

IDENTITAS POLITIK “SANG KIAI”: MELIHAT DARI AKUN INSTAGRAM @kyai_marufamin

Oleh:

Atho'ilah Aly Najamudin
IAI Ibrahimy Genteng Banyuwangi
email: athoilahnajamudin19@gmail.com

Abstract

This research was conducted to dismantle the Islamic identity displayed through the Instagram account @kyai_marufamin. The research method used is a textual and visual analysis approach from Roland Barthes' semiotic theories and the concepts of identity representation by Stuart Hall, Paul DuGay. Collecting data through observation using the method of netnography and literature study. Research found KH. Maruf Amin uses Instagram social media to spread his visions and missions, work programs, as well as package his image as an ulema by displaying various supports from the religious elite. At the social context level, Instagram is a symbol of KH. Maruf Amin's power used as a strategy in his political agenda. Meanwhile, at the macro level, it is broader recognizing elites.

Key Words : Representation, Islamic Identity, Instagram.

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk membongkar identitas politik yang ditampilkan melalui akun instagram @kyai_marufamin. Metode penelitian yang digunakan menggunakan menggunakan pendekatan analisis tekstual dan visual dari teori-teori semiotika Roland Barthes dan konsep-konsep representasi identitas yang diungkapkan Stuart Hall, Paul DuGay. Pengumpulan data melalui observasi menggunakan metode Netnografi dan studi pustaka. Penelitian menemukan KH. Maruf Amin menggunakan media sosial Instagram untuk menyebarkan visi-misi, program kerja, serta mengemas citra sebagai ulama dengan menampilkan berbagai dukungan dari elite agama, Pada level konteks sosial, instagram menjadi simbol kekuasaan KH. Maruf Amin yang digunakan sebagai strategi dalam agenda politiknya. Sedangkan, pada lingkup makro, lebih luas mengidentifikasi elite simbolik yang memiliki akses khusus untuk mengontrol wacana publik.

Kata Kunci : Representasi , Identitas Keislamaan, Instagram

A. PENDAHULUAN

Sejak muncul pada tahun 2019 sebagai calon wakil Presiden. Sosok KH. Maruf Amin sangat populer di telinga masyarakat Indonesia. Ada dua alasan saya mengatakan KH. Maruf Amin ulama yang paling kuat. *Pertama*, sang Kiai sebagai *rais aam* Syuriah Nahdatul Ulama dan *kedua*, sang Kiai sebagai Ketua MUI atau majelis ulama Indonesia. Badan yang didukung negara untuk mengeluarkan fatwa tentang isu-isu Islam. Kedua organisasi ini dianggap memiliki pandangan berbeda, khususnya pada kasus terjadi belakangan ini yakni politik identitas, rasisme dan radikalisme. Di satu sisi, pandangan KH. Maruf memiliki pemahaman Islam moderat identik dengan Nahdatul Ulama. Tetapi di sisi lain, ia merupakan ulama konservatif yang melabeli sesuatu halal dan haram hanya sebatas hitam dan putih. Posisi tersebut merupakan letak kekuatan dari seorang ulama itu. Kita masih ingat keputusan yang dikeluarkan ketika aksi 212 dan 411 mendorong umat Islam untuk berbondong-bodong ke Jakarta untuk menuntut Gubernur DKI 2015-2017 Basuki Thahja Purnama atau Ahok untuk segera diproses hukum, karena dianggap menista agama Islam.

Dinamika politik di Indonesia mengantarkan terpilihnya KH. Maruf Amin menjadi seorang pendamping Joko Widodo untuk periode kedua. Ini merupakan tonggak baru dimana KH. Maruf Amin merupakan simbol sebagai ulama atau santri namun juga simbol kemenangan Presiden Jokowi atas diri para ulama dan kemenangan sebelum bertanding melawan Prabowo Subianto. Yang selama ini bahwa masyarakat menuduh bahwa Presiden Joko Widodo anti ulama, anti Islam dan sejenisnya. Dapat dikatakan bahwa kehadiran ulama

merupakan aktor politik potensial menjadi tambang suara (Koiruddin, 2005).

Sang kiai dilahirkan di Tangerang, provinsi Banten pada 11 Maret 1943. Usia 78 tahun. Dia dibesarkan di keluarga pesantren, diantaranya, pendidikan pesantren yang ia tempuh di Pesantren Tebuireng, Jombang, Jawa Timur. Kemudian, ia menerima gelar sarjana bidang filsafat Islam dari Universitas Ibnu Khaldun di Bogor, Jawa Barat. Tak lama lulus pengalaman politiknya sudah terlihat, ia aktif sebagai anggota Dewan Perwakilan Rakyat dalam pemilihan umum legislatif 1971 dari partai NU, enam tahun kemudian, pada tahun 1977, ia terpilih menjadi anggota DPRD DKI Jakarta untuk satu periode (1977-1982). Menyusul jatuhnya rezim Orde Baru, KH. Maruf menjadi salah satu deklator Partai Kebangkitan Bangsa (PKB). Selama masa jabatan DPR RI mewakili PKB ia menjadi Komisi IV yang membidangi pertanian, pangan dan kelautan serta anggota komisi II urusan pemerintah dan otonomi daerah. Selanjutnya, di masa presiden SBY ia kembali ke Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk memimpin Dewan Syariah Nasional dan menjabat Dewan Pertimbangan Presiden dari 2007 hingga 2014. Sebagai seorang kyai dan ulama besar, Penampilannya, *nyentrik* sekali. Saya selalu melihat dari visual melalui gambar dari pemberitaan. Busana KH. Maruf Amin selalu menggunakan peci, surban, dan sarung. Ia menggunakan di berbagai kegiatan agama atau non-agama selalu tidak lepas menggunakan busana agama itu. Contohnya, KH. Maruf Amin menghadiri acara resmi seperti deklarasi capres-cawapres di kantor KPU, ketika di panggung debat calon wakil presiden bersama Sandiaga Uno di Tahun 2019. KH. Maruf tampil berbeda dengan mempertahankan identitasnya, berupa sarung, surban

dan pecinya. Sedangkan, lawannya menggunakan jas hitam, lengkap dengan dasi dan pecinya. *Sontak*, banyak masyarakat yang mengaitkan sarung yang selalu menghiasi KH. Maruf Amin sebagai gaya baru di masyarakat.

Lewat akun Instagramnya @kyai_marufamin. Saya ingin menelusuri identitas keislaman sebagai seorang ulama, politisi, santri, atau wakil presiden. KH. Maruf Amin baru memiliki akun media sosial resmi Instagram pada 12 November 2018. Saya melihat pada tanggal tersebut merupakan masa kampanye Pilpres yang tengah berlangsung. Ini menunjukkan dengan busana sarung KH. Maruf Amin membangun citra di media sosial. Melalui Instagram, ia aktif berbagi di media sosialnya. Baik di konten visual atau gambar dan audio visual dengan caption teks yang ada.

Penelitian ini akan mendeskripsikan mengenai representasi identitas keislaman yang digambarkan melalui media sosial instagram KH. Maruf Amin. Selain itu penelitian ini ingin melihat bagaimana latar belakang, ideologi, nilai-nilai dan makna dibalik instagram KH Maruf amin yang diproduksi sebagai orang yang memiliki kuasa. Penelitian ini akan mendeskripsikan mengenai representasi identitas keislaman yang memuat bagaimana latar belakang, ideologi, nilai-nilai dan makna dibalik instagram KH Maruf amin yang diproduksi sebagai orang yang memiliki kuasa yang digambarkan melalui media sosial instagram KH. Maruf Amin.

B. KAJIAN TEORI

1. Representasi dan Identitas

Stuart Hall (1997) mendefinisikan representasi sebagai bagian dari proses makna dihasilkan atau diproduksi dan diubah antara

anggota budaya tersebut. Dalam proses yang berhubungan dengan makna ini terdapat unsur sistem representasi yang saling berhubungan. Sistem memungkinkan kita memberi makna pada dunia dengan menghubungkan seperangkat objek (orang benda, kejadian, dan sebagiannya) dengan peta konseptual (conceptual maps). Dalam sistem ini dihubungkan dengan representasi yang ada di kepala kita. Namun kita dapat merepresentasikan yang ada dalam kepala ke luar, sehingga terjadi pertukaran makna sosial. Peta konseptual di sini dihubungkan dengan tanda-tanda yang diproses konstruksi makna. Dalam bukunya *Cultural Representations and Signifying Practices* (1997), Stuart Hall mengemukakan bahwa terdapat tiga bahasa bekerja yang dibedakan, yaitu :

Pertama, pendekatan reflektif. Pendekatan ini memandang bahwa makna terkandung dalam objek, personal, ide, atau peristiwa di dunia nyata, sementara bahasa sebagai pencerminan yang berfungsi untuk merefleksikan yang sudah ada. *Kedua*, pendekatan intensional. Pendekatan ini memandang bahwa subjek atau *author* dan *speaker* yang menorehkan makna terhadap objek. Kata itu bermakna seperti apa yang mereka katakan dan kehendaki. *Ketiga*, pendekatan konstruksionis. Pendekatan ini memandang bahwa objek tidak mengandung maknanya sendiri seperti pendapat reflektif, dan tidak juga dapat dimaknai secara individu seperti pendekatan intensional. Akan tetapi makna dikonstruksi menggunakan sistem representasi konsep tanda. *Language* atau bahasa yang disebutkan di atas tidak hanya sekedar bahasa atau kata-kata, melainkan bisa berbentuk lain seperti

gambar visual, elektronik, digital dan lain sebagainya yang dapat memproduksi *meaning*. Dengan demikian, bahasa, identitas, dan budaya tidak bisa dilepaskan dalam proses representasi. Hall (1997) juga membuat apa yang disebut dengan “*The Circuit of Culture*”.

Dalam konsep tersebut hall mencoba untuk mengutarakan hubungan antara budaya dan representasi yang terjadi. Singkatnya, budaya adalah perihal “*Shared Meaning*” (Hall, 1997, p. 1) dan bahasa ada sebagai perantara untuk “menyambungkan” suatu hal, dimana “*meaning*” tersebut diproduksi dan dipertukarkan. Dalam konsep *circuit of culture* tersebut tidak bisa dipisahkan antara *representation* (representasi), *Identity* (identitas), *production* (produksi), *consumption* (konsumsi) dan *regulation* (regulasi). Masing-masing elemen tersebut tidak mempunyai pola yang pasti, absolut dan essensial (Zahra, 2014).

2. Media Sosial

Social Media as a New Media. Lister et al. (2009) menyebutkan karakteristik *new media*, antara lain : *Digital, Interactive, Hyperterxtual, Virtual, Networked, and Stimulated*. Dengan kata lain, media sosial sebagai *tools* dari Internet masuk kedalam kategori *new media*. *in a digital media process all input data are converted into numbers. In terms of communication and representational media this ‘data’ usually takes the form of qualities such as light or sound or represented space which have alredy been coded into a ‘cultural form’ , such as written text, graphs and diagrams, photographs, recorded moving images, etc.* (Lister et al., 2009).

Dalam media baru yang kemudian kita sebut sebagai internet ini, meniadakan banyak sekali batasan-batasan yang biasa kita temui pada media lama. Rice (dalam Mcquill, 2011) kemudian menyebutkan bahwa “batasan penerbitan, produsen, distributor, konsumen, dan pengamat konten sudah semakin kabur”. Hal ini terjadi dikarenakan dalam media digital internet, seseorang bisa melakukan apa saja. Dari mulai memproduksi sesuatu hingga menjadi seorang pemakai atau konsumen itu sendiri. Sehingga muncul sebuah istilah prosumer dimana dengan *new media* kita bisa melakukan banyak aktivitas “*like commenting, criticizing, sharing, producing, posting, publishing.*” (Winter, 2012).

Media sosial saat ini menjadi lebih multimodal karena dapat mempresentasikan gambar, video, hashtag, emoticon, serta teks tertulis sekaligus (Russmann dan Svensson, 2017). Hal tersebut dapat menambahkan informasi tambahan untuk sebuah pesan atau konten di media sosial dan dapat mendeskripsikan “siapa kita”, serta menjadi alat komunikasi yang sangat strategis dan dapat digunakan sebagai refleksi untuk memberikan kesan tertentu tentang pengirim dan penerimanya. Salah satu jenis konten yang ada di media sosial, yaitu *visual images* (gambar), objek unik untuk sebuah penelitian. *Visual images* sering dipahami sebagai tambahan alat komunikasi yang bertujuan untuk melengkapi teks tertulis atau lisan dan membantu pembaca untuk memahami pesan lebih cepat. Selain itu, *visual images* juga menciptakan makna sendiri dan dapat menggabungkan banyak makna (Hand, 2017).

3. Media sebagai Sarana Reproduksi

Kehadiran internet dan media sosial membuat akses untuk mendapatkan informasi menjadi lebih gampang, dan lebih cepat dibandingkan media konvensional seperti televisi, radio, dan media cetak (BBC, 2010). Selain itu khalayak akan lebih mudah terpengaruh karena secara terus-menerus terpapar informasi yang bisa diakses kapan saja melalui media sosial. Karena algoritma media sosial berperan menciptakan kondisi yang disebut *echo-chamber*. *Echo-chamber* atau ruang gema adalah situasi dimana seseorang menerima dan membagikan informasi, ide atau gagasan yang homogen, yang sesuai dengan norma yang dipegang dan cenderung keyakinan yang ada (Dubois dan Blank, 2018:3).

Menurut van Dijk, kelompok dominan lebih bisa mengontrol tindakan dan pemikiran kelompok lain karena memiliki akses khusus ke sumber daya sosial (*social resources*), seperti paksaan uang, popularitas, pengetahuan informasi, dan budaya, serta kekuasaan institusional seperti posisi, keahlian profesional dan lain sebagainya, yang demikian memiliki akses ke berbagai bentuk wacana publik dan komunikasi. Wacana merupakan bentuk pertarungan kekuasaan. Oleh karena itu, wacana dikendalikan sebagai reproduksi dominasi untuk mempertahankan kekuasaan kelompok dominan atau *status quo*. Praktik diberlakukan dengan persuasif dengan cara konsensus dengan begitu khalayak yang didominasi melihat sebagai sesuatu alami, wacana dominan diterima dan dominasi terlegitimasi (van Dijk, 2001 : 355). Dalam konteks KH. Maruf amin memiliki akses khusus ke wacana publik melalui instagramnya. Ia memiliki daya sosial berupa popularitas,

pengetahuan, orang berpengaruh dalam ulama Islam di Indonesia. Selain, sumber daya sosial sebagai kekuasaan (*social power*), KH. Maruf Amin mempunyai kekuasaan institusional. Kekuasaan institusional bentuk kekuasaan untuk mempengaruhi tindakan dan pikiran seperti kebijakan atau peraturan (van Dijk, 1993:260).

Menurut Gramsci, “hegemoni” merupakan hubungan sosial khusus yang kelompok-kelompok dominan mengamankan posisi mereka atas hak istimewa dengan cara sebagian besar melalui konsensus. Artinya kelompok yang didominasi dengan cara mengartikulasikan suatu visi politik, suatu ideologi yang mengklaim, bisa berbicara untuk semua yang bergaung dengan keyakinan yang secara luas dipegang dalam budaya politik populer (Edkins & Williams, 2010, 234). Hegemoni menekankan pada bentuk supremasi satu kelompok atau beberapa kelompok atas yang lainnya. Hegemoni membuat kelas bawah tidak bisa apa-apa, bukan melalui kekuasaan fisik tapi melalui ideologi baru sehingga proses dominasi semakin besar. Supremasi kelas melalui dua perangkat kerja: Pranata negara bersifat memaksa, membujuk masyarakat seperti agama, pendidikan, kesenian, bahkan keluarga.

Menurut Jan Van Dijk, media sosial adalah perangkat media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi (2013; dalam Nasrullah, 2016: 11). Berbagai jenis media sosial menyajikan konten dan fasilitas yang berbeda-beda namun memiliki fungsi yang sama yakni memudahkan kita untuk mencari informasi, berinteraksi dengan sesama tanpa terkendala oleh ruang dan waktu, dan sebagai ikatan sosial antar penggunanya. Media sosial memiliki

potensi signifikan untuk mendidik, memfasilitasi wacana publik, dan meningkatkan partisipasi masyarakat. Mereka memberikan khlayak berbagai sumber yang tak terbatas dibandingkan dari media tradisional. Di balik segala kemudahan dan fasilitas yang ditawarkan oleh platform media sosial, terdapat potensi yang mengkhawatirkan yakni bagaimana platform media sosial dapat disalahgunakan oleh kelompok dominan tertentu untuk mendapatkan atau mempertahankan kekuasaan.

Van Dijk mengatakan, suatu kelompok bisa mempunyai kekuasaan jika mereka mampu untuk mengontrol tindakan dan pikiran kelompok lain. Kemampuan ini mengandaikan basis kekuasaan terhadap akses khusus ke sumber daya sosial langka, seperti pemaksaan, uang, status, popularitas, pengetahuan, informasi dan budaya, serta kekuasaan institusional (institutional power) seperti posisi, keahlian profesional, dan lain sebagainya, dengan demikian memiliki akses terhadap berbagai bentuk wacana publik dan komunikasi (van Dijk, 2001: 355). Oleh karena itu, wacana dikendalikan sebagai bentuk reproduksi dominasi untuk mempertahankan kekuasaan kelompok dominan atau *status quo*. Biasanya praktik kekuasaan ini berlangsung dengan cara persuasif atau manipulatif melalui cara-cara konsensus, sehingga khlayak tidak merasa didominasi dan menganggapnya sebagai hal yang wajar (*common sense*).

C. METODE PENELITIAN

Penyusunan artikel dilakukan dengan penelitian kualitatif. Metode kualitatif berfokus pada representasi identitas melalui pendekatan

analisis tekstual dari teori semiotika Roland Barthes dan dibantu konsep representasi dan identitas seperti Stuart Hall, Paul DuGay dan kawan-kawan. Penelitian ini menggunakan netnografi. Interaksi sosial melalui dunia maya sudah tidak bisa lagi terelakkan. Sebagai sebuah konsekuensi, beberapa peneliti kemudian berusaha menemukan bagaimana cara untuk memahami kebudayaan dan interaksi sosial yang termediasi oleh perangkat internet. Atas dasar itulah kemudian muncul sebuah penelitian netnografi yang diadaptasi dari metode Etnografi yang termediasi oleh perangkat komputer (Kozinets, 2010).

Belakangan ini, metode netnografi banyak digunakan sebagai satu-satunya metode yang secara khusus dirancang untuk mempelajari kebudayaan dan komunitas online (Bowler, Jr., dalam Hidayah, 2012). Koziniaks (dalam Hidayah, 2012) kemudian menyebutkan kelebihan-kelebihan menggunakan metode netnografi dalam meneliti interaksi online: *...online interactions are valued as a cultural reflection that yields deep human understanding. Like in-person ethnography, netnography is naturalistic, immersive, descriptive, multi-method, adaptable, and focused on context. Used to inform consumer insight, netnography is less intrusive than ethnography or focus groups, and more naturalistic than surveys, quantitative models, and focus groups. Netnography fits well in the front- end stages of innovation, and in the discovery phases of marketing and brand management.* Seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa metode netnografi menekankan deksripsi dengan multi metodologi, dan fokus pada *context*. Penelitian ini menjadikan akun instagram KH. Maruf Amin sebagai objek kajiannya.

D. HASIL

Hasil penelitian ini disajikan dalam dua sub bahasan yang diperoleh dalam penelusuran informasi yang berhubungan dengan topik penelitian. Temuan pertama, identitas politik ulama dalam akun instagram @kyai_marufamin. Temuan kedua, wacana politik dalam akun instagram @kyai_marufamin. Temuan ketiga, instagram sebagai modal kontrol wacana publik.

1. **Identitas Politik Ulama dalam Akun Instagram @kyai_marufamin**

Data ini dijabarkan beberapa data visual dan tekstual yang digunakan KH. Maruf Amin untuk mengkonstruksi identitas dirinya. Beberapa data tersebut dari akun instagram @kyai_marufamin yang mempunyai 792 postingan berupa foto dan video, mempunyai pengikut 353 rb dan mengikuti 1 akun yakni presiden @Jokowi. Perlu diketahui di awal-awal, Charta Politika dalam hasil surveinya 1 Maret-9 Maret 2019 menemukan temuan bahwa KH. Ma'ruf Amin lebih dikenal dibanding Sandiaga Uno. Melalui 2.000 responden yang tersebar di seluruh provinsi, Kia Maruf dikenal 89,5 persen sedangkan Sandiaga 85,51 persen responden. Tingkat pengenalan masyarakat terhadap pasangan calon wakil Presiden disamping jumlah pemilih muda yang aktif menggunakan media instagram maka, alasan menggunakan instagram menjadi motif utama. Gambaran utama dalam media akun instagram dikelola dengan kekiniaan, menggunakan desain grafis yang dikerjakan oleh ahlinya. Akun ini dikelola secara khusus oleh staff bidang komunikasi KH. Maruf Amin.



Gambar 1 Akun Instagram KH. Maruf Amin

Gambar pertama yang diupload pada tanggal 12 November 2018 di Instagram KH. Maruf Amin menampilkan kegiatan doa bersama untuk Sulawesi Tengah dan halaqoh kebangsaan bersama para Ulama di pondok pesantren al-Muhajirin, Purwakarta. Ini memberikan tanda bahwa setelah penetapan calon Wakil Presiden mendampingi Joko Widodo ada rentang dua bulan untuk membuat akun Instagram. Jumlah yang menyukai 287, dengan caption:

“Doa bersama untuk Sulawesi Tengah dan halaqoh kebangsaan bersama para Ulama... .”

- PP. al Muhajirin Sukatani Purwakarta - .”



Gambar 2 Upload Instagram Pertama

Kegiatan kampanye perdana dengan mengupload di Instagram, KH. Maruf Amin menghadiri salah satu kegiatan dalam format doa bersama. Suasana duka ketika gempa Sulawesi

Tengah memberikan solidaritas untuk mendoakan saudara-saudara kita. Penampilan menggunakan peci hitam, pakaian putih dan lengkap dengan sarungnya. Ia duduk di sebelah Rais Syuriah NU KH. Miftahul Akhyar. Penanda visual inilah yang menjadi makna denotatif, makna tersebut diterima secara umum sebagai simbol yang mewakili keulamaan bagi seorang KH. Maruf Amin, walaupun posisi sebagai calon wakil Presiden. Secara konotatif dalam penanda diupload pertama dapat berupa bahwa seorang KH. Maruf Amin menjalankan kegiatan politik dengan melalui mimbar pengajian berupa doa bersama. Ini bukti konsolidasi elite dalam struktur ulama untuk memenangkan KH. Maruf Amin sebagai cawapres Joko Widodo.

Di upload selanjutnya, temanya adalah kegiatan masa kampanye pilpres 2019. Acaranya tetap mengunjungi beberapa kegiatan keagamaan. Mulai dari kegiatan istighosah kubro di Sidoarjo, Jawa Timur, silaturahmi pondok pesantren di Jawa Timur. Penampilan di hari kampanye menggunakan sarung, peci putih, surban dengan selopnya. Penanda visual inilah menjelaskan secara denotatif, makna tersebut kunjungan beberapa ulama untuk mengkonsolidasi persiapan kemenangan pilpres 2019. Secara konotatif, rangkaian penampilan dengan menggunakan identitas berupa ulama yang ingin ditunjukkan kepada masyarakat sebagai penghormatan terhadap pilihan Joko Widodo sebagai pendampingnya.



Gambar 3 Hari-Hari Kampanye KH. Maruf Amin

Secara umum, kegiatan kampanye dalam instagram ketika bertemu dengan ulama, tokoh politik, relawan dalam menyapa masyarakat. Penampilan tidak ada perubahan, namun mode costumnya sangat menyesuaikan dengan kunjungan ketika kampanye. Misalnya, mendapatkan dukungan dari masyarakat dayak, menggunakan costum yang sesuai dengan budaya masyarakat tersebut, dengan tambahan bunyi caption:



Gambar 4 Penampilan KH. Maruf Amin

“Syukur Alhamdulillah, dukungan dari masyarakat mengalir deras, kali ini datang dari Anak Republik Wilayah Kalimantan Timur dan Adat Dayak, ribuan pendukung memadati Convention Hall Sempaja, Samarinda. Saya ucapkan terima kasih atas penghargaan dan sambutan yang begitu meriah serta doa yang melimpah untuk saya, semoga ini menjadikan kekuatan dan tambahan energi bagi saya untuk dapat menjalankan amanat rakyat Indonesia pada pilpres 2019 ini”

Penanda visual berupa foto, penampilan tetap mempertahankan dengan sarungnya. Tetapi, ada perubahan

pakaian, dengan memberikan simbol berupa baju adat, dan penutup kepala orang dayak. Secara denotatif, gambar ini menunjukkan sikap terbuka untuk menerima dukungan dari lintas elemen sebagai dukungan elektoral dalam pilpres 2019. Tetapi di sisi konotatif, cara merangkul berbagai etnis untuk menunjukkan persepsi bahwa KH. Maruf Amin bersifat inklusif, menerima perbedaan tentang keragaman di sekitar kita. Sepanjang kampanye, KH. Maruf Amin didampingi oleh sang isteri, Wury Estu Handayani. Di Instagram selalu saja moment dibagikan melalui instagram, dengan caption:



Gambar 5 KH. Maruf Amin dan Keluarga

“Semua pihak harus menjaga keasrian Raja Ampat dan lingkungan di sekitarnya. Sehingga ke depannya bisa memberikan efek ekonomi yang positif dan menambah pendapatan warga Papua”

Penanda visual KH. Maruf Amin dengan isterinya ketika mengunjungi Raja Ampat. Penampilan latar belakangnya laut lepas. Pakaian tetap menggunakan sarung, surban putih, pakaian jas hitam, dan peci hitam. Sedangkan isterinya menggunakan kerudung dengan busana hitam. Secara makna denotatif KH. Maruf Amin ingin memperkenalkan Raja Ampat sebagai tempat wisata yang memberikan dampak ekonomi untuk penduduk sekitar. Tetapi secara konotatif KH. Maruf Amin disamping sebagai cawapres yang sibuk berkeliling

menyapa masyarakat, ia juga ada seorang Istri yang selalu mendampingi dalam setiap agenda politiknya.

Dalam kegiatan selanjutnya yang tidak menggunakan sarung adalah kegiatan olahraga dengan caption :



Gambar 6 Foto Instagram KH. Maruf Amin

“Kegiatan tadi pagi sebelum memulai aktifitas di hari senin bersama istri. Olahraga mengelilingi komplek dan taman. Jika ingin sehat, olahragalah. Jika ingin sukses, bekerjalah”.

“Selamat memulai aktifitas di Senin pagi”.

Pada gambar ini menunjukkan di sela-sela agenda politiknya. KH. Maruf berpenampilan dengan celana hitam, baju putih, dan menggunakan peci hitam. Didampingi oleh isteri untuk berjalan santai di pagi hari. Penanda visual ini secara denotatif menunjukkan bahwa ia ingin mengajak masyarakat untuk rajin berolahraga. Tetapi secara konotatif, ia ingin memberikan pandangan bahwa kesehatan menjadi persoalan penting dalam menjaga kebugaran tubuhnya, mengingat usia lansia dengan rajin berolahraga akan mencegah dari penyakit. Selanjutnya, pada masa pelantikan presiden dan wakil presiden, ada yang berbeda dari penampilan sebelumnya. Diupload pada 20

Oktober 2019 dengan caption sebagai berikut :



Gambar 7 Pelantikan KH. Maruf Amin

*Hari ini adalah titik awal di mana saya dan Pak @jokowi telah dilantik mengemban amanat rakyat untuk memimpin menuju Indonesia maju, adil dan makmur. Doa dan dukungan dari seluruh rakyat Indonesia kami harapkan agar dapat mengemban tugas lima tahun ke depan. Mari bersama kita membangun Indonesia menuju masyarakat yang maju, adil dan makmur. Amiin
Jakarta, 20 Oktober 2019.*

Gedung Nusantara MPR/DPR/DPD RI

Penanda visual ini merupakan proses pelantikan presiden dan wakil presiden. Penampilan KH. Maruf Amin yang identik dengan sarungnya. Di hari pelantikannya, ia menggunakan jas berdasi, songkok hitam dan celana hitam. Ini menandakan bahwa perubahan penampilan disebabkan oleh protokoler negara sebagai seorang pejabat negara yang diatur segala teknis termasuk soal penampilannya.

Berikutnya menjadi wakil Presiden, KH. Maruf Amin menyesuaikan dengan situasi kondisi. Ketika dalam acara-acara kenegaraan KH. Maruf Amin menggunakan standart yang telah ditentukan oleh protokoler. Tetapi, KH. Maruf Amin tidak kehilangan representasinya sebagai ulama. Setiap moment yang non kenegaraan menunjukkan ia tetap menggunakan busana

taqwa dengan sarung dan pecinya. Misalnya, dalam mengucapkan peringatan hari besar keagamaan. KH. Maruf menunjukkan sikap sebagai ulama. Seperti foto ucapan selamat terhadap hari Imlek. gambar grafis, dengan caption :



Gambar 8 KH. Maruf Amin Ucapan Selamat Imlek

Selamat Tahun Baru Imlek 2021 Masehi/2572 Kongzili. Semoga semua dimudahkan. Semua mendapatkan kesehatan, kesenangan dan kegembiraan tanpa batas serta kebahagiaan yang melimpah. Semoga semua harapan terkabulkan. Gong Xi Fa Cai.

Gambar menunjukkan, pakaian sarung, peci, surban dan pakaian putih. Di belakangnya ada gambar background barong sai yang berwarna merah. Foto visual menandakan bahwa KH. Maruf Amin tetap menunjukkan sebagai seorang ulama sebagai identitas yang melakat pada dirinya, dengan mengucapkan pada tahun baru Imlek memberikan tanda bahwa ia sebagai wakil Presiden seluruh Indonesia, bukan satu golongan saja.

2. Analisa Wacana Politik dalam akun instagram @kyai_marufamin

Penampilan yang ditampilkan oleh KH. Maruf Amin adalah ulama, politisi, sekaligus seorang wakil Presiden melalui media instagram. Identitas seorang ulama yang mempunyai pengaruh

di masyarakat, fatwa menentukan dinamika sosio, politik agama. Di dalam penggunaan media instagram menunjukkan beberapa wacana politik yang digunakan KH. Maruf Amin melalui caption.

Dalam penelusuran di instagram @kyai_marufamin, peneliti menemukan dua sub sebagai kategorisasi wacana politik KH. Maruf Amin. Pertama, wacana kemenangan pemilu 2019. Kedua, wacana politik kebijakan pemerintah, yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Wacana Politik 2019

Wacana politik yang digunakan KH. Maruf Amin digunakan sejak ditetapkan sebagai calon wakil Presiden 2019. Ia aktif memberikan komentar berupa caption di media instagram. Fungsi penggunaan media sosial salah satunya adalah sebagai berikut: penggunaan media sosial sebagai salah satu kekuatan untuk memberikan pesan kepada pengikutnya, pendukungnya dan lawan-lawan politik. Caption diantaranya:



Gambar 9 KH. Maruf Amin pidato di depan para Gus dan para Santri

Pagi ini, kedatangan tamu istimewa. Barisan Gus dan Santri Bersatu alias BAGUSS BERSATU di bawah pimpinan Ketua Umumnya Gus Ipang Wahid, anak dari KH. Sholahuddin Wahid. Di hadirinya juga oleh sejumlah ulama khos yang merupakan dewan penasihat

dan pembina BAGUSS BERSATU seperti KH. Abdul Hay Naim, KH. Bahruddin Ali, KH. Abdul Haris, KH. Ronggo Warsito, KH. Mujib dan KH. Ibnu Mulkan.

"Kemenangan mayoritas. Kemenangan yang beradab. Itu yang kita bersama perjuangkan. Memenangkan kontestasi adalah tugas mulia, tapi menjaga keutuhan NKRI itu harga mati. Jaga persatuan dan kesatuan. Katakan yang benar kepada masyarakat agar mereka mendapatkan pembelajaran politik yang beradab dan beretika."

Dalam keterangan caption, wacana itu menandakan politik untuk kemenangan 2019. Gaya seorang ulama mengisi wacana di media sosial. Ia tidak menggunakan bahasa agresif, tetapi menggunakan bahasa santun dalam menyampaikan wacana politik di media Instagram. Sifatnya merangkul, dan mengajak pemilihnya untuk bergabung bersama dia. Tidak lupa sentuhan keulamaan KH. Maruf tidak dilepaskan diantaranya ketika menghadiri beberapa kegiatan keagamaan pada masa kampanye dengan caption:

"Dakwah Rasulullah telah berhasil membawa Umatnya menjadi Khoirul Ummah dengan mengedepankan dakwah yang layinah (lembut), mengajak dengan sukarela, menjunjung tinggi sikap tasamuh (toleran), membangun kasih sayang dan cinta kasih terhadap sesama.."

Tabligh Akbar & Maulid Nabi Muhammad SAW di alun2 kota Binjai Medan. (20/11/2018)"

Kerasnya persaingan politik ketika melambangkan dinamika tersendiri. Secara denotatif, pesan KH. Maruf Amin mengingatkan kepada umatnya kembali kepada Nabi

Muhammad sebagai figur teladan bagi semua umatnya. Tetapi, secara konotatif. Pesan ini dihubungkan dengan konteks persaingan politik, banyak ujaran kebencian, hoaks, dan berita bohong. Wacana dakwah rasullulah menjadi kekuatan untuk menyampaikan pesan terhadap pasangan yang kerap mempertontonkan dakwah yang agresif, menakuti. KH. Maruf Amin ingin menampilkan sebagai ulama yang moderat yang bisa diterima oleh sebagian masyarakat yang bersifat moral.

Wacana selanjutnya, di Instagram di masa pemilu 2019. KH. Maruf Amin mengingatkan kepada pendukungnya untuk berhenti menyebarkan berita bohong. Salah satu isi caption sebagai berikut:

“Deklarasi dukungan Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama (PCNU) Tangerang Selatan”

"Semua pendukung harus mengedepankan cara-cara yang baik dalam berkampanye serta menghindari penyebaran berita bohong atau hoaks"

Penanda secara wacana menggambarkan bahwa KH. Maruf Amin ingin menunjukkan kemenangan yang beradab. Tidak menggunakan cara-cara yang kotor. Ia menyisipi pesan ketika upload gambar di instagram. Pada konteks pemilu, berita-berita bohong sering kita temukan dan terjadi di masyarakat. Wacana ini sering digunakan dengan bahasa ulama, terkadang disisipi dengan dalil-dalil keagamaannya.

b. Politik Kebijakan

Dalam wacana yang digunakan dalam media sosial Instagram diantaranya menyebarkan politik kebijakannya, sebelum menjadi wakil presiden atau telah terpilih pendamping Presiden Jokowi. Salah satu wacana kebijakan dalam kampanye ialah:



Gambar 10 Pertemuan Relawan

Bersilaturahmi dengan Komunitas Milenial Maruf Amin For Indonesia (KAMI) di Kopi Abah, Jalan Karapitan Nomer 22 Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat. Islam Indonesia menjadi Islam utuh yang hidup berdampingan. Harus dilakukan pencegahan terhadap kelompok radikal dan kelompok intoleran. Jangan sampai paham tersebut berkembang di Indonesia, kalau tidak dilakukan pencegahan akan mengalami konflik besar seperti negara Afganistan. Dikarenakan itu, kita hrs terus mengembangkan Islam moderat dan rahmatan Lil alamin dengan kajian kebangsaan, dalam mengawal negara kesatuan republik Indonesia (NKRI). "Mudah-mudahan kita bisa mengawal Islam moderat sampai kapanpun. .

Bandung, 19 Januari 2019

Wacana Islam Moderat menjadi pokok bahasan yang utama yang dikemukakan sebagai cawapres ketika itu. Dalam konteks ini, promblematika radikalisme menjadi isu penting. Melalui, media sosial menyampaikan wacana politik. Ia menempatkan sebagai ulama yang moderat, yang

ingin menyebarkan islam yang ramah tidak mempertentangkan perbedaan.

Ketika, menjadi wakil presiden. Media sosial instagram digunakan untuk menyampaikan kegiatan-kegiatan meliputi rapat kordinasi dengan para menteri salah satu caption sebagai berikut:



Gambar 11 Rapat Kordinasi

“Kemarin saya bersama Presiden @jokowi mengadakan Rapat Terbatas yang membahas Strategi Nasional Keuangan Inklusif di Kantor Presiden, Jakarta. Fokus pembahasan pada rapat terbatas kali ini mengenai literasi dan inklusi keuangan masyarakat. Berdasarkan data hasil survei Otoritas Jasa Keuangan, pada tahun 2019 indeks literasi keuangan pada 2019 mengalami peningkatan. Namun, meskipun meningkat, angka tersebut masih tergolong rendah, masih di bawah negara-negara tetangga. Oleh sebab itu, kami mendorong lembaga keuangan, terutama perbankan, untuk terus meningkatkan literasi dan inklusi keuangan di semua lapisan masyarakat. Saat ini tingkat penetrasi layanan internet sudah cukup tinggi di Indonesia, tadi Presiden juga meminta layanan keuangan juga difokuskan pada layanan digital. Ini dapat menjadi alternatif layanan yang cepat dan mudah”

Penggunaan media sosial di instagram disampaikan dengan bahasa yang lugas, dan mudah dimengerti. KH. Maruf Amin ingin menandakan bahwa ia melaporkan beberapa kegiatan setelah menjabat wakil Presiden yang terkait tentang otoritas keuangan di Indonesia. Kemudian,

di dalam konteks pandemi Covid-19. KH. Maruf Amin berkali-kali mengupload tentang anjuran-anjuran untuk di rumah saja, mengajurkan untuk vaksinasi.



Gambar 12 Gambar tentang sosialisasi Protokol Kesehatan Covid-19

“Saya mengimbau kepada masyarakat agar rekomendasi dari Organisasi Kesehatan Dunia atau WHO harap menjadi perhatian bersama. Mari menggunakan masker saat beraktivitas di luar rumah. Untuk itu kita gunakan masker kain yang dapat dicuci dan dikenakan kembali. Karena, masker medis seperti masker bedah dan N-95 harus diprioritaskan untuk dokter dan paramedis. Rapat terbatas dalam rangka mendengar laporan Tim Gugus Tugas Covid-19 hari ini digelar melalui telekonferensi. Presiden Joko Widodo dalam arahnya berharap agar Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dapat dilaksanakan dan dikoordinasikan dengan baik antara pemerintah pusat dan daerah, agar kita memiliki sebuah kecepatan untuk mencegah dan memutus rantai penyebaran Covid-19”

atau tentang kebijakan vaksinasi:



Gambar 13 Vaksinisasi

“Ikhtiar Menjaga Kekebalan Tubuh dari Covid-19 Puji syukur kehadiran Allah SWT. Setelah Presiden Joko Widodo melaksanakan vaksin di gelombang pertama,

hari ini giliran saya divaksinasi pada gelombang kedua sebagai ikhtiar untuk menjaga kekebalan tubuh dari covid-19. Untuk periode kedua ini sasarannya 38.513.446 orang”

“Alhamdulillah, setelah divaksin, tidak ada masalah. Tidak sakit dan juga tidak ada rasa pusing. Biasa-biasa saja. Karena itu, saya mengajak semua yang sebangsa dengan saya, serumpun dengan saya, yang usianya cukup lanjut, untuk turut serta dalam program vaksinasi demi kebaikan bersama. Insya Allah tidak menimbulkan efek apa-apa”

“Menurut, pandangan Islam, vaksinasasi saat ini hukumnya fardu kifayah, wajib untuk melakukan vaksin. Dalam bahasa fiqhnya al ikhtiradj anil waba (menjaga dari penyakit itu hukumnya wajib). Wajibnya sampai kapan? Sampai nanti tercapainya herd immunity. Sampai 70% warga negara Indonesia tervaksin baru gugur kewajibannya”

“Karena itu, sekali lagi saya mengajak semua untuk bersama-sama mensukseskan program vaksinasi agar kita semua mendapatkan imunitas. Insya Allah bangsa kita aman dan terbebas dari bahaya covid-19”

Dalam konteks, penggunaan media sosial. KH. Maruf Amin tidak mengubah gayanya sebagai ulama. Penggunaan media sosial menjadi kekuatan untuk menyebarkan pesan-pesan terkait kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah. Instagram merupakan media untuk mewujudkan agenda politik. Ia ingin akses untuk mengontrol wacana publik. Seluruh praktik diskursif merupakan reproduksi pesan yang disampaikan oleh KH. Maruf Amin.

E. KESIMPULAN

Dalam tulisan ini dipaparkan secara singkat mengenai: (1) Identitas politik dalam akun instagram @kyai_marufamin. (2) wacana politik dalam akun instagram @kyai_marufamin. Sehubungan dengan uraian tersebut, KH. Maruf Amin menggunakan media sosial instagram untuk menyebarkan visi-misi, program kerja, serta mengemas citra sebagai ulama dengan menampilkan berbagai dukungan dari elite agama. Identitas ulama melekat pada citra KH. Maruf Amin, ini dicitrakan dengan penampilan dan gagasan yang selalu mewarnai di instagram. Pada konteks analisa wacana instagram menjadi simbol kekuasaan KH. Maruf Amin yang digunakan sebagai strategi dalam agenda politiknya. Sedangkan, pada lingkup makro, lebih luas mengidentifikasi elite simbolik yang memiliki akses khusus untuk mengontrol wacana publik. Gaya pesan-pesan yang digunakan cara ulama, pesan politiknya halus tidak menyerang siapapun. Tetapi, dengan menggunakan dalil agama yang mempengaruhi KH. Maruf Amin untuk menyampaikan pesan di instagram.

F. DAFTAR PUSTAKA

- ARYA, FERNANDES. (2018). *Politik Identitas Dalam Pemilu 2019: Proyeksi Dan Efektivitas*. Centre for Strategic and International Studies, no. 1.
- Barata, M. F., & Simanjuntak, M. B. (2019). *Strategi Publisitas dan Propaganda Politik (Studi pada Kandidat Presiden & Wakil Presiden, Jokowi-KH. Ma'ruf Amin)*. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 23(2), 135-154.
- Crowder, M. J., & Hand, D. J. (2017). *Analysis of repeated measures*. Routledge.
- Eriyanto. (2001). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Fata, M. K. (2018). *Membaca polarisasi santri dalam kontestasi pilpres 2019. Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Penelitian Sosial Keagamaan*, 18(2), 325-346.
- Hartley, John. (2004). *Communication, Cultural, and Media Studies: The Key Concepts*. London: Routledge.
- Hall, S. (1997). *The work of representation. Representation: Cultural representations and signifying practices*, 2, 13-7.
- Hidayah, S. (2012). *Antropologi Digital dan Hiperteks: Sebuah Pembahasan Awal*. *Jurnal Ranah*, 2(01).
- Lemonjake. (2019). *Kiai Maruf: Pencetus Dewan Syariah Nasional Dan Fatwa-Fatwanya.* Www.Kompasiana.Com, 2019.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2008). *New media: A critical introduction*. Routledge.

- Maarif, A. S., Maarif, A. S., Ali-Fauzi, I., & Panggabean, S. R. (2010). *Politik identitas dan masa depan pluralisme kita*. Pusat Studi Agama dan Demokrasi (PUSAD), Yayasan Wakaf Paramadina.
- Mujab, S., & Irfansyah, A. (2020). *Komunikasi Politik Identitas KH Ma'ruf Amin sebagai Strategi Depolarisasi Agama pada Kontestasi Demokrasi Pilpres 2019*. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 3(01), 54-66.
- Nugroho, M., Priyowidodo, G., & Luik, J. E. (2020). *Strategi Impression Management KH Ma'ruf Amin Saat Menjadi Wakil Presiden RI 2019-2024 Melalui Instagram@ Kyai_marufamin*. *Jurnal e-Komunikasi*, 8(2).
- Rustanta, A. (2019). *Makna Simbolik Busana Sarung Kyai Ma'ruf Amin*. *Jurnal KOMUNIKATIF Vol*, 8(2), 165.
- Rustanta, A. (2020). *Analisis multimodalitas terhadap kefiguran Ma'ruf Amin pada Kontestasi Pemilihan Presiden 2019*. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 5(1), 110-122.
- Russmann, U., & Svensson, J. (2017). *Introduction to visual communication in the age of social media: Conceptual, theoretical and methodological challenges*. *Media and Communication*, 5(4), 1-5.
- Sahid, A. A. (2020). *Politik Representasi Islam Dalam Film 212 The Power Of Love*. *JWP (Jurnal Wacana Politik)*, 5(1), 26-40.
- Sanusi, A., & Gumilar, G. (2019). *Peran Ma'ruf Amin dalam Meraih Suara Masyarakat Muslim pada Pemilihan Presiden 2019*. *LENTERA*, 3(1).

- Sonny. (2019). *Nilai Strategis Kefiguran KH Maruf Amin Sebagai Pasangan Joko Widodo Pada Pemilihan Presiden 2019*. *Jurnal Renaissance* (02): 541-50. <http://www.ejournal-academia.org/index.php/renaissance>
- Syafii, Maarif Ahmad. (2010). *Politik Identitas Dan Masa Depan Pluralisme Kita*. Edited by Mubarak Husni. I. Jakarta: Pusat Studi Agama dan Demokrasi (PUSAD) Yayasan Wakaf Paramadina.
- Ubed, Abdilah S. (2002). *Politik Identitas Etnis: Pergulatan Tanda Tanpa Identitas*. 1st ed. Magelang: Indonesiatara.
- Wink. (2018). *Biografi KH Maruf Amin-Profil Dan Biodata Lengkap Ulama Indonesia*. [Www.Biografiku.Com](http://www.biografiku.com). 2018.
- [Www.Bbc.Com](http://www.bbc.com). (2018). *Reuni 212: Relevansi Gerakan Dan Upaya Menggenjot Suara Prabowo*.
- Zaenal, M. (2012). *Senat Akademik Sepakat Anugerahkan Dr HC Kepada KH Maruf Amin*. BERITA UIN Online, 2012.