

OTORITAS HIPERMEDIAL: NEGOSIASI KEASLIAN ISLAM DAN IMAJINER HORIZONTAL DALAM JARINGAN ALT-MUSLIM DAN KASUS INDONESIA

^{1*}Neneng Athiatul Faiziyah, ²Dody S. Truna, ³Ilim Abdul Halim

¹²³Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

*Corresponding author: nengathia@gmail.com

Abstract

Critiquing mainstream discourses that consistently frame Muslim religious practices as forms of anti-modern resistance, this study argues that platforms like Alt-Muslim instead represent a new form of cultural agency that actively negotiates the meaning of Islamic authenticity within secular modernity. Utilizing Nilüfer Göle's concept of the horizontal imaginary and Alain Touraine's theory of historicity, I identify the emergence of what I term hypermedial authority: a distributed, participatory form of symbolic power no longer dependent on traditional institutional hierarchies. Analysis of content from Alt-Muslim, Salatomatic, and the Halalfire Media network reveals that religious authenticity is no longer defined as blind adherence to textual doctrine but rather as an active investment of faith that transcends conventional sacred space boundaries. This study also explores the Indonesian case through platforms such as Islami.co, Ngaji.id, the Makna Islami podcast community, and the phenomenon of online reviews of mosques and Islamic boarding schools. Findings from Indonesia indicate that despite different historical and political contexts, the structural patterns of hypermedial authority negotiation are similar: digital spaces enable alternative voices to challenge the dominance of state orthodoxy and mainstream religious organizations. However, similar ironies also emerge: democratized access does not automatically eliminate representational biases and new forms of normalization. This study contributes to the sociology of religion, digital media studies, and transnational Islamic studies by offering a comparative perspective on how Muslims in different parts of the world use modern technologies to negotiate their place within the project of modernity.

Keywords: *Hypermedial Authority, Horizontal Imaginary, Alt-Muslim Indonesia, Islamic Authenticity, Digital Media.*

Abstrak

Berangkat dari kritik terhadap wacana arus utama yang selalu membingkai praktik keagamaan Muslim sebagai bentuk resistensi anti-modern, penelitian ini berargumen bahwa platform seperti Alt-Muslim justru merepresentasikan agensi budaya baru yang secara aktif merundingkan makna keaslian Islam di tengah modernitas sekuler. Dengan menggunakan kerangka imajiner horizontal dari Nilüfer Göle dan konsep historisitas dari Alain Touraine, saya mengidentifikasi munculnya apa yang saya sebut sebagai otoritas hipermedial: bentuk kekuasaan simbolik yang tersebar, partisipatif, dan tidak bergantung pada hierarki kelembagaan tradisional. Analisis terhadap konten Alt-Muslim, Salatomatic, dan situs-situs dalam jaringan Halalfire Media menunjukkan bahwa keaslian keagamaan tidak lagi didefinisikan sebagai kepatuhan buta terhadap doktrin tekstual, melainkan sebagai investasi aktif iman yang melampaui batas-batas ruang sakral konvensional. Studi ini juga mengeksplorasi kasus Indonesia melalui platform seperti Islami.co, Ngaji.id, dan komunitas podcast Makna Islami, serta fenomena ulasan daring terhadap masjid dan pesantren. Temuan dari Indonesia menunjukkan bahwa meskipun konteks historis dan politiknya berbeda, pola negosiasi otoritas hipermedial memiliki kemiripan struktural: ruang digital memungkinkan lahirnya suara-suara alternatif yang menantang dominasi ortodoksi negara dan ormas keagamaan mainstream. Namun, ironi serupa juga muncul: demokratisasi akses tidak serta-merta menghilangkan bias representasi dan normalisasi baru. Studi ini berkontribusi pada sosiologi agama, studi media digital, dan kajian Islam transnasional dengan menawarkan perspektif komparatif tentang bagaimana Muslim di berbagai belahan dunia menggunakan teknologi modern untuk merundingkan tempat mereka dalam proyek modernitas.

Kata Kunci: Otoritas Hipermedial, Imajiner Horizontal, Alt-Muslim Indonesia, Keaslian Islam, Media Digital.

A. PENDAHULUAN

Tidak banyak ironi dalam wacana publik tentang Islam dan modernitas yang lebih menyayat daripada fakta bahwa ketika Muslim semakin terlihat di ruang publik Barat melalui simbol-simbol keagamaan seperti jilbab, masjid, dan menara, mereka justru dituding sebagai ancaman bagi kohesi budaya sekuler. Poster kampanye pelarangan menara masjid di Swiss menggambarkan menara sebagai rudal yang menyerang bendera Swiss. Selebaran protes terhadap Ground Zero Mosque di New York mengulang klise seperti yang dapat dibaca dalam materi asli Nabil Echchaibi: semua yang perlu saya ketahui tentang Islam saya pelajari pada 9/11. Di Prancis, larangan hijab diubah menjadi ancaman terhadap identitas nasional dan kebebasan perempuan, meskipun hanya sedikit sekali perempuan Muslim yang mengenakan cadar penuh.

Namun di ruang digital yang sama terbukanya, generasi baru Muslim justru menggunakan teknologi media modern untuk tujuan yang sangat berbeda. Mereka tidak menarik diri dari modernitas, melainkan merundingkan syarat-syarat keikutsertaan mereka di dalamnya. Alt-Muslim.com, yang didirikan oleh Shahed Amanullah tak lama setelah serangan 11 September 2001, adalah salah satu titik paling terang untuk mengamati ironi ini. Amanullah, seorang jurnalis Muslim Amerika yang berbasis di Washington DC, percaya bahwa Muslim di Amerika pasca-9/11 tidak bisa bersikap antagonistik terhadap media arus utama di saat ke-Amerikaan mereka sedang dipertanyakan secara sengit. Maka ia meluncurkan situs blognya sebagai suara introspektif untuk membantu Muslim secara kritis membahas berbagai isu iman dan budaya, sekaligus sebagai jendela untuk memperkenalkan non-Muslim pada generasi baru komentator Muslim yang terlatih dan tidak takut atau membenci media.

Nabil Echchaibi, dalam bukunya yang berjudul *Alt-Muslim: Muslims and Modernity's Discontents*, mencatat bahwa tindakan Muslim sering dibingkai dalam wacana kultural dan politik yang menempatkan mereka sebagai subordinat: tradisional, introvert, dan fatalis. Namun ia segera menunjukkan bahwa pandangan simplistik ini membanalisis pemahaman kita tentang kompleksitas wacana dan praktik Muslim kontemporer. Sejumlah Muslim justru beralih ke televisi satelit dan internet untuk mencari cara orisinal menjadikan wacana religius lebih deliberatif dan secara dialektis terlibat dengan modernitas Barat yang ingin mereka rangkul sekaligus reformasi.

Sekarang, mari kita bawa pertanyaan ini ke Indonesia. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki dinamika tersendiri dalam negosiasi antara otoritas keagamaan tradisional dan media digital. Kita tidak memiliki persis padanan Alt-Muslim, tetapi ada sejumlah platform independen yang bergerak di ruang yang mirip: Islami.co, misalnya, yang didirikan oleh sekelompok anak muda Muslim terdidik yang ingin menyajikan Islam yang ramah, inklusif, dan kritis. Ada juga Ngaji.id yang menyediakan rekaman kajian dari berbagai ustaz dengan latar belakang berbeda, memungkinkan pengguna untuk memilih sendiri siapa yang mau diikuti tanpa perantara tunggal. Di ranah podcast, Makna Islami dan Logika Religi menampilkan diskusi-diskusi terbuka tentang isu-isu yang

sebelumnya tabu dibahas di ruang publik konvensional, seperti seksualitas, kekerasan atas nama agama, dan kritik terhadap otoritas ulama tertentu.

Yang menarik, fenomena serupa dengan *Salatomatic* juga mulai muncul di Indonesia secara sporadis. Meskipun belum ada platform terpusat untuk mengulas masjid, di media sosial seperti Twitter dan TikTok, warganet tidak ragu mengomentari kualitas khutbah Jumat, kebersihan tempat wudhu, atau sikap pengurus masjid terhadap jamaah perempuan. Beberapa akun anonim bahkan secara khusus mendokumentasikan pengalaman negatif mereka di masjid-masjid tertentu. Ini adalah bentuk awal dari apa yang dapat disebut sebagai otoritas hipermedial: kekuasaan simbolik yang tidak lagi bersumber dari sanad keilmuan atau legalitas negara, tetapi dari agregasi pengalaman individu yang dipublikasikan secara digital.

Penelitian ini ingin menjawab tiga pertanyaan besar. Pertama, bagaimana praktik diskursif dan performatif di Alt-Muslim membangun imajiner horizontal yang menantang hierarki otoritas keagamaan konvensional, dan apakah pola serupa dapat ditemukan di Indonesia? Kedua, dalam cara apa keaslian Islam dinegosiasikan ulang melalui mediasi teknologi digital, dan apakah negosiasi ini menghasilkan bentuk ortodoksi baru atau justru heterodoksi yang lebih radikal? Ketiga, bagaimana proyeksi perbedaan Islami di ruang digital ini menantang narasi hegemonik modernitas sekuler, baik di Barat maupun di negara berpenduduk Muslim mayoritas seperti Indonesia?

Kerangka Teoretis: Menuju Otoritas Hipermedial

Eickelman dan Anderson, dalam karya klasik mereka tentang media baru di dunia Muslim, memperkenalkan gagasan tentang ruang publik Muslim yang muncul di luar kontrol formal negara dan otoritas keagamaan konvensional. Ruang ini, menurut mereka, bersifat diskursif, performatif, dan partisipatif, tidak terbatas pada institusi formal yang diakui oleh otoritas negara. Konsekuensinya sangat besar. Di masa lalu, diskusi publik tentang Islam di banyak negara Muslim, dan juga di Barat sampai batas tertentu, mengikuti struktur kekuasaan yang kaku dan tersentralisasi di mana birokrat agama yang dekat dengan pejabat negara mendikte apa yang dimaksud dengan religius dan berusaha mengendalikan ekspresi publik tentang kebijakan.

Namun apa yang terjadi di Alt-Muslim bukan sekadar perpindahan otoritas dari satu pusat ke pusat lain. Ini adalah perubahan struktural dalam cara otoritas itu sendiri diproduksi, disirkulasikan, dan dilegitimasi. Shahed Amanullah, dengan cara yang halus namun tegas, mengatakan bahwa misi situsnyanya adalah membebaskan diskusi tentang Islam dari hierarki struktur kekuasaan sebelumnya dan mendemokratisasi partisipasi. Ia bahkan dengan berani menyatakan bahwa sumber otoritas baru bukanlah otoritasnya, melainkan otoritas rakyat. Ini adalah klaim yang sangat kuat untuk sebuah platform yang tetap mempertahankan peran kuratorial dan editorial.

Di Indonesia, kita melihat dinamika yang mirip namun dengan corak berbeda. Otoritas keagamaan di Indonesia selama Orde Baru dan pasca-Reformasi sangat terstruktur di sekitar dua kutub besar: Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah, di samping Majelis Ulama Indonesia yang didukung negara. Namun sejak awal 2000-an, internet telah memungkinkan munculnya

suara-suara independen yang tidak mudah diklasifikasikan ke dalam dua ormas besar itu. Situs seperti Islamlib.com (yang kemudian berganti nama dan vakum) pada awal 2000-an menjadi pelopor diskusi Islam liberal di Indonesia. Kemudian muncul gerakan Islam progresif yang menggunakan blog dan media sosial untuk menyebarkan tafsir alternatif atas ayat-ayat tentang relasi gender, pluralisme agama, dan hak-hak minoritas. Meskipun sering mendapat serangan balik dari kelompok konservatif, platform-platform ini tetap bertahan dan bahkan berevolusi ke dalam bentuk podcast dan saluran YouTube.

Imajiner Horizontal dan Politik Perbedaan

Nilüfer Göle, dalam berbagai tulisannya tentang visibilitas Islam di ruang publik, memperkenalkan konsep imajiner horizontal sebagai lawan dari imajiner vertikal yang dominan dalam masyarakat pra-modern. Dalam model vertikal, otoritas mengalir dari atas ke bawah: dari Tuhan ke nabi, dari nabi ke ulama, dari ulama ke penguasa. Individu hanya menjadi penerima pasif dari rantai otoritas itu. Namun dalam imajiner horizontal, individu Muslim didorong untuk berpikir untuk diri mereka sendiri melalui cerita-cerita yang mereka pilih untuk ditonjolkan, alih-alih mengikuti struktur dogmatis yang telah ditentukan. Mereka menjadi produsen makna, bukan sekadar konsumen.

Göle juga membedakan antara Islamis politik dan Islamis kultural. Islamis politik dari generasi sebelumnya lebih fokus pada penaklukan negara dan penerapan syariat secara top-down. Sementara Islamis kultural generasi kedua, yang terdiri dari intelektual Muslim, elite budaya, pengusaha, dan kelas menengah, lebih tertarik pada definisi wajah publik Islam dalam istilah reformis. Mereka menggunakan bahasa dan platform budaya untuk menantang interpretasi Islam yang konvensional dan statis, sekaligus sebagai sumber pembeda budaya yang memberdayakan mereka dalam merundingkan syarat-syarat masuk mereka ke modernitas.

Di Indonesia, pergeseran dari Islamis politik ke Islamis kultural sangat terlihat dalam dua dasawarsa terakhir. Partai-partai Islam tidak lagi menjadi kekuatan dominan seperti pada Pemilu 1999 dan 2004. Sebaliknya, ekspresi keagamaan di ranah budaya dan konsumsi semakin marak: mulai dari busana Muslim yang menjadi industri besar, film dan sinetron bernuansa religi, hingga pariwisata halal. Namun di antara gelombang komodifikasi itu, muncul pula ruang-ruang kritis yang tidak sekadar mengikuti arus pasar. Podcast Logika Religi, misalnya, secara rutin mengundang akademisi dan aktivis lintas iman untuk membahas isu-isu sensitif seperti pernikahan beda agama, hak LGBT dalam perspektif Islam, dan kritik terhadap fatwa MUI yang dianggap diskriminatif. Ini adalah bentuk imajiner horizontal yang sangat konkret: pendengar didorong untuk tidak menerima mentah-mentah fatwa atau pendapat ustaz, tetapi untuk bertanya, membandingkan, dan akhirnya mengambil kesimpulan sendiri.

Mediasi Keaslian: Ketika Belanja Menjadi Ibadah

Salah satu klaim paling provokatif dari Echchaibi adalah bahwa di Alt-Muslim, sebuah lagu pop atau tindakan konsumerisme sederhana bisa menjadi spiritual sebagaimana momen religius yang dialami di masjid. Klaim ini menantang pemisahan modern antara ruang sakral

dan profan. Dalam logika modernitas sekuler, ada garis tegas: masjid adalah sakral, pusat perbelanjaan adalah profan. Tetapi dalam logika yang dikembangkan oleh Alt-Muslim melalui situs seperti Halalpalooza, garis itu menjadi kabur. Sebuah mainan yang dijual di Halalpalooza tidak sekadar mainan; ia secara simbolis dikontraskan dengan mainan mainstream yang dianggap sarat dengan seksualitas dan materialisme berlebihan. Sebuah album musik yang direview di Alt-Muslim tidak sekadar musik; ia dievaluasi berdasarkan kemampuannya untuk menggabungkan hiburan modern dengan pesan spiritual tanpa melanggar batas kesopanan.

Di Indonesia, fenomena mediasi keaslian ini bahkan lebih masif. Kita tidak perlu mencari platform khusus seperti Halalpalooza karena pasar sudah dengan sendirinya menyediakan produk-produk bersertifikat halal yang dipasarkan dengan narasi religius. Namun yang lebih menarik adalah munculnya para *influencer* dan *content creator* Muslim yang dengan sadar menjadikan keseharian mereka sebagai konten keagamaan. Seorang *Youtuber* hijrah yang sebelumnya penyanyi dangdut, misalnya, tidak hanya berhenti menyanyi; ia juga mulai mengunggah video tentang bagaimana memilih pakaian syar'i yang modis, bagaimana berinvestasi yang halal, dan bagaimana mendidik anak dengan nilai-nilai Islam di tengah gempuran budaya digital. Dalam setiap video itu, batas antara hiburan, konsumsi, dan ibadah menjadi tidak jelas. Apakah menonton video tentang tips memilih jilbab yang tidak tembus pandang termasuk ibadah? Bagi sebagian penontonnya, jawabannya bisa jadi iya.

Tetapi mediasi keaslian ini juga mengandung jebakan. Ketika identitas Muslim direduksi menjadi sekadar pilihan gaya hidup, ada risiko bahwa tanggung jawab etis yang lebih besar, seperti melawan ketidakadilan struktural, menjadi terpinggirkan. Seorang Muslim bisa merasa cukup hanya dengan membeli produk halal, mendengarkan musik yang direkomendasikan sesama Muslim, dan mengikuti akun-akun instagram yang menyejukkan hati. Sementara ia tidak terlibat sama sekali dalam perjuangan melawan korupsi, kerusakan lingkungan, atau kekerasan terhadap minoritas. Otoritas hipermedial, dengan fokusnya pada pilihan konsumen individual, berpotensi menciptakan ilusi bahwa kebaikan bisa dicapai hanya dengan mengatur konsumsi pribadi.

B. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus ganda. Kasus utama adalah jaringan Alt-Muslim sebagaimana didokumentasikan oleh Nabil Echchaibi dan sumber-sumber primer yang ia gunakan, termasuk wawancara dengan Shahed Amanullah pada Maret 2011. Kasus pembandingan adalah sejumlah platform Islam progresif di Indonesia: Islami.co, Ngaji.id, podcast Makna Islami dan Logika Religi, serta fenomena ulasan masjid dan pesantren di media sosial.

Pengumpulan data untuk kasus Indonesia dilakukan melalui analisis konten terhadap artikel, unggahan media sosial, dan episode podcast yang diproduksi antara tahun 2020 hingga 2025. Saya juga melakukan observasi partisipatif terbatas di grup-grup diskusi

Telegram dan WhatsApp yang membahas isu-isu keislaman kontemporer. Wawancara informal dilakukan dengan tiga pengelola platform: dua dari Islami.co dan satu dari tim redaksi Ngaji.id. Identitas mereka disamarkan untuk menjaga privasi.

Analisis data menggunakan pendekatan analisis tematik dengan kode-kode yang dikembangkan dari kerangka teoretis: negosiasi otoritas, konstruksi keaslian, performativitas identitas, dan politik perbedaan. Untuk memastikan validitas, temuan dari kasus Indonesia dibandingkan secara konstan dengan pola yang ditemukan di Alt-Muslim.

C. TEMUAN DAN PEMBAHASAN

TEMUAN

1. *Praktik Otoritas Hipermedial di Alt-Muslim dan Indonesia*

Alt-Muslim didirikan dengan kesadaran bahwa sebelum kehadirannya, terdapat banyak komunitas mini yang masing-masing mengklaim inilah Islam yang benar, namun tidak pernah berinteraksi satu sama lain. Bahkan hingga saat Echchaibi menulis, sangat sedikit tempat di mana Muslim dengan latar belakang sangat beragam dapat merasa nyaman dalam ruang diskusi yang sama. Amanullah ingin menciptakan ruang aman itu: tempat di mana Muslim liberal, sekuler, dan konservatif bisa merasa menjadi bagian dari wacana yang sama.

Apakah ini tercapai? Echchaibi jujur mengakui bahwa sulit memverifikasi keberhasilan situs dalam memediasi percakapan yang beragam. Sebagian besar artikel hanya menghasilkan beberapa komentar singkat. Namun ia berargumen bahwa topik dan analisis yang ditampilkan mencerminkan variasi kepentingan dan opini. Dengan kata lain, keberhasilan Alt-Muslim mungkin tidak terletak pada kuantitas interaksi, tetapi pada kualitas wacana yang dimungkinkan. Situs ini berfungsi sebagai ruang produksi dan negosiasi imajiner horizontal, di mana individu-individu Muslim menciptakan kerangka referensi kolektif alternatif untuk definisi diri.

Di Indonesia, Islami.co yang didirikan sekitar tahun 2012 memiliki cita-cita yang mirip. Dalam wawancara saya dengan salah satu pendirinya yang saya sebut Mas Fahrul, ia mengatakan bahwa mereka muak dengan wacana Islam yang didominasi oleh dua kutub: di satu sisi dakwah salafi yang tekstualis dan sering menghakimi, di sisi lain Islam populer yang terlalu kompromistis hingga kehilangan substansi. Mereka ingin menciptakan ruang ketiga di mana pembaca bisa menemukan artikel-artikel yang ditulis oleh akademisi, aktivis, dan praktisi dengan latar belakang beragam. Topik yang diangkat mulai dari reinterpretasi hadis tentang kepemimpinan perempuan hingga kritik terhadap industri pariwisata halal yang eksploitatif.

Namun seperti Alt-Muslim, Islami.co juga menghadapi tantangan representasi. Kontributor mereka cenderung berasal dari kalangan terdidik urban dengan akses ke jaringan intelektual yang terbatas pada kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, dan Yogyakarta. Suara Muslim dari pedesaan atau dari kalangan santri tradisional yang tidak terpapar wacana progresif hampir tidak pernah muncul. Ini adalah ironi demokratisasi: ruang yang lebih

terbuka justru cenderung diisi oleh mereka yang sudah memiliki modal budaya dan sosial yang memadai.

2. Salatomic dan Padanannya di Indonesia: Ulasan Masjid sebagai Teknologi Otoritas Baru

Salatomic adalah inovasi yang cerdas. Situs ini memungkinkan pengguna mengulas masjid di Amerika Serikat dan luar negeri berdasarkan tata kelola, toleransi terhadap perempuan, dan bahkan arsitektur. Dalam materi asli, Amanullah mengumpulkan data dari ulasan-ulasan itu dan menemukan hal-hal mengejutkan: antara lima hingga sepuluh persen masjid di AS tidak mengizinkan perempuan duduk di dewan mereka, lima persen masjid tidak memiliki akomodasi untuk perempuan sama sekali. Sebagian besar ulasan ditulis oleh perempuan yang mengeluhkan perlakuan mereka.

Yang menarik adalah cara Amanullah merumuskan misi Salatomic. Ia bersikeras bahwa situs ini tidak diciptakan untuk menargetkan masjid buruk atau memuji masjid baik, tetapi sebagai forum bagi orang-orang untuk membantu meningkatkan kualitas pengalaman salat. Situs ini, menurutnya, memiliki kekuatan organik untuk mengubah status quo manajemen masjid dari bawah ke atas. Dengan merendahkan perannya sendiri, ia justru memperkuat legitimasi platform: otoritas yang muncul adalah otoritas transparansi, otoritas data, otoritas kolektif.

Di Indonesia, belum ada platform terpusat seperti Salatomic. Namun di Twitter dan TikTok, ada banyak video pendek yang mengulas masjid dari perspektif jamaah biasa. Sebuah akun dengan nama samaran masjidreview.id secara sporadis mengunggah ulasan tentang masjid-masjid di Jabodetabek. Dalam satu ulasan, ia menulis bahwa sebuah masjid besar di Jakarta Selatan memiliki tempat wudhu yang sangat kotor, imamnya membaca Al-Fatihah dengan kecepatan yang tidak wajar, dan tidak ada tempat yang layak bagi perempuan untuk berwudhu tanpa harus mengantre bercampur dengan laki-laki. Ulasan ini mendapat ratusan like dan puluhan komentar, ada yang setuju dan ada yang membela masjid tersebut.

Fenomena ini juga terjadi pada pesantren. Beberapa tahun terakhir, beredar di media sosial keluhan dari mantan santri tentang praktik-praktik kekerasan fisik dan psikologis di sejumlah pesantren besar. Awalnya keluhan ini muncul secara sporadis, tetapi kemudian terorganisasi dalam bentuk unggahan bertanda #PesantrenKita dan #SantriBercerita. Ini adalah bentuk Salatomic versi Indonesia: agregasi pengalaman individu yang dipublikasikan menjadi tekanan publik untuk perubahan. Tidak perlu ada dewan ulama yang mengeluarkan fatwa; cukup banyaknya cerita serupa yang terekam di linimasa sudah cukup untuk menggerakkan opini publik.

Namun ada risiko besar dalam mekanisme ini. Tanpa verifikasi, tuduhan anonim bisa saja tidak akurat atau bahkan fitnah. Dan karena tidak ada kurator pusat, polarisasi mudah terjadi: mereka yang sudah tidak suka dengan model pendidikan pesantren akan dengan mudah mempercayai setiap tuduhan negatif, sementara kelompok yang membela tradisi pesantren akan menuduh semua keluhan sebagai rekayasa asing. Otoritas hipermedial yang terdesentralisasi justru bisa memperkuat fragmentasi, bukan dialog.

3. *Konsumsi sebagai Intervensi Etis: Antara Halalpalooza dan Influencer Hijrah Indonesia*

Jika Salatomatic merepresentasikan intervensi di ranah ibadah ritual, maka Halalpalooza mewakili intervensi di ranah konsumsi sehari-hari. Bagi pengamat luar, mungkin aneh untuk mengkategorikan toko online sebagai bagian dari proyek otoritas keagamaan. Namun bagi Amanullah, konsumsi adalah medan pertempuran yang tidak kalah pentingnya dengan masjid. Sebuah mainan yang dijual di Halalpalooza secara simbolis dikontraskan dengan mainan mainstream yang dianggap terlalu sekuler. Sebuah album musik dievaluasi berdasarkan kemampuannya menggabungkan hiburan modern dengan spiritualitas.

Di Indonesia, medan pertempuran ini jauh lebih ramai. Yang disebut sebagai fenomena hijrah pada pertengahan 2010-an hingga awal 2020-an melahirkan ekosistem ekonomi yang sangat besar: mulai dari fashion muslim, kosmetik halal, wisata halal, hingga makanan dan minuman bersertifikat. Para influencer yang dulunya selebritis atau vlogger biasa, setelah menyatakan hijrah, mereka dengan cepat mengubah kontennya menjadi dakwah yang dibalut dengan gaya hidup. Mereka menjual produk-produk dengan label syar'i, mengadakan pengajian online yang disiarkan langsung di YouTube, dan membangun komunitas eksklusif bagi pengikut setia.

Ada kasus dimana seorang perempuan yang dulunya adalah beauty vlogger dengan dua juta pengikut di Instagram. Setelah menyatakan hijrah pada 2020, ia perlahan mengganti konten makeup-nya dengan konten tentang jilbab syar'i, skincare halal, dan parenting Islami. Ia juga membuka toko online yang menjual pakaian muslim dan perlengkapan ibadah. Dalam setiap unggahan, ia menyelipkan ayat atau hadis pendek yang relevan. Pengikutnya, terutama perempuan muda Muslim urban, merasa bahwa dengan membeli produk dari tokonya, mereka tidak hanya mendapatkan barang yang bagus, tetapi juga pahala karena mendukung dakwah. Di sinilah konsumsi menjadi tidak terbedakan dari ibadah.

Tetapi di sisi lain, fenomena ini juga melahirkan tekanan sosial baru. Seorang Muslimah yang tidak mengenakan jilbab model terbaru dari toko A bisa dianggap kurang up-to-date secara gaya, tetapi juga secara implisit kurang bersemangat dalam beragama. Standar ganda ini tidak disadari oleh banyak pihak. Yang tadinya konsumsi adalah ranah pribadi, kini menjadi tontonan publik yang sarat dengan penilaian moral. Otoritas hipermedial, dalam bentuknya yang paling komodifikasi, telah menciptakan normalisasi baru yang mungkin tidak kalah hegemoniknya dari otoritas tradisional yang ia lawan.

PEMBAHASAN

1. *Batasan Otoritas Hipermedial: Kritik dari Dalam*

Tidak ada analisis yang jujur jika hanya memuji tanpa mengkritik. Otoritas hipermedial, meskipun menawarkan alternatif yang menarik dari hierarki tradisional, bukannya tanpa masalah dan kontradiksi internal. Pertama, meskipun klaim desentralisasi, platform digital tetap memiliki arsitektur yang tidak netral. Algoritma, kebijakan moderasi, keputusan editorial, bahkan desain antarmuka turut menentukan wacana mana yang muncul dan mana yang tenggelam. Di Alt-Muslim, Amanullah dan tim editornya tetap menjadi

gatekeeper. Di Indonesia, platform seperti Islami.co memiliki dewan redaksi yang menentukan artikel mana yang layak terbit. Meskipun mereka berusaha inklusif, tetap ada filter yang tidak terhindarkan. Otoritas hipermedial mungkin lebih halus, tetapi ia tetap ada dan tetap berpengaruh.

Kedua, ada pertanyaan tentang representasi. Alt-Muslim mengklaim sebagai ruang bagi Muslim liberal, sekuler, dan konservatif. Namun seberapa nyata keterwakilan kelompok konservatif? Apakah mereka merasa nyaman berpartisipasi? Saya menduga bahwa yang terjadi adalah homofili: orang cenderung berkumpul dengan yang serupa. Alt-Muslim menarik audiens yang sudah pre-disposisi terhadap pandangan reformis. Hal yang sama terjadi di Indonesia: pengunjung Islami.co cenderung adalah mereka yang sudah memiliki orientasi progresif atau inklusif. Dialog sejati antara kelompok yang sangat berbeda ideologi jarang terjadi di ruang digital; biasanya terjadi di ruang-ruang fisik yang sengaja difasilitasi, seperti lokakarya atau diskusi tatap muka.

Ketiga, persoalan komodifikasi identitas. Ketika identitas Muslim dibungkus dalam produk konsumsi, ada risiko reduksi identitas menjadi sekadar gaya hidup. Seseorang bisa merasa cukup dengan membeli produk halal, mendengarkan musik Islami, dan mengikuti akun-akun instagram yang menyejukkan, sementara ia tidak terlibat dalam perjuangan melawan ketidakadilan struktural. Konsumsi etis tidak pernah menggantikan aksi politik kolektif. Otoritas hipermedial, dengan fokusnya pada pilihan konsumen individual, berpotensi mengabaikan dimensi kolektif dan struktural dari keadilan sosial.

2. Modernitas, Ironi, dan Masa Depan Otoritas Keagamaan

Apa yang diungkapkan oleh Alt-Muslim dan kasus Indonesia tentang proyek modernitas itu sendiri? Di sinilah letak kontribusi paling penting dari studi komparatif ini. Modernitas, dalam narasi hegemoniknya, sering digambarkan sebagai proses sekularisasi yang tak terelakkan. Agama akan mundur ke ranah privat, sementara ranah publik diatur oleh rasionalitas sekuler. Namun kebangkitan platform digital keagamaan menunjukkan bahwa narasi ini terlalu sederhana. Agama tidak mundur, ia bermutasi. Ia tidak hilang dari ranah publik, ia masuk kembali melalui pintu belakang media digital dan ekonomi pasar.

Yang menarik di Indonesia, sebagai negara dengan penduduk Muslim mayoritas, proses ini memiliki nuansa berbeda. Di sini, sekularisasi bukanlah ancaman eksistensial seperti di Eropa. Mayoritas tidak merasa perlu membela agamanya dari serangan sekularisme Barat. Justru yang terjadi adalah persaingan antar tafsir keagamaan di dalam tubuh Islam sendiri. Otoritas hipermedial digunakan oleh kelompok progresif untuk menantang dominasi ortodoksi MUI atau ormas-ormas besar. Tapi juga digunakan oleh kelompok konservatif untuk menyebarkan pandangan mereka yang lebih tekstualis. Internet menjadi medan perang wacana, bukan arena tunggal bagi satu kubu saja.

Namun ada ironi yang sama di kedua konteks. Semakin terlihat seorang Muslim di ruang publik, semakin ia diharapkan mewakili Muslim pada umumnya. Seorang penyanyi bercadar Malaysia yang direview di Alt-Muslim tidak hanya mewakili dirinya, tetapi kemungkinan seluruh perempuan Muslim. Seorang influencer hijrah Indonesia tidak hanya

berbicara untuk dirinya, tetapi dianggap mewakili otentisitas Islam yang benar. Beban representasi ini adalah harga yang harus dibayar untuk visibilitas.

Penelitian ini menunjukkan bahwa otoritas hipermedial bukanlah solusi ajaib untuk krisis otoritas keagamaan. Ia membuka ruang partisipasi yang lebih luas, tetapi juga menciptakan bentuk-bentuk normalisasi baru. Ia memberdayakan individu, tetapi juga membebani mereka dengan tanggung jawab representasi. Ia menantang hierarki tradisional, tetapi juga rentan terhadap kooptasi oleh logika pasar. Masa depan otoritas keagamaan mungkin tidak akan berbentuk baik model vertikal lama maupun horizontal murni, melainkan kombinasi kompleks di antara keduanya, yang terus bergerak dan tidak pernah stabil.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini berangkat dari kegelisahan bahwa wacana arus utama tentang Muslim sering gagal menangkap kompleksitas agensi budaya mereka di era digital. Melalui analisis atas jaringan Alt-Muslim di Amerika Serikat dan perbandingan dengan fenomena serupa di Indonesia, saya berargumen bahwa apa yang muncul adalah otoritas hipermedial: bentuk baru kekuasaan simbolik yang terdistribusi, partisipatif, performatif, dan tidak bergantung pada hierarki kelembagaan tradisional.

Otoritas hipermedial di Alt-Muslim diwujudkan melalui praktik diskursif yang membongkar monolog keagamaan, sistem ulasan kolektif di Salatomic yang mentransformasi transparansi menjadi instrumen perubahan, serta intervensi di ranah konsumsi melalui Halalalalooza. Di Indonesia, padanannya dapat ditemukan di platform seperti Islami.co dan Ngaji.id, fenomena ulasan masjid di media sosial, serta ekosistem ekonomi yang dibangun oleh para influencer hijrah.

Temuan ini memiliki implikasi penting. Pertama, para peneliti Islam kontemporer perlu menggeser fokus dari pertanyaan apakah media digital mengubah Islam menjadi pertanyaan bagaimana ia mengubah praktik spesifik otoritas, keaslian, dan komunitas. Kedua, dikotomi tradisional-modern dan sakular-religius perlu ditinggalkan karena tidak lagi memadai. Ketiga, para teoritikus modernitas perlu mempertimbangkan ulang asumsi sekularisasi mereka.

Penelitian ini memiliki keterbatasan. Kasus Indonesia masih bersifat eksploratif dan perlu studi lebih mendalam dengan etnografi digital jangka panjang. Selain itu, fokus pada platform progresif membuat saya kurang memberi perhatian pada penggunaan otoritas hipermedial oleh kelompok konservatif. Penelitian di masa depan dapat menjembatani kesenjangan ini.

Pada akhirnya, Alt-Muslim dan padanannya di Indonesia mengingatkan kita bahwa modernitas tidak pernah berjalan lurus. Ia berkelok-kelok, berhenti, mundur, kadang berbalik melawan dirinya sendiri. Dan di tikungan-tikungan tak terduga itulah kita menemukan bentuk kehidupan paling menarik: tidak murni, tidak steril, tetapi penuh kreativitas, ironi, dan harapan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanullah, S. (2011, March 2). Telephone interview.
- Anderson, J. (2003). The Internet and Islam's new interpreters. In D. Eickelman & J. Anderson (Eds.), *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere* (2nd ed., pp. 41-55). Bloomington: Indiana University Press.
- Aydin, C., & Hammer, J. (2010). Muslims in the media. *Contemporary Islam*, 4(1), 1-9.
- Buechler, S. (2000). *Social Movements in Advanced Capitalism*. Oxford: Oxford University Press.
- Bunt, G. R. (2009). *iMuslims: Rewiring the House of Islam*. London: Hurst & Co.
- Echchaibi, N. (2012). *Alt-Muslim: Muslims and modernity's discontents*. London: Routledge.
- Eickelman, D., & Anderson, J. (Eds.). (2003). *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere* (2nd ed.). Bloomington: Indiana University Press.
- Fealy, G., & White, S. (Eds.). (2008). *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*. Singapore: ISEAS.
- Göle, N. (1996). *The Forbidden Modern: Civilization and Veiling*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Göle, N. (2006). Islamic visibilities and the public sphere. In N. Göle & L. Amman (Eds.), *Islam in Public* (pp. 163-189). Istanbul: Bilgi University Press.
- Hamid, A. (2016). Hijrah ke Media Sosial: Islam Kontemporer dan Otoritas Digital di Indonesia. *Jurnal Studi Pemuda*, 5(2), 45-62.
- Ichwan, M. (2013). Towards a pious neoliberal: The new media and the rise of Islamic populism in Indonesia. *Al-Jami'ah*, 51(2), 45-72.
- Mosque Review. (2008, June 5). Fiji Jamatul Islam of America, South San Francisco. Salatomic. Retrieved August 10, 2010.
- Noor, F. (2012). *Islam dan Media Digital: Kontestasi Otoritas Keagamaan di Ruang Virtual Indonesia*. Jakarta: PPIM UIN Syarif Hidayatullah.
- Siapera, E. (2009). Theorizing the Muslim blogosphere: Blogs, rationality, publicness, and individuality. In A. Russell & N. Echchaibi (Eds.), *International Blogging: Identity, Politics, and Networked Publics* (pp. 29-46). New York: Peter Lang.
- Taylor, C. (2004). *Modern Social Imaginaries*. Durham: Duke University Press.
- Touraine, A. (1977). *The Self-Production of Society*. Chicago: University of Chicago Press.
- Wahid, D. (2020). Dari Majelis ke Podcast: Perubahan Otoritas Dakwah di Era Digital Indonesia. *Jurnal Komunikasi Islam*, 10(1), 1-24.