustrasi dan kekhawatiran. Pemberi komentar tampak secara emosional terlibat dalam membela integritas demokrasi dan agama, bereaksi negatif terhadap apa yang mereka lihat sebagai distorsi ajaran agama untuk tujuan politik.

a) Faktor Eksternal:

- 1) Manipulasi Politik: Komentator menanggapi situasi di mana narasi

keagamaan digunakan untuk memengaruhi opini politik. Pernyataan "*Menggiring Opini Seolah Itu Adalah Perintah Tuhan*" menunjukkan bahwa komentator percaya pesan politik tersebut berupaya memanipulasi publik dengan membingkai pandangan politik tertentu sebagai perintah ilahi. Hal ini menunjukkan bahwa faktor eksternal yang mendorong reaksi komentator adalah persepsi strategi komunikasi yang menyesatkan atau manipulatif.

- 2) Berdampak pada Demokrasi: Dengan menyatakan "*Demokrasi Indonesia Ternoda*," komentator menekankan bahwa mereka melihat narasi politik yang bermuatan agama semacam ini sebagai sesuatu yang merugikan proses demokrasi. Konteks eksternal di sini adalah lingkungan politik yang lebih luas, di mana memadukan retorika agama dengan kampanye politik dapat dianggap merusak keadilan, transparansi, dan integritas praktik demokrasi. Istilah "*ternoda*" menyiratkan bahwa kemurnian atau legitimasi demokrasi sedang dikompromikan.

Komentar tersebut mencerminkan respons kritis terhadap persepsi manipulasi interpretasi agama dalam wacana politik. Dari perspektif internal, komentator menunjukkan sikap kritis melalui istilah mengejek "*Ustad Cocoklogi*" (secara longgar berarti "interpretasi yang dipaksakan"), yang menunjukkan bahwa mereka memandang hubungan antara pesan-pesan agama dan agenda politik sebagai sesuatu yang dibuat-buat atau

artifisial. Kritik ini menunjukkan ketidaksetujuan yang kuat terhadap apa yang dianggap sebagai penyalahgunaan wewenang agama¹¹¹. Dengan mengaitkan "cocoklogi" dengan narasi politik-agama, komentator menyiratkan bahwa para aktor politik berusaha membuat hubungan agama yang lemah atau sewenang-wenang untuk mendapatkan pengaruh. Bahasa emosional, termasuk frasa "demokrasi yang ternoda," lebih jauh menyampaikan rasa frustrasi dan kekecewaan, yang mencerminkan kekhawatiran komentator bahwa penyalahgunaan agama yang dianggap ini mendistorsi cita-cita demokrasi dan integritas agama.

Secara eksternal, komentar tersebut menyoroti kekhawatiran tentang manipulasi politik dan potensi bahaya bagi demokrasi ketika bahasa agama digunakan untuk membingkai pesan-pesan politik seolah-olah itu adalah mandat ilahi. Pernyataan "Menyuarakan Pendapat Seolah-olah Itu Perintah Tuhan" menggarisbawahi kecurigaan bahwa narasi keagamaan tersebut mungkin berupaya untuk memaksa atau mempengaruhi opini publik dengan mengimbau kesetiaan agama, memposisikan pandangan politik tertentu sebagai pandangan yang disetujui secara moral atau ilahi. Selain itu, penyebutan "Demokrasi Indonesia Ternoda" menekankan potensi bahaya yang ditimbulkan oleh strategi-strategi ini terhadap nilai-nilai demokrasi, yang menunjukkan bahwa ketika simbol dan ajaran agama digunakan untuk memberikan otoritas pada kampanye politik, hal itu merusak persepsi

¹¹¹ Sumanto Al Qurtuby, "Sejarah Politik Politisasi Agama Dan Dampaknya Di Indonesia," *MAARIF*, 2018.

keadilan dan legitimasi proses demokrasi¹¹². Dalam konteks penelitian ini, yang meneliti penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam kampanye politik, temuan ini mencerminkan reaksi masyarakat yang lebih luas terhadap retorika politik bermuatan agama yang dipandang membahayakan integritas agama dan demokrasi.

5. *“Ah ngeri sih mengkaitkan ayat alquran dengan singkatan nama Anies dan Imin”*

Berdasarkan teori persepsi Heider, analisis komentar ini dapat disusun sebagai berikut:

a) Faktor Internal:

- 1) Ketidaksetujuan Pribadi: komentator mengungkapkan rasa tidak nyaman dan ketidaksetujuan yang kuat terhadap tindakan mengaitkan ayat-ayat Al-Quran dengan nama "Anies" dan "Imin." Frasa "*Ah ngeri sih*" (yang diterjemahkan menjadi "Ah, menakutkan" atau "Menggangu") mencerminkan reaksi emosional internal berupa kegelisahan. Hal ini menunjukkan bahwa pemberi komentar menganggap kaitan tersebut tidak pantas atau bahkan mengkhawatirkan, yang menunjukkan keyakinan pribadi bahwa teks-teks keagamaan tidak boleh digunakan dengan cara seperti ini.
- 2) Penilaian Berbasis Nilai: Reaksi tersebut menunjukkan bahwa pemberi komentar memiliki nilai-nilai tertentu tentang bagaimana teks-teks

¹¹² Fitri Ramdhani Harahap, "Politik Berbasis Agama," *Proceeding Konferensi Nasional Sosiologi III*, 2014.

keagamaan harus diperlakukan, khususnya Al-Quran. Mengaitkan teks-teks suci dengan nama-nama tokoh politik, menurut pandangan mereka, melanggar batas rasa hormat dan integritas. Penilaian berbasis nilai ini merupakan faktor internal yang mendorong respons negatif mereka.

b) Faktor Eksternal:

- 1) Konteks dan Pesan Politik: Komentar tersebut ditujukan pada upaya tokoh politik atau kampanye mereka untuk menghubungkan nama mereka dengan ayat-ayat Al-Quran, kemungkinan sebagai strategi pencitraan atau pemasaran. Situasi eksternal ini menunjukkan adanya perpaduan unsur agama dan politik yang menurut komentator meresahkan. Penggunaan referensi agama untuk mendukung tokoh politik dapat dilihat sebagai upaya untuk membangkitkan kepercayaan atau otoritas, tetapi dalam konteks ini, hal itu dianggap tidak pantas.
- 2) Implikasi bagi Integritas Agama: Hubungan antara tokoh politik dan teks-teks suci dapat menimbulkan kekhawatiran tentang penyalahgunaan agama untuk keuntungan politik. Faktor eksternal di sini adalah potensi simbolisme agama untuk dimanipulasi, sehingga membahayakan kesucian Al-Quran yang dirasakan. Komentator bereaksi terhadap skenario eksternal ini, yang menyiratkan bahwa penggunaan teks-teks agama dalam konteks politik merupakan distorsi atau eksploitasi terhadap tujuan sebenarnya.

Komentar tersebut mengungkapkan ketidaknyamanan serta

ketidaksetujuan atas pengaitan ayat-ayat Al-Quran dengan nama-nama tokoh politik, yang mencerminkan faktor-faktor internal seperti ketidaksetujuan pribadi dan penilaian berbasis nilai. Frasa "*Ah, menakutkan*" menyampaikan reaksi berupa kecemasan atau kegelisahan, yang menunjukkan bahwa komentator merasa kaitan ini tidak pantas dan bahkan berpotensi mengkhawatirkan. Sentimen ini menyoroti keyakinan pribadi bahwa teks-teks keagamaan seperti Al-Qur'an memiliki makna sakral yang tidak boleh dikaitkan begitu saja dengan nama-nama politik. Penilaian berbasis nilai ini menunjukkan bahwa komentator memiliki batasan yang jelas mengenai bagaimana teks-teks suci harus diperlakukan, dengan meyakini bahwa penggunaan bahasa keagamaan dengan cara ini merusak rasa hormat dan kesucian yang dikaitkan dengan Al-Qur'an¹¹³. Menurut teori persepsi Heider, faktor-faktor internal ini mengungkapkan pengaruh nilai-nilai pribadi yang dianut secara mendalam terhadap respons negatif komentator terhadap strategi kampanye.

Secara eksternal, komentar tersebut membahas dinamika politik dan agama yang lebih luas, khususnya strategi menghubungkan tokoh-tokoh politik dengan teks-teks keagamaan sebagai pendekatan pemasaran. Upaya untuk mengaitkan nama "Anies" dan "Imin" dengan ayat-ayat Al-Qur'an menunjukkan adanya perpaduan pesan keagamaan dan politik, yang menurut komentator meresahkan. Penggabungan ini dipandang sebagai strategi untuk meningkatkan kepercayaan atau legitimasi dengan

¹¹³ Hasanah et al., "Teori Tentang Persepsi Dan Teori Atribusi Kelley." *CiDEA Journal* 03 (2024): 44–55,

mengaitkan tokoh politik dengan konsep-konsep sakral, namun berisiko mengorbankan integritas agama. Kekhawatiran eksternal di sini adalah bahwa penggunaan referensi Al-Qur'an untuk tujuan politik dapat mendistorsi atau mengeksploitasi makna yang dimaksudkan, karena asosiasi tersebut menyiratkan manipulasi simbol-simbol agama untuk keuntungan elektoral. Reaksi ini menunjukkan ketakutan bahwa penyalahgunaan teks-teks agama yang dirasakan tidak hanya tidak menghormati kesucian Al-Qur'an tetapi juga berpotensi untuk mengurangi kepercayaan publik terhadap keaslian nilai-nilai agama ketika digunakan untuk mendukung agenda politik¹¹⁴. Sentimen ini mencerminkan kekhawatiran masyarakat yang lebih luas tentang menjaga integritas agama dalam lanskap politik yang semakin mengaburkan batas antara penghormatan agama dan strategi kampanye.

6. *"Buset gue orang berdosa karena gak pilih AMIN hueeeekkk politik agama."*

Dari komentar tersebut dapat dianalisis sebagai berikut:

a) Faktor Internal:

- 1) Sikap Pribadi dan Penghinaan: Dalam komentar tersebut mengungkapkan reaksi negatif yang kuat terhadap hubungan antara pemungutan suara untuk "AMIN" (yang mungkin merujuk pada slogan atau koalisi politik) dan moralitas agama. Penggunaan bahasa informal dan meremehkan, seperti "Buset" (ungkapan slang untuk menunjukkan

¹¹⁴ Gina Apriliana Mujahida and Neni Yulianita, "Strategi Kampanye Anti Hoax," *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 2018.

keterkejutan atau ketidakpercayaan) dan "hueeeekkk" (ungkapan jijik), mengungkapkan perasaan hina dan sarkasme secara internal. Hal ini menunjukkan bahwa pemberi komentar menolak gagasan bahwa prinsip-prinsip agama harus mendikte atau memengaruhi pilihan politik mereka.

2) Penolakan Taktik Manipulatif: Komentar tersebut menyiratkan skeptisisme terhadap penggunaan agama dalam kampanye politik. Dengan menyatakan "gue orang berdosa karena gak pilih AMIN", komentator tersebut mengejek narasi bahwa tidak mendukung entitas politik tertentu sama dengan melakukan dosa. Hal ini menunjukkan adanya penolakan internal terhadap apa yang mereka anggap sebagai pesan manipulatif yang menggunakan rasa bersalah agama untuk memengaruhi perilaku.

b) Faktor Eksternal:

1) Konteks Politik dan Agama: Komentar tersebut menanggapi situasi politik di mana agama digunakan sebagai bagian dari strategi kampanye. Komentator menganggap hal ini sebagai upaya untuk mencampurkan politik dengan agama, yang menurut mereka bermasalah. Frasa "politik agama" menunjukkan bahwa faktor eksternal yang memengaruhi reaksi komentator adalah pencampuran sentimen agama dengan kampanye politik, yang mengarah pada penolakan terhadap pendekatan ini.

2) Tekanan yang Dirasakan untuk Menyesuaikan Diri: Gagasan bahwa

tidak memilih "AMIN" sama dengan berdosa menunjukkan adanya persepsi bahwa ada tekanan dari eksternal untuk menyelaraskan pilihan politik dengan persetujuan agama. Pemberi komentar menanggapi tekanan ini dengan mengejeknya, yang menunjukkan bahwa mereka menganggap jenis narasi ini bersifat memaksa atau manipulatif. Lingkungan eksternal ini, tempat pesan-pesan keagamaan digunakan untuk memengaruhi hasil politik, mendorong reaksi menghina pemberi komentar.

Komentar ini mengungkap reaksi internal yang kuat terhadap penggunaan agama dalam pesan politik, yang menekankan perasaan penolakan dan sarkasme. Penggunaan ekspresi seperti "Buset" (seruan ketidakpercayaan) dan "hueeeekkk" (ekspresi jijik) menandakan penghinaan terhadap gagasan bahwa tidak mendukung tokoh politik atau koalisi yang terkait dengan "AMIN" dapat dianggap sebagai kegagalan agama. Dengan menyatakan "gue orang dosa karena tak pilih AMIN" (yang menyiratkan "Saya berdosa karena tidak memilih AMIN"), komentator tersebut mengejek anggapan bahwa moralitas agama harus memengaruhi pilihan politik¹¹⁵. Sikap pribadi ini mencerminkan penolakan internal yang kuat terhadap apa yang dilihat sebagai upaya untuk memaksakan nilai-nilai agama pada keputusan politik, yang mengungkap keyakinan pribadi bahwa pilihan politik harus tetap independen dari kewajiban agama.

¹¹⁵ Sonjaya and Rahayu Diningrat, "Relasi Agama Dan Politik Di Indonesia." JCIC : *Jurnal CIC Lembaga Riset Dan Konsultan Sosial*, 2023.

Secara eksternal, komentar tersebut juga membahas konteks politik dan agama yang lebih luas di mana strategi kampanye memadukan sentimen agama dengan tujuan politik, sebuah pendekatan yang menurut komentator meresahkan. Frasa “*politik agama*” menunjukkan ketidaknyamanan dengan taktik membingkai preferensi politik sebagai keharusan moral, yang menyoroti pengaruh eksternal dari strategi kampanye yang tampaknya memaksakan harapan agama pada keputusan politik. Selain itu, pernyataan tersebut mencerminkan persepsi tekanan eksternal untuk menyesuaikan diri, karena gagasan bahwa tidak memilih “AMIN” bisa menjadi dosa menunjukkan adanya pengaruh yang memaksa pada pemilih¹¹⁶. Reaksi ini menandakan penolakan terhadap apa yang dianggap komentator sebagai upaya manipulatif untuk menyelaraskan dukungan politik dengan nilai-nilai agama, yang mencerminkan kekhawatiran masyarakat yang lebih luas bahwa penggunaan pesan agama dalam kampanye politik dapat mengikis agensi pribadi dalam pemungutan suara, yang berpotensi merusak integritas agama dan kebebasan demokratis.

7. “*Masih dipakai aja politik identitas yang kayak begini*”

Komentar ini dapat dianalisis dan disusun sebagai berikut:

a) Faktor Internal:

- 1) Ketidaksetujuan secara Pribadi: komentar tersebut menyatakan bahwa ketidaksetujuan yang jelas terhadap penggunaan politik identitas. Frasa

¹¹⁶ Shofan, “Politisasi Agama Di Ruang Publik: Ideologis Atau Politis ?” *MAARIF*, 2018. <https://doi.org/10.47651/mrf.v13i2.17>.

"Masih dipakai aja" menunjukkan rasa frustrasi dan kekecewaan, yang menyiratkan bahwa pemberi komentar menganggap pendekatan ini sudah ketinggalan zaman, manipulatif, atau tidak tepat. Hal ini mencerminkan keyakinan internal bahwa strategi politik berbasis identitas bermasalah dan tidak boleh diandalkan.

- 2) Keraguan terhadap Taktik Politik: Komentar tersebut menunjukkan nada akan keraguan dan mungkin sinisme, karena pemberi komentar menganggap penggunaan politik identitas yang berkelanjutan sebagai tanda oportunistik politik. Respons internal ini mengungkapkan keyakinan bahwa taktik tersebut digunakan untuk memecah belah atau memanipulasi pemilih daripada mengatasi masalah substantif.

b) Faktor Eksternal:

- 1) *Strategi dan Pesan Politik*: Komentar tersebut bereaksi terhadap situasi eksternal di mana politik identitas digunakan, kemungkinan merujuk pada penekanan pada identitas etnis, agama, atau budaya sebagai cara untuk mendapatkan dukungan politik. Pemberi komentar melihat ini sebagai strategi yang disengaja untuk menarik kelompok tertentu berdasarkan identitas mereka, yang mereka yakini sebagai pendekatan politik yang tidak konstruktif atau memecah belah. Faktor eksternal di sini adalah penggunaan narasi yang berfokus pada identitas secara terus-menerus dalam kampanye politik.
- 2) Manipulasi Sentimen Publik yang Dirasakan: Ungkapan "*yang kayak begini*" bisa bermakna "seperti ini" menunjukkan bahwa pemberi

komentar memandang politik identitas sebagai taktik yang mengandalkan eksploitasi rasa memiliki orang terhadap kelompok tertentu. Mereka mungkin khawatir bahwa pendekatan ini memanipulasi sentimen publik dengan berfokus pada penanda identitas daripada kebijakan atau tata kelola, yang mengarah ke lingkungan politik yang kurang terinformasi atau lebih didorong oleh emosi.

Komentar tersebut menyoroti respons internal yang kuat terhadap ketergantungan pada politik identitas dalam kampanye politik, yang menunjukkan rasa frustrasi dan ketidaksetujuan. Frasa "*Masih menggunakannya*" menyiratkan bahwa komentator melihat pendekatan ini sebagai sesuatu yang ketinggalan zaman atau manipulatif, yang mengekspresikan kekecewaan atas penggunaan yang terus-menerus. Bahasa ini mencerminkan keyakinan internal bahwa strategi berbasis identitas bermasalah, kemungkinan karena komentator menganggapnya sebagai pengalih perhatian dari diskusi politik substantif atau solusi kebijakan yang sesungguhnya. Selain itu, nadanya menunjukkan tingkat sinisme terhadap taktik ini, karena komentator kemungkinan melihat politik identitas sebagai bentuk oportunisme politik yang mengeksploitasi identitas kelompok untuk mendapatkan dukungan daripada mengatasi masalah yang berarti¹¹⁷. Menurut teori persepsi Heider, respons ini didorong oleh sikap pribadi yang menghargai keterlibatan politik langsung berbasis isu daripada seruan terhadap identitas

¹¹⁷ Harahap, "Politik Berbasis Agama." *Proceeding Konferensi Nasional Sosiologi III*, 2014.

Secara eksternal, komentar tersebut mengkritik strategi politik yang lebih luas dalam menggunakan politik identitas, yang mencerminkan kekhawatiran tentang bagaimana kampanye dapat dengan sengaja menekankan identitas etnis, agama, atau budaya untuk menarik pemilih. Dengan merujuk pada "*mereka yang seperti ini*", komentator menyarankan bahwa pendekatan ini dilihat sebagai strategi yang tidak konstruktif yang dapat memanipulasi sentimen publik dengan menarik rasa memiliki pemilih daripada penilaian politik mereka yang terinformasi. Reaksi eksternal ini menyiratkan bahwa taktik semacam itu dipandang memecah belah, menciptakan lingkungan politik di mana narasi yang didorong oleh emosi atau identitas membayangi diskusi tentang kebijakan dan pemerintahan. Dalam konteks studi tentang penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam kampanye, temuan ini menunjukkan bahwa identitas agama dapat dilihat sebagai salah satu penanda identitas yang dimanipulasi ini, yang dianggap publik berpotensi mengarah pada lanskap politik yang kurang rasional dan lebih terpolarisasi¹¹⁸. Tanggapan komentator melihat adanya potensi risiko politik identitas, mengisyaratkan keinginan publik untuk wacana politik yang lebih nyata dan kurang berfokus pada identitas.

8. "*Sedekah Suara untuk AMIN, insyaa Allah jadi ladang amal, amal jariyah dan investasi pahala Presiden-Wakil Presiden RI ID pilih AMIN, Nomornya pilih Nomor Satu, Calegnya pilih partai dari Nasdem, PKB, PKS, UMMAT, AMIN adil, cerdas, maju, berkah*"

¹¹⁸ Aldho Faruqi Tutukansa, "MARAKNYA PENGARUH KOMPLEKS POLITIK IDENTITAS DI INDONESIA," *Khazanah: Jurnal Mahasiswa*, 2022, <https://doi.org/10.20885/khazanah.vol14.iss1.art3>.

Berdasarkan teori persepsi Heider, komentar ini dapat dianalisis sebagai berikut:

a) Faktor Internal:

- 1) Keyakinan dan Dukungan Pribadi: Pemberi komentar tampaknya merupakan pendukung kuat koalisi politik yang diwakili oleh "AMIN." Frasa "Sedekah Suara untuk AMIN" menyiratkan keyakinan bahwa memberikan suara untuk koalisi ini bukan sekadar tindakan politik, tetapi bentuk amal atau perbuatan baik. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi internal pemberi komentar berakar pada nilai-nilai pribadi dan dukungannya terhadap kelompok politik ini.
- 2) Keyakinan Agama: Penggunaan frasa seperti "*insyaa Allah*," "*ladang amal*," dan "*investasi pahala*" menunjukkan bahwa pemberi komentar memandang pemberian suara untuk koalisi ini sebagai tindakan yang sejalan dengan keyakinan agamanya. Mereka memandang pilihan politik ini sebagai cara untuk mendapatkan pahala keagamaan, yang menunjukkan hubungan internal yang mendalam antara keyakinan dan tindakan politik mereka.
- 3) Optimisme dan Persepsi Positif: Menggambarkan koalisi sebagai "*adil, cerdas, maju, berkah*" (adil, cerdas, progresif, diberkati) mencerminkan persepsi optimis dan positif terhadap para kandidat. Pemberi komentar melihat karakteristik ini sebagai kualitas yang diinginkan yang membenarkan dukungan mereka, yang menunjukkan bahwa pandangan internal mereka terhadap atribut kandidat

mendorong dukungan mereka.

b) Faktor Eksternal:

- 1) *Kampanye dan Pesan Politik*: Komentar tersebut mencerminkan pesan politik umum yang menghubungkan pemungutan suara dengan tugas moral atau agama. Faktor eksternal di sini adalah strategi kampanye yang membingkai pemungutan suara sebagai tindakan amal atau keagamaan, yang mendorong para pendukung untuk melihat pilihan politik mereka sebagai perpanjangan dari keyakinan mereka. Strategi ini tampaknya telah beresonansi dengan pemberi komentar, yang mendorong mereka untuk mengadvokasi narasi ini.
- 2) *Konteks Agama dan Budaya*: Integrasi bahasa agama ("*insyaa Allah*," "*amal jariyah*") ke dalam komentar mencerminkan konteks eksternal di mana agama memainkan peran penting dalam membentuk opini publik dan perilaku politik. Dengan membingkai pemungutan suara sebagai bentuk "sedekah" (amal) dan "amal jariyah" (amal berkelanjutan), komentator terlibat dengan norma-norma budaya dan agama yang menghargai tindakan memberi dan dukungan masyarakat. Konteks eksternal ini membantu menjelaskan mengapa mereka menganggap pemungutan suara sebagai tindakan yang bermakna secara agama.
- 3) *Afiliasi dan Dukungan Politik*: Penyebutan partai politik tertentu (Nasdem, PKB, PKS, UMMAT) menunjukkan bahwa faktor eksternal

afiliasi partai merupakan aspek utama dari pesan komentator. Mereka mendorong para pemilih untuk menyelaraskan diri dengan partai-partai ini, sebagai bagian dari koalisi yang lebih luas yang mereka yakini mewakili nilai-nilai dan aspirasi mereka untuk negara ini.

Komentar ini menunjukkan keselarasan internal yang kuat antara keyakinan agama komentator dan dukungan politik mereka terhadap koalisi yang diwakili oleh "AMIN." Frasa "*Suara Sedekah untuk AMIN*" menyiratkan bahwa pemungutan suara dipandang sebagai tindakan amal, yang mencerminkan keyakinan pribadi bahwa pilihan politik dapat berfungsi sebagai bentuk amal atau sumbangan keagamaan yang berkelanjutan. Hubungan ini menunjukkan bahwa dukungan komentator berasal dari nilai-nilai yang dianut secara mendalam yang mengaitkan agama dengan aktivitas politik, memandang suara mereka sebagai investasi dalam pahala agama. Lebih jauh, dengan menggunakan frasa seperti "*Insyallah*," "*ladang amal*," dan "*investasi pahala*," komentator mengungkapkan keyakinan bahwa pemungutan suara untuk koalisi ini bukan sekadar partisipasi sipil tetapi bentuk ibadah atau praktik spiritual¹¹⁹. Motivasi internal ini diperkuat oleh pandangan positif mereka terhadap koalisi, yang mereka gambarkan dengan kualitas seperti "adil, cerdas, progresif, diberkati," yang menekankan bahwa atribut-atribut ini selaras dengan nilai-nilai pribadi mereka dan membenarkan dukungan mereka.

¹¹⁹ I Putu Sastra Wingarta et al., "Pengaruh Politik Identitas Terhadap Demokrasi Di Indonesia," *Jurnal Lemhannas RI*, 2021, <https://doi.org/10.55960/jlri.v9i4.419>.

Secara eksternal, komentar tersebut mencerminkan bagaimana kampanye tersebut telah membingkai pemungutan suara sebagai tindakan yang signifikan secara agama, dengan menggunakan istilah-istilah keagamaan yang umum untuk mendorong para pendukung agar menyelaraskan keyakinan mereka dengan keputusan politik mereka. Dengan menghadirkan pemungutan suara sebagai bentuk “*sedekah*” (amal) dan “*amal jariyah*” (amal berkelanjutan), kampanye tersebut memanfaatkan norma-norma budaya yang menghargai tindakan memberi dan beramal, sehingga partisipasi politik tampak seperti kewajiban agama. Konteks agama dan budaya ini telah membentuk tanggapan komentator, yang mendorong mereka untuk mengadvokasi koalisi sebagai pemenuhan kewajiban agama mereka. Selain itu, rujukan kepada partai-partai tertentu (Nasdem, PKB, PKS, UMMAT) menggarisbawahi peran afiliasi politik, karena komentator mendorong orang lain untuk melihat dukungan mereka terhadap koalisi ini sebagai bagian dari aliansi yang lebih luas dari nilai-nilai agama dan politik bersama¹²⁰. Komentar ini mengungkapkan bagaimana konteks eksternal narasi agama berbasis partai dalam kampanye memengaruhi persepsi individu, yang mendorong para pemilih untuk menafsirkan pilihan politik sebagai tindakan yang bermakna secara spiritual.

9. “*mempolitisir ayat Al-Qur'an..... لا حول ولا قوة الا بالله*”

Berdasarkan komentar tersebut dapat dianalisis sebagai berikut:

¹²⁰ Harahap, “Politik Berbasis Agama.” *Proceeding Konferensi Nasional Sosiologi III*, 2014.

a) Faktor Internal:

- 1) Ketidaksetujuan dan kekhawatiran: Pemberi komentar mengungkapkan rasa ketidaksetujuan yang kuat terhadap tindakan yang dianggap mempolitisasi ayat-ayat Al-Qur'an. Frasa "mempolitisir ayat Al-Qur'an" menunjukkan sikap kritis, yang menunjukkan bahwa pemberi komentar melihat penggunaan teks-teks keagamaan dalam konteks politik sebagai sesuatu yang tidak pantas atau tidak etis. Reaksi internal ini didorong oleh keyakinan bahwa Al-Qur'an harus diperlakukan dengan hormat dan tidak digunakan untuk tujuan politik.
- 2) Sentimen Keagamaan: Penambahan frasa bahasa Arab " لا حول ولا قوة الا بالله " (*Tidak ada daya dan kekuatan kecuali dengan Allah*) mencerminkan rasa sedih, kecewa, atau tidak berdaya. Ini sering digunakan untuk mengungkapkan kesedihan atau ketidaksetujuan saat menyaksikan sesuatu yang meresahkan. Penggunaan frasa ini menunjukkan bahwa komentator sangat terpengaruh oleh apa yang mereka anggap sebagai penyalahgunaan teks-teks agama, yang menunjukkan keselarasan internal dengan nilai-nilai agama yang kuat.

b) Faktor Eksternal:

- 1) Konteks Politik dan Strategi Kampanye: Komentar tersebut menanggapi situasi eksternal di mana ayat-ayat Al-Qur'an digunakan dalam konteks politik, kemungkinan sebagai bagian dari kampanye atau pesan politik. Penggunaan istilah "mempolitisir" menunjukkan bahwa komentator melihat ini sebagai strategi yang disengaja untuk

memanfaatkan sentimen agama demi keuntungan politik. Faktor eksternal di sini adalah persepsi manipulasi teks-teks suci untuk mencapai tujuan politik, yang menurut komentator tidak pantas.

- 2) Persepsi Manipulasi Agama: Tindakan mempolitisasi teks-teks agama dapat dilihat sebagai upaya untuk mempengaruhi atau memengaruhi opini publik dengan menggunakan otoritas spiritual. Komentar tersebut mencerminkan kekhawatiran bahwa praktik-praktik tersebut dapat menyesatkan atau memanipulasi publik dengan mengaburkan batasan antara ajaran agama dan agenda politik. Faktor eksternal ini mendorong respons negatif komentator, karena mereka percaya bahwa tindakan tersebut membahayakan integritas teks-teks agama.

Komentar tersebut mencerminkan ketidaksetujuan dan kekhawatiran internal yang kuat atas penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam konteks politik, yang menyoroti sikap kritis terhadap apa yang dianggap komentator sebagai penyalahgunaan teks-teks agama. Frasa "*mempolitisasi ayat-ayat Al-Qur'an*" mengungkapkan keyakinan komentator bahwa tindakan tersebut melanggar kesucian dan tujuan Al-Qur'an, yang menurut mereka harus tetap berada di atas pengaruh politik. Rasa ketidaksetujuan ini semakin diperkuat dengan penggunaan frasa " لا حول ولا قوة الا بالله " (*Tidak ada daya dan kekuatan kecuali dengan Allah*), sebuah ekspresi umum dari kesedihan atau ketidakberdayaan¹²¹. Dengan menggunakan frasa ini, komentator menunjukkan bahwa mereka sangat

¹²¹ Syaifullah Syaifullah, Romlah Widayati, and Ade Naelul Huda, "FENOMENA AYATISASI DI INDONESIA (STUDI ANALISIS AYAT-AYAT POLITIK)," *Hikami : Jurnal Ilmu Alquran Dan Tafsir*, 2023, <https://doi.org/10.59622/jiat.v3i2.68>.

terganggu oleh apa yang mereka lihat sebagai tindakan yang meresahkan secara moral dan agama, yang menunjukkan keselarasan internal dengan nilai-nilai yang mengutamakan penghormatan terhadap teks-teks agama.

Secara eksternal, komentar tersebut menyoroti rasa frustrasi dengan lingkungan politik yang lebih luas di mana teks-teks keagamaan diadopsi sebagai bagian dari strategi kampanye. Kata "*mempolitisasi*" menunjukkan bahwa komentator menganggap pesan politik tersebut secara sengaja mengeksploitasi sentimen keagamaan untuk memengaruhi opini publik, yang menurut mereka dipertanyakan secara etis. Faktor eksternal ini, yang melibatkan manipulasi teks-teks keagamaan, mendorong ketidaksetujuan komentator karena mereka memandang taktik tersebut sebagai sarana untuk memengaruhi atau mempengaruhi publik dengan mencampuradukkan agenda politik dengan otoritas spiritual¹²². Komentator khawatir pendekatan ini dapat mengaburkan batasan antara agama dan politik, yang dapat membahayakan integritas ajaran agama dan menyesatkan orang percaya yang mungkin memandang pesan-pesan politik ini sebagai sesuatu yang disetujui secara spiritual.

10. "*Bahaya nih kalo amin kalah bisa dosa dong seluruh Indonesia*"

Berdasarkan teori persepsi Heider komentar ini dapat dianalisis sebagai berikut:

¹²² Syaifullah, Widayati, And Huda. "Fenomena Ayatisasi Di Indonesia (Studi Analisis Ayat-Ayat Politik)." Hikami : *Jurnal Ilmu Alquran Dan Tafsir*, 2023.

a) Faktor Internal:

- 1) Sarkasme dan Kritik: Komentar tersebut tampaknya menggunakan sarkasme untuk mengkritik narasi bahwa tidak mendukung "AMIN" (yang merujuk pada kandidat atau koalisi politik) dapat mengakibatkan dosa. Dengan mengatakan, "Bahaya nih kalo amin kalah bisa dosa dong seluruh Indonesia" (*Bahaya kalau AMIN kalah, berarti seluruh Indonesia bisa berdosa*), komentator tersebut menyoroti keabsurdan dalam membingkai hasil politik dalam istilah agama. Reaksi internal ini menunjukkan rasa tidak setuju dan skeptis terhadap apa yang mereka anggap sebagai retorika manipulatif.
- 2) Penolakan Manipulasi Agama: Nada sarkastik menunjukkan sikap internal terhadap gagasan menggunakan rasa bersalah atau ketakutan agama sebagai sarana untuk memengaruhi perilaku politik. Pemberi komentar tampaknya menolak gagasan bahwa dukungan politik harus dikaitkan dengan konsekuensi spiritual atau moral, yang menunjukkan bahwa mereka memandang pendekatan ini sebagai cara yang tidak tepat untuk mengumpulkan suara.

b) Faktor Eksternal:

- 1) Pesan Kampanye Politik: Komentar tersebut menanggapi situasi eksternal di mana kampanye politik mungkin menggunakan tema keagamaan untuk mendorong orang memilih "AMIN." Implikasinya adalah bahwa ada narasi yang menunjukkan bahwa memilih kandidat atau koalisi ini adalah kewajiban agama, dan tidak melakukannya

dapat dianggap sebagai tindakan berdosa. Strategi pesan eksternal ini berupaya menghubungkan pilihan politik dengan kewajiban moral atau agama, dan pemberi komentar bereaksi terhadap hal ini dengan menunjukkan potensi bahayanya.

- 2) Persepsi Penggunaan Taktik Ketakutan: Komentar tersebut mencerminkan persepsi bahwa ketakutan khususnya, ketakutan akan dosa atau ketidaksetujuan Tuhan digunakan sebagai taktik untuk memengaruhi pemilih. Faktor eksternal di sini adalah manipulasi keyakinan agama untuk menciptakan rasa kewajiban atau tekanan, yang menurut pemberi komentar bermasalah. Dengan mengemukakan gagasan bahwa kalah dalam pemilihan umum dapat mengakibatkan dosa kolektif, komentator mengkritik lingkungan eksternal yang mendorong narasi semacam itu, yang menunjukkan bahwa hal itu dapat mengarah pada perilaku pemilih yang tidak rasional atau didorong oleh rasa takut.

Komentar tersebut mencerminkan kritik internal dan skeptisisme yang kuat mengenai penggunaan retorika agama dalam kampanye politik. Frasa "*Bahaya kalau AMIN kalah, bisa berarti seluruh Indonesia bisa berdosa*" disampaikan dengan nada sarkasme, yang menunjukkan penolakan komentator terhadap gagasan bahwa hasil politik bisa dibingkai dalam istilah agama. Nada sarkastik ini menyoroti kemustahilan dalam menghubungkan pilihan politik dengan konsekuensi spiritual, yang menunjukkan bahwa komentator menganggap narasi tersebut manipulatif

dan tidak jujur. Dengan secara sarkastis menunjukkan potensi dosa kolektif, komentator menyatakan ketidaksetujuan terhadap apa yang mereka lihat sebagai taktik yang tidak pantas yang menggunakan rasa takut dan bersalah untuk mempengaruhi keputusan politik pemilih¹²³. Reaksi internal ini mencerminkan penilaian berbasis nilai terhadap manipulasi konsep agama untuk keuntungan politik.

Secara eksternal, komentar tersebut menanggapi konteks politik yang lebih luas di mana suatu kampanye mungkin mencoba memanfaatkan sentimen agama untuk mengamankan suara. Faktor eksternal yang berperan adalah penggunaan taktik menakut-nakuti, di mana kampanye menunjukkan bahwa tidak mendukung kandidat tertentu dapat mengakibatkan dosa, sehingga menciptakan rasa kewajiban agama untuk memilih dengan cara tertentu. Komentator menganggap ini sebagai pengaruh eksternal bermasalah yang memanipulasi keyakinan dan emosi agama pemilih, yang berpotensi menyebabkan mereka bertindak karena takut alih-alih penilaian yang masuk akal¹²⁴. Dengan mengkritik manipulasi eksternal ini, komentator menarik perhatian pada bahaya mengaitkan politik dengan rasa bersalah agama, yang menunjukkan bahwa hal itu dapat menyebabkan perilaku yang tidak rasional dan didorong oleh rasa takut serta merusak integritas wacana politik dan agama.

¹²³ Diinis Sipa, "Marketing Politik Kampanye Religius Pemilu Di Indonesia." *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, 2021.

¹²⁴ Abd Razzak, Ahmad, And Ab Rahim, "Penyalahgunaan Ayat Al-Quran Dan Penyelewengan Pusat Pengubatan Islam Di Malaysia."

11. *"uhh pemegang kunci surga apa gimana nih orang?"*

Berdasarkan komentar ini dapat disusun sebagai berikut:

a) Faktor Internal:

- 1) Skeptisisme dan Sarkasme: Frasa *"uhh pemegang kunci surga apa gimana nih orang?"* dapat juga diartikan "Siapakah orang ini, pemegang kunci surga?" Komentar ini kemungkinan besar mengungkapkan skeptisisme (meragukan atau mencurigai) tentang klaim seseorang atas otoritas atau pengetahuan, khususnya mengenai masalah spiritual. Nada sarkastik menunjukkan bahwa komentator meragukan keabsahan pernyataan atau peran orang tersebut dalam menentukan hasil spiritual, yang menunjukkan reaksi internal berupa ketidakpercayaan atau kritik.
- 2) Sinisme terhadap Otoritas: Komentar tersebut mencerminkan sikap sinisme internal yang lebih luas terhadap individu yang mengklaim otoritas agama atau spiritual. Dengan mempertanyakan apakah seseorang melihat diri mereka sebagai *"pemegang kunci surga,"* komentator mungkin mengkritik anggapan superioritas moral atau penggunaan narasi agama untuk mendapatkan pengaruh atau kendali atas orang lain.

b) Faktor Eksternal:

- 1) Konteks Wacana Keagamaan: Komentar tersebut kemungkinan menanggapi situasi eksternal saat seseorang membuat pernyataan atau mengambil tindakan yang melibatkan klaim atau interpretasi

keagamaan, mungkin dalam konteks politik atau sosial. Referensi tentang menjadi "pemegang kunci surga" menunjukkan bahwa komentator bereaksi terhadap cara tema keagamaan digunakan dalam wacana publik, khususnya saat klaim tersebut digunakan untuk memengaruhi opini atau mendapatkan dukungan.

- 2) Manipulasi Kepercayaan Keagamaan: Komentar tersebut menyiratkan kekhawatiran tentang manipulasi kepercayaan agama untuk keuntungan pribadi atau politik. Faktor eksternal di sini melibatkan potensi eksploitasi otoritas agama atau klaim spiritual untuk memengaruhi orang lain. Komentator mungkin menganggap bahwa individu yang dimaksud memanfaatkan otoritas agama yang seharusnya mereka miliki untuk memaksakan pandangan mereka kepada orang lain, yang menurut mereka bermasalah.

Komentar "*uhh siapakah pemegang kunci surga?*" mencerminkan skeptisisme yang mendalam terhadap individu yang mengklaim otoritas spiritual, khususnya dalam konteks wacana keagamaan atau politik. Nada sarkastik tersebut menunjukkan bahwa komentator mempertanyakan keabsahan klaim tersebut, menyiratkan ketidakpercayaan atau ketidaksetujuan terhadap orang yang membuat pernyataan tersebut. Respons internal ini didorong oleh persepsi komentator bahwa otoritas spiritual tidak boleh diklaim oleh individu mana pun untuk keuntungan pribadi atau politik, terutama jika klaim tersebut tampak dibesar-besarkan

atau tidak berdasar¹²⁵. Penggunaan frasa "*pemegang kunci surga*" semakin menekankan skeptisisme ini, karena mengejek gagasan tentang siapa pun yang memegang kendali eksklusif atas masalah spiritual, menyoroti sinisme komentator terhadap mereka yang menggunakan retorika agama untuk memanipulasi orang lain.

Secara eksternal, komentar tersebut kemungkinan bereaksi terhadap situasi di mana tema atau simbol keagamaan digunakan dalam konteks publik atau politik, di mana seseorang mungkin mengklaim superioritas spiritual atau moral. Referensi tentang menjadi "*pemegang kunci surga*" menunjukkan bahwa faktor eksternal melibatkan seseorang atau kelompok yang mencoba memengaruhi orang lain dengan menggunakan otoritas agama. Manipulasi keyakinan agama untuk keuntungan pribadi atau politik ini menimbulkan kekhawatiran tentang integritas agama dan politik¹²⁶. Komentator menganggap situasi eksternal ini bermasalah, karena menyiratkan eksploitasi narasi spiritual untuk mendapatkan pengaruh, yang berpotensi menyebabkan berkurangnya rasa terhadap nilai-nilai agama dan kepercayaan publik.

Penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam kampanye politik di Indonesia telah menimbulkan beragam reaksi di media sosial, yang dapat dipahami melalui teori persepsi Fritz Heider. Analisis menunjukkan bahwa faktor internal dan eksternal berperan penting dalam membentuk persepsi

¹²⁵ Sukron Romadhon and Try Subakti, "Toleransi Dan Politik Identitas: Studi Tentang Perilaku Politik Kebangsaan Di Indonesia," *As-Shahifah : Journal of Constitutional Law and Governance*, 2022, <https://doi.org/10.19105/asshahifah.v2i2.7475>.

¹²⁶ Romadhon and Try Subakti. "Toleransi Dan Politik Identitas: Studi Tentang Perilaku Politik Kebangsaan Di Indonesia."2022.

publik terhadap integrasi simbol-simbol keagamaan dalam konteks politik¹²⁷.

Secara faktor internal, Banyak komentar mencerminkan nilai-nilai pribadi dan keyakinan agama yang kuat. Individu merasa bahwa politisasi agama dapat merusak kesucian ajaran dan integritas moral. Reaksi emosional, seperti kekecewaan dan skeptisisme, menunjukkan penolakan terhadap eksploitasi agama untuk kepentingan politik.

Sedangkan secara faktor eksternal, lingkungan politik yang memanfaatkan simbolisme keagamaan sebagai alat untuk menarik pemilih dianggap manipulatif. Para komentator khawatir bahwa pendekatan ini dapat menciptakan kebingungan moral di masyarakat dan merusak demokrasi, serta mengikis kepercayaan terhadap otoritas agama. Banyak individu mengekspresikan keinginan untuk mengalihkan fokus dari politik identitas dan manipulasi simbol keagamaan menuju diskusi yang lebih substantif tentang kebijakan. Mereka menginginkan wacana yang lebih rasional dan kurang terpolarisasi.

Secara keseluruhan, analisis ini menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kesadaran kritis terhadap penggunaan agama dalam politik, serta harapan untuk menjaga integritas baik agama maupun demokrasi¹²⁸. Reaksi publik mencerminkan kekhawatiran tentang potensi penyalahgunaan nilai-nilai spiritual demi kepentingan politik, yang dapat menimbulkan dampak negatif bagi tatanan sosial dan keagamaan di

¹²⁷ Hasanah et al., "Teori Tentang Persepsi Dan Teori Atribusi Kelley."

¹²⁸ Sonjaya and Rahayu Diningrat, "Relasi Agama Dan Politik Di Indonesia." *JCIC : Jurnal CIC Lembaga Riset Dan Konsultan Sosial*, 2023.

Indonesia.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Mengambil kesimpulan dari penelitian ini tentang Penggunaan Ayat-Ayat Al-Qur'an Dalam Kampanye Politik Wakil Ketua Pwnu Jawa Barat Di Media Sosial Dan Dampaknya Terhadap Persepsi Masyarakat, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kampanye politik yang dilakukan oleh Wakil Ketua PWNU Jawa Barat melalui media sosial terdiri dari tiga tahapan utama: pembuka, isi, dan penutup. Pada tahap pembuka, orasi dimulai dengan salam dan penghormatan kepada para tokoh, membangun suasana akrab dan religius. Tahap isi menjadi inti dari kampanye, di mana beliau menggunakan jargon dan ayat-ayat Al-Qur'an untuk memperkuat pesan politiknya, menciptakan keterhubungan emosional dengan audiens melalui simbolisme religius yang relevan. Akhirnya, pada tahap penutup, beliau mengajak audiens untuk berjuang bersama-sama, menekankan pentingnya memilih pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden yang diusung sebagai tindakan spiritual dan moral. Keseluruhan struktur orasi ini menunjukkan bagaimana pesan politik dapat disampaikan secara efektif dengan mengintegrasikan elemen-elemen agama, retorika, dan dinamika sosial yang ada.
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa reaksi masyarakat terhadap penggunaan ayat-ayat Al-Qur'an dalam kampanye politik dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal yang kompleks. Faktor internal,

seperti keyakinan pribadi, nilai-nilai agama, dan pengetahuan linguistik, menciptakan sikap kritis dan ketidaksetujuan terhadap politisasi agama, sementara faktor eksternal, seperti konteks politik dan strategi kampanye yang memanfaatkan simbol-simbol keagamaan, mengarahkan masyarakat untuk menilai manipulasi yang terjadi. Secara keseluruhan, interaksi antara keyakinan pribadi dan dinamika situasional ini lebih banyak membentuk persepsi negatif terhadap penggunaan agama dalam politik, sehingga mencerminkan kekhawatiran akan eksploitasi agama untuk kepentingan politis.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang Penggunaan Ayat-ayat Al-Qur'an dalam Kampanye Politik Wakil Ketua PWNU Jawa Barat di Media Sosial dan Dampaknya terhadap Persepsi Publik, beberapa rekomendasi dapat diajukan untuk mengatasi implikasi rujukan agama dalam pesan politik dan dampaknya terhadap persepsi publik:

1. Penelitian di masa mendatang dapat difokuskan pada berbagai wilayah dan demografi agama untuk membandingkan tanggapan publik, yang memperkaya pemahaman kita tentang bagaimana narasi keagamaan dalam politik membentuk perilaku pemilih dan kohesi sosial.
2. Penelitian interdisipliner yang menggabungkan psikologi, ilmu politik, dan studi agama dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif

tentang etika dan efektivitas pesan keagamaan dalam kampanye politik modern.

Dengan mempertimbangkan saran ini, diharapkan para pemangku kepentingan yang terlibat dalam kampanye politik dapat mendorong penggunaan konten keagamaan yang lebih etis dan terinformasi, meningkatkan kepercayaan publik, dan mendorong hubungan yang sehat dan penuh rasa hormat antara agama dan politik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Razzak, Monika @ Munirah, Khadher Ahmad, and Nik Mohd Zaim Ab Rahim. "PENYALAHGUNAAN AYAT AL-QURAN DAN PENYELEWENGAN PUSAT PENGUBATAN ISLAM DI MALAYSIA." *Journal of Nusantara Studies (JONUS)*, 2019.
<https://doi.org/10.24200/jonus.vol4iss2pp429-448>.
- Abdulkadir Nambo, and Mohamad Rusdiyanto Puluhuluwa. "Memahami Tentang Beberapa Konsep Politik." *MIMBAR : Jurnal Sosial Dan Pembangunan*, 2005.
- Adi Pradana, Mahatva Yoga, Marwa Parasmana, Hidayati Fajrin, and Muhammad Fiqri Fadilah. "Politisasi Agama Dalam Ranah Konflik Di Indonesia (Sebuah Tinjauan Kritis)." *SOSIORELIGIUS: JURNAL ILMIAH SOSIOLOGI AGAMA*, 2022. <https://doi.org/10.24252/sosioreligius.v7i1.30716>.
- Al-Qur'an, Lajnah Pentashihan Mushaf. *Al-Qur'an Dan Terjemah*. Surabaya: HALIM, 2013.
- Aryadillah, Aryadillah, and Fifit Fitriansyah. "Strategi Kampanye Politik Anies Baswedan Dalam Membangun Citra Politik Pada Pemilihan Presiden Tahun 2024." *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 2022.
<https://doi.org/10.31294/jpr.v3i1.1150>.
- As-suyuthi, Jalaluddin Al-Mahalli dan Jalaluddin. *Tafsir Jalalain Terjemah*. SINAK BARU ALGENSINDO, n.d.
- Aziz, Shaleh Bin Abdul. "Tafsir Al Muyassar," 586. Madinah Al-munawarah, 2012.
- Diinis Sipa, Amar Muhyi. "Marketing Politik Kampanye Religius Pemilu Di Indonesia." *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, 2021.
<https://doi.org/10.14421/jkii.v6i2.1196>.
- Dinar Astuti, Andi Agustang, and Idham Irwansyah Idrus. "Politik Identitas Dalam Kontroversi Isu Di Indonesia." *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan* 2, no. 6

- (2023): 1769–78. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i6.888>.
- Dinata, Ratu Ardita, and Lusi Andriyani. “STRATEGI KAMPANYE POLITIK PARTAI KEADILAN SEJAHTERA DALAM PEMILIHAN UMUM TAHUN 2019 DI KOTA DEPOK.” *INDEPENDEN: Jurnal Politik Indonesia Dan Global*, 2022. <https://doi.org/10.24853/independen.3.1.37-46>.
- Dwitama, Muhammad Irfan, Firza Alif Hakiki, Endang Sulastri, Usni Usni, and Djoni Gunanto. “MEDIA SOSIAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP PARTISIPASI POLITIK MASYARAKAT DI PILKADA 2020 TANGERANG SELATAN.” *INDEPENDEN: Jurnal Politik Indonesia Dan Global*, 2022. <https://doi.org/10.24853/independen.3.1.53-66>.
- Fadhli, Muhammad. “Analisis Fiqh Siyasah Terhadap Kampanye Pemilihan Umum Di Media Sosial Berdasarkan Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Kampanye Pemilihan Umum.” *Siyasah Wa Qanuniah*, 2023. <https://doi.org/10.61842/swq/v1i1.3>.
- Fatimah, Siti. “Kampanye Sebagai Komunikasi Politik: Esensi Dan Strategi Dalam Pemilu.” *Resolusi: Jurnal Sosial Politik*, 2018. <https://doi.org/10.32699/resolusi.v1i1.154>.
- Fauzanto, Adi. “Peran Muhammadiyah Dan Nahdlatul Ulama Dalam Problematika Kerusakan Lingkungan Hidup Di Indonesia.” *MOMENTUM : Jurnal Sosial Dan Keagamaan*, 2020. <https://doi.org/10.29062/mmt.v9i1.59>.
- Febri, Rehan, Suryanef Suryanef, Hasrul Hasrul, and Irwan Irwan. “Kampanye Politik Melalui Media Sosial Oleh Kandidat Calon Kepala Daerah Kabupaten Pesisir Selatan Pada Pilkada Tahun 2020.” *Journal of Civic Education*, 2022. <https://doi.org/10.24036/jce.v5i2.630>.
- Fitriani, Liza, Imam Aminudin, and Pareng Rengi. “PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP LITERASI POLITIK GENERASI MILENIAL.” *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2022. <https://doi.org/10.35760/mkm.2022.v6i1.6517>.
- Ghoffar.EM, M. Abdhul. “Tafsir Ibnu Katsir,” 2nd ed., 401. Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi’i, 203AD. <https://archive.org/details/tafsir-ibnu-katsir-terjemah->

bahasa-indonesia/tafsir-ibnu-katsir-bahasa-indonesia-jilid-3/page/n1/mode/2up?view=theater.

- Gunanto, Djoni, Lusi Andriyani, and Muhammad Sahrul. "STRATEGI KOMUNIKASI POLITIK CALON LEGISLATIF TERPILIH DPRD TANGERANG SELATAN DALAM PEMILU TAHUN 2019 (FRAKSI PARTAI SOLIDARITAS INDONESIA)." *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik Dan Komunikasi Bisnis*, 2020. <https://doi.org/10.24853/pk.4.2.131-136>.
- Gunawan. "Pengertian Data Primer Dan Data Sekunder." *Online*, ([Http://Www.kanalinfo. Web. Id/2016/10/Pengertian-Data-Primer-Dan-Data-Sekunder. Html](http://www.kanalinfo.web.id/2016/10/Pengertian-Data-Primer-Dan-Data-Sekunder.html), Diakses 6 Maret 2017, 2019.
- Hamidah, Hanun. "Analisa Aspek Politik, Ekonomi, Sosial, Dan Technology Dalam Evaluasi Strategi Menangani Kebocoran Data Perusahaan." *Jurnal Syntax Transformation*, 2021. <https://doi.org/10.46799/jst.v2i7.317>.
- Hannan, Abd -. "Agama, Kekerasan, Dan Kontestasi Politik Elektoral: Penggunaan Simbol Keagamaan Kiai Dan Kekuasaan Blater Dalam Pertarungan Politik Lokal Madura." *Jurnal Sosiologi Agama*, 2018. <https://doi.org/10.14421/jsa.2018.122-02>.
- Harahap, Fitri Ramdhani. "Politik Berbasis Agama." *Proceeding Konferensi Nasional Sosiologi III*, 2014.
- Hasanah, Siti Ariska Nur, Dwi Agustina, Oktavia Ningsih, and Intan Nopriyanti. "Teori Tentang Persepsi Dan Teori Atribusi Kelley." *CiDEA Journal* 03 (2024): 44–55. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v3i1.1810>.
- Hayyi, Abd. "Pengaruh Politik Organisasi Masyarakat Amphibi Dalam Memenangkan Pasangan Calon Ahyar-Mori Pada Pemilihan Kepala Daerah NTB 2018." *Repsitory Ummat*, 2019.
- HERAWANDIH, ENDIH. "Tafsir Ibnu Katsir Versi Lengkap." *blogger.com*, 2018. <https://belajartafsiralquran.blogspot.com/2018/03/27.html>.
- Herianto, Hubertus, and Robertus Wijanarko. "Populisme Berwajah Politik Identitas Keagamaan Di Indonesia." *Jurnal Filsafat Indonesia*, 2022.

<https://doi.org/10.23887/jfi.v5i1.39581>.

I Putu Sastra Wingarta, Berlian Helmy, Dwi Hartono, I Wayan Mertadana, and Reda Wicaksono. "Pengaruh Politik Identitas Terhadap Demokrasi Di Indonesia." *Jurnal Lemhannas RI*, 2021.

<https://doi.org/10.55960/jlri.v9i4.419>.

Jihad, Nur, Muhammad Saleh, and Usman Usman. "ANALISIS TINDAK TUTUR EKSPRESIF DALAM FITUR TRENDING TOPIK TWITTER." *Titik Dua: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 2023.

<https://doi.org/10.59562/titikdua.v2i2.24261>.

Jonandi Effendi, Juhnny Ibrahim. "Metode Penelitian Hukum: Normatif Dan Empiris." *Depok : Prenandamedia Goup*, 2018.

Justin, Muhammad Redintan, Rohiman Rohiman, Ade Moussadecq, Abdi Darmawande, and Alfajri Ahmad Ramadhan. "IKLAN LAYANAN MASYARAKAT SEBAGAI MEDIA KAMPANYE SOSIAL BAHAYA ADIKSI GAME ONLINE." *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 2023.

<https://doi.org/10.24114/gr.v12i1.42857>.

Kemas Yustri. *DR. Dadang Mulyawan Mewakili Abah AOS Pejuang Perubahan Untuk Indonesia Adil Dan Makmur. 14 Januari, 2024.*

<https://www.youtube.com/watch?v=5fuEa1SV6cw>.

Kumparan. "Pengertian Media Sosial, Ciri-Ciri, Dan Fungsinya." *Kumparan.Com*, 2023.

Maghfiroh, Firnanda Anggraeni, M. Mukhid Mashuri, and Wiwin Ainis Rohtih. "Politisasi Ayat-Ayat Al-Qur'an (Kajian Term Amin Dalam Al-Qur'an Dan Relevansinya Terhadap Konteks Pemilihan Presiden Dan Wakil Presiden 2024)." *Jurnal Semiotika-Q: Kajian Ilmu Al-Quran Dan Tafsir* 4, no. 1 (2024): 327–46. <https://doi.org/10.19109/jsq.v4i1.23699>.

Mujahida, Gina Apriliana, and Neni Yulianita. "Strategi Kampanye Anti Hoax." *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 2018.

Nu'man, Thobagus Moh, and Emi Zulaifah. "Peran Jenis Dan Partisipasi Politik." *Psikologika : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 2003.

<https://doi.org/10.20885/psikologika.vol8.iss16.art3>.

- Palupi, Galih Ayu, and Ririn Puspita Tutiasri. "Pemilih Pemula Dan Personal Branding Bakal Calon Presiden 2024 Di Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Ganjar Pranowo)." *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 2023. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i11.3181>.
- Prasojo, Prasojo. "Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Perubahan Budaya Politik." *Jurnal Kajian Ilmiah*, 2021. <https://doi.org/10.31599/jki.v21i2.590>.
- Purba, Jhon Leonardo Presley, and Priyantoro Widodo. "Kajian Etis Penggunaan Isu Agama Dalam Politik Polarisasi." *THRONOS: Jurnal Teologi Kristen*, 2021. <https://doi.org/10.55884/thron.v2i2.23>.
- Qomaruddin, Q. "Pengaruh Kegiatan Organisasi Nahdlotul Ulama Terhadap Penerapan Budaya Sekolah Di Sma Al Karimi Tebuwung Dukun Gresik." *Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 2020.
- Qona'ah, Indah. "Evaluasi Kebijakan Merdeka Belajar Pada Satuan Pendidikan Formal." *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 2023. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i3.1799>.
- Qurtuby, Sumanto Al. "Sejarah Politik Politisasi Agama Dan Dampaknya Di Indonesia." *MAARIF*, 2018.
- Riadi, Muchlisin. "Pemasaran Politik (Pengertian, Bauran Dan Strategi Kampanye)." *Kajian Pustaka*, 2020.
- Romadhon, Sukron, and Try Subakti. "Toleransi Dan Politik Identitas: Studi Tentang Perilaku Politik Kebangsaan Di Indonesia." *As-Shahifah : Journal of Constitutional Law and Governance*, 2022. <https://doi.org/10.19105/asshahifah.v2i2.7475>.
- Ronaldo, Riki, and Darmaiza Darmaiza. "Politisasi Agama Dan Politik Kebencian Pada Pemilu Presiden Indonesia 2019." *Indonesian Journal of Religion and Society*, 2021. <https://doi.org/10.36256/ijrs.v3i1.150>.
- Roudhotul, Alifia, Dwi Laili Kirana Putri, Ainun Nikmah, Lutfiah Lutfiah, and Ahmad Sudi Pratikno. "Peran Guru PKn Dalam Pembentukan Sikap Sopan

- Santun Siswa Kelas III SDN Banyuajuh 04 Bangkalan.” *Adi Widya: Jurnal Pendidikan Dasar*, 2023. <https://doi.org/10.25078/aw.v8i2.3019>.
- Rusandi, and Muhammad Rusli. “Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif Dan Studi Kasus.” *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2021. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>.
- Saputra, Nureza Ade, and Dewi Erowati. “Pengaruh Peran Kampanye Media Sosial Terhadap Perilaku Pemilih Muda Di Kota Semarang.” *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 2021. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i3.413>.
- Sartikasari, Sartikasari, Rudi Hardi, and Nursaleh Hartaman. “Efektivitas Kampanye Politik Di Media Sosial Pada Pemilihan Kepala Daerah Tahun 2018 Di Kecamatan Sajoanging Kabupaten Wajo.” *Kybernology : Journal of Government Studies*, 2021. <https://doi.org/10.26618/kjgs.v1i1.5003>.
- Shofan, Mohammad. “Politisasi Agama Di Ruang Publik: Ideologis Atau Politis ?” *MAARIF*, 2018. <https://doi.org/10.47651/mrf.v13i2.17>.
- Sonjaya, Adang, and Budi Rahayu Diningrat. “Relasi Agama Dan Politik Di Indonesia.” *JCIC : Jurnal CIC Lembaga Riset Dan Konsultan Sosial*, 2023. <https://doi.org/10.51486/jbo.v5i1.82>.
- Syaifullah, Syaifullah, Romlah Widayati, and Ade Naelul Huda. “FENOMENA AYATISASI DI INDONESIA (STUDI ANALISIS AYAT-AYAT POLITIK).” *Hikami : Jurnal Ilmu Alquran Dan Tafsir*, 2023. <https://doi.org/10.59622/jiat.v3i2.68>.
- Thalib, Mohamad Anwar. “PELATIHAN ANALISIS DATA MODEL MILES DAN HUBERMAN UNTUK RISET AKUNTANSI BUDAYA.” *Madani: Jurnal Pengabdian Ilmiah*, 2022. <https://doi.org/10.30603/md.v5i1.2581>.
- Tutukansa, Aldho Faruqi. “MARAKNYA PENGARUH KOMPLEKS POLITIK IDENTITAS DI INDONESIA.” *Khazanah: Jurnal Mahasiswa*, 2022. <https://doi.org/10.20885/khazanah.vol14.iss1.art3>.
- Usman, Mahmud Hamid. “Tafsir Al-Qurtubi Ke 9,” 480. Pustaka Azzam, n.d.
- Utami, Hesty Putri. “Dakwah Digital Nahdlatul Ulama Dalam Memahami Nilai-

Nilai Aswaja An-Nahdliyyah.” *MEDIAKITA*, 2021.

<https://doi.org/10.30762/mediakita.v4i2.2621>.

Zuhaili, wahbah az. “Tafsir Al-Munir.” edited by Gema Insani, 03 ed., 135–38.

Jakarta, 2016. [https://archive.org/details/tafsir-munir/Tafsir Munir 03/mode/2up?view=theater](https://archive.org/details/tafsir-munir/Tafsir%20Munir%2003/mode/2up?view=theater).

DAFTAR RIWAYAT



A. Identitas Diri

Nama : Risang Wiku Pawenang
Tempat / Tanggal Lahir : Kota Metro, 29 Maret 2001
No. Hp : 085764510918
Alamat : 26 a Rejomulyo, Kecamatan Metro
Selatan, Kota Metro, Lampung

Alamat Email : risankwiku@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal

2004 - 2007 : TK Aisyah Bustanul Athfal Bantul
2007 - 2013 : SDIT Al - Muhsin Metro
2013 - 2017 : SMP TMI Raudlatul Qur'an Metro
2017 -2019 : SMAS TMI Raudlatul Qur'an Metro

