



Resepsi Netizen terhadap Polemik Otoritas Dakwah *Ustaz Rizqi Asfianudin dan Ning Umi Laila* di TikTok dalam Perspektif Etnografi Virtual

Danasty Naesyah Wandiana^{1*} & Abdul Basit²

¹²Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, Indonesia

*danastynn00@gmail.com

ABSTRACT

This research was conducted to analyze netizens' comments on the criticism made by Ustadz Rizqi Asfianudin (a TikTok preacher) towards Ning Umi Laila, who discussed the proper way to perform ablution on the RCTI television station's program "Bunga-Bunga Hati Edisi Ramadhan" for the year 2024 or 1445 Hijriyyah. Ustadz Rizqi's criticism sparked both pro and con comments among netizens. The researcher conducted observations of netizens' comments on the critical content and collected documentation to obtain research data. The data obtained will be analyzed using qualitative research methods with a virtual ethnography approach. The analysis in this research goes through the stages of the object level. (media objek). The research results show differences in responses or reactions indicated by netizens in the comment section, namely; 1) Supporting Ustadz Rizqi, 2) Supporting Ning Umi Laila, 3) Not supporting either or neutral, and 4) Mentioning another preacher.

Keyword: Competence; da'i; netizens; television; tiktok.

PENDAHULUAN

Sudah tidak asing lagi tentunya bahwasanya media sosial kini tidak hanya digunakan untuk sekadar menonton hiburan saja. Media sosial kini dapat digunakan oleh siapa saja, kapan saja, dimana saja, bahkan hingga konten yang diproduksi pun dibebaskan oleh media sosial. Meskipun masing-masing platform tentu memiliki kebijakannya masing-masing demi tercapainya rasa nyaman pada seluruh pengguna platform nya. Alih-alih mendengarkan dakwah secara langsung, kini masyarakat kita juga senang mendengarkan dakwah melalui media sosial seperti YouTube (Yuliasih, 2024).

Pengguna yang mendengarkan dakwah melalui YouTube biasanya merupakan generasi millennial keatas, sedangkan generasi milenial kebawah cenderung menyukai dakwah yang dikemas dengan lebih menarik melalui potongan-potongan video YouTube atau konten dakwah yang berdurasi tidak

panjang. Karena generasi milenial cenderung menyukai konten yang instan, tidak bertele-tele, kreatif, inovatif, dan tentunya menyentuh di hati. Platform yang tepat digunakan untuk konten yang instan dengan durasi yang tidak terlalu panjang salah satunya adalah TikTok. Maka tak heran mengapa dakwah melalui TikTok mampu menarik lebih banyak audiens (Husna, 2023; Rustandi & Hendrawan, 2022)).

Transformasi dakwah di era digital telah mengubah lanskap komunikasi keagamaan secara fundamental, di mana media sosial tidak lagi sekadar menjadi medium penyebaran pesan, melainkan ruang kontestasi otoritas dan negosiasi makna keagamaan. Penelitian Slama (2017) menunjukkan bahwa media digital telah menciptakan ekologi baru dalam praktik dakwah Islam, di mana batas antara dai formal dan informal menjadi semakin kabur, serta memungkinkan munculnya figur-figur keagamaan baru yang memperoleh legitimasi melalui popularitas digital daripada kredensial akademis tradisional.

Fenomena ini sejalan dengan temuan Baulch dan Pramiyanti (2018) yang mengidentifikasi munculnya "Islam populer" di media sosial Indonesia, di mana konten keagamaan dikemas dengan estetika pop culture untuk menarik audiens muda. Dalam konteks ini, TikTok sebagai platform berbasis video pendek telah menjadi arena strategis bagi dai untuk menjangkau generasi Z yang memiliki rentang perhatian singkat namun konsumsi konten yang masif (Abidin & Gwynne, 2017).

Namun, demokratisasi produksi konten dakwah di media sosial juga memunculkan problematika baru terkait otoritas keagamaan dan akurasi ajaran. Campbell dan Evolvi (2019) menekankan bahwa ruang digital menciptakan tensi antara aksesibilitas informasi keagamaan dengan kontrol kualitas konten, di mana siapa pun dapat memproduksi dan menyebarkan interpretasi keagamaan tanpa mekanisme verifikasi yang memadai. Kondisi ini memicu polemik dan kontroversi di kalangan netizen, terutama ketika terjadi perbedaan pendapat antara dai populer di media sosial dengan ulama tradisional atau figur keagamaan yang tampil di media mainstream seperti televisi. Hoover dan Echchaibi (2014) menjelaskan bahwa konflik semacam ini merupakan manifestasi dari proses negosiasi otoritas keagamaan di era digital, di mana audiens tidak lagi menjadi penerima pasif melainkan partisipan aktif yang turut membentuk dan mempertanyakan legitimasi keagamaan melalui komentar, shares, dan interaksi digital lainnya.

Lebih jauh, fenomena konvergensi media antara platform televisi dan media sosial telah menciptakan ekosistem komunikasi hybrid yang kompleks, di mana konten yang ditayangkan di satu platform dapat dengan cepat tersirkulasi, dikomentari, dan diperdebatkan di platform lain. Jenkins (2006) melalui konsep "convergence culture" menjelaskan bahwa audiens kontemporer tidak hanya mengonsumsi konten tetapi juga aktif memproduksi makna dan mendistribusikan ulang konten tersebut dalam jaringan sosial digital mereka. Dalam konteks

dakwah, hal ini berarti bahwa setiap konten keagamaan yang diproduksi—baik di televisi maupun media sosial—berpotensi menjadi objek diskursus publik yang melibatkan negosiasi interpretasi, evaluasi otoritas, dan konstruksi makna kolektif. Oleh karena itu, menganalisis resepsi netizen terhadap polemik dakwah di media sosial menjadi penting untuk memahami dinamika otoritas keagamaan kontemporer dan pola komunikasi dakwah di era digital.

Seperti halnya Ustadz Rizqi Asfianudin yang memanfaatkan platform TikTok untuk mendakwahkan agama Islam. Dengan menggunakan *username* @Rizqi_asfianudin, Ustadz Rizqi membagikan konten dakwah dengan menarik. Sebab di era saat ini biasanya para konten kreator TikTok berlomba-lomba menyajikan konten *trendy* dengan hal-hal yang unik, namun Ustadz Rizqi memilih untuk tetap menggunakan gaya kepesantrenan untuk setiap kontennya, yakni dengan membuka kitab sesuai dengan topik bahasan pada setiap videonya. Gaya dai Ustadz Rizqi ini menarik banyak *followers* yang kini telah mencapai 151,9 rb.

Hal menarik lainnya muncul pada video yang diunggah Ustadz Rizqi pada 12 April 2024 lalu dengan judul video “Menanggapi Fiqh *Wudhu* Ning Umi Laila Part I” dan yang diunggah pada 13 April 2024 dengan judul video “Menanggapi Fiqh *Wudhu* Ning Umi Laila Part II”. Video ini berisi kritik yang disampaikan oleh Ustadz Rizqi (Dai TikTok) terhadap tata cara berwudhu yang disampaikan oleh Ning Umi Laila (Dai Televisi) pada program siaran televisi Bunga-Bunga Hati pada channel RCTI edisi Ramadhan 2024 kemarin. Kritik yang disampaikan oleh Ustadz Rizqi ini memunculkan berbagai macam komentar yang akan dibahas pada artikel ini.

Fenomena ini menarik untuk dikaji secara akademis karena mencerminkan dinamika kompleks antara otoritas keagamaan tradisional dan otoritas keagamaan digital dalam konteks konvergensi media. Di satu sisi, Ning Umi Laila merepresentasikan figur dai yang memperoleh legitimasi melalui jalur media mainstream (televisi) dengan jangkauan audiens massal dan endorsement institusional dari stasiun televisi nasional. Di sisi lain, Ustadz Rizqi merepresentasikan generasi dai baru yang membangun otoritas melalui media sosial dengan mengandalkan autentisitas konten, konsistensi metode tradisional (pembacaan kitab), dan *engagement* langsung dengan audiens digital. Ketika kedua bentuk otoritas ini bersinggungan dalam sebuah polemik, ruang digital menjadi arena kontestasi di mana netizen tidak hanya berperan sebagai audiens pasif, melainkan sebagai agen aktif yang turut menentukan legitimasi keagamaan melalui komentar, dukungan, atau kritik mereka. Hal ini sejalan dengan konsep "*mediatization of religion*" yang dikemukakan oleh Hjarvard (2008), di mana media tidak lagi sekadar menjadi saluran komunikasi keagamaan, tetapi telah menjadi institusi yang membentuk dan mengubah praktik serta otoritas keagamaan itu sendiri.

Lebih jauh, kasus ini juga menunjukkan fenomena "*religious call-out culture*" di media sosial, di mana dai dengan basis pengikut tertentu merasa memiliki tanggung jawab atau otoritas untuk mengoreksi pemahaman keagamaan yang dianggap keliru, bahkan ketika disampaikan oleh figur yang memiliki platform lebih besar seperti televisi nasional. Praktik kritik publik semacam ini menciptakan dilema antara dakwah bil hikmah (dengan kebijaksanaan) dan kebutuhan untuk klarifikasi ajaran yang dianggap menyimpang.

Resepsi netizen terhadap polemik ini menjadi indikator penting untuk memahami bagaimana publik Muslim kontemporer menegosiasikan berbagai klaim otoritas keagamaan, kriteria apa yang mereka gunakan untuk menilai kredibilitas seorang dai, serta bagaimana mereka memposisikan diri dalam diskursus keagamaan yang terfragmentasi di ruang digital. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya menganalisis pola komentar netizen secara deskriptif, tetapi juga berupaya mengungkap struktur makna, logika argumentasi, dan konstruksi otoritas yang termanifestasi dalam interaksi digital tersebut, sehingga dapat memberikan kontribusi pada pemahaman tentang transformasi komunikasi dakwah dan otoritas keagamaan di era digital.

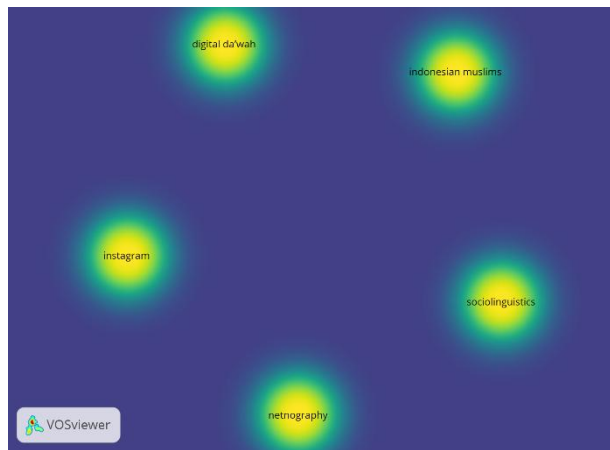
Penelitian serupa mengenai analisis isi komentar netizen di media sosial sudah sering dilakukan, misalnya penelitian yang dilakukan oleh Anggia Kesuma Putri dengan judul "Representasi Media Dakwah Modern: Studi Kasus pada Platform Twitter". Penelitian ini melakukan analisis semiotika terhadap komentar netizen pada akun Husein Ja'far serta bagaimana Twitter digunakan sebagai representasi media dakwah di era digital (Putri, 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Surya Handika Rakhmat juga hampir sama yakni meneliti mengenai komentar netizen pada konten dakwah Ustadz Hanan Attaki yang diberi judul "Nilai Budaya Khalayak Digital dalam Komentar pada Konten Dakwah di Instagram Hanan_Attaki". Dalam penelitian ini ditunjukkan hasil bahwa muncul berbagai komentar pada instagram hanan_attaki yang menimbulkan nilai-nilai budaya seperti personal, nilai spiritual, dan nilai perdamaian (Rakhmat, 2020).

Penelitian lain juga dilakukan oleh Atin Nurul Hidayah dan Ageng Widodo dengan judul "Resepsi Audiens pada *Personal Branding* Habib Husein Jafar di Youtube Channel "Jeda Nulis"". Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis respon netizen terhadap *personal branding* yang dibentuk oleh Habib Husein Jafar al Hadar pada channel Youtubenya "Jeda Nulis". Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara garis besar netizen atau *followers* dari Habib Jafar ini menerima *branding* yang dibentuknya di Youtube (Hidayah, A. N., & Widodo, A. (2021).

Namun dari sekian banyak penelitian yang dilakukan untuk menganalisis komentar netizen pada media sosial, khususnya penelitian mengenai komentar netizen pada konten Ustadz Rizqi di platform TikTok masih belum ditemukan

sehingga penelitian ini menjadi hal yang baru. Peneliti telah melakukan analisis melalui VOSviewer untuk menemukan novelty penelitian. Lihat gambar berikut:



Sumber: VosViewer, 2025

Gambar 1. Hasil Analisis Novelty menggunakan VOSviewer

Gambar 1 menunjukkan bahwa penelitian mengenai dai di TikTok masih belum banyak dilakukan, sedangkan penelitian mengenai dakwah digital melalui instagram sudah cukup banyak dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwasanya penelitian ini menjadi kebaruan dalam bidang dakwah digital.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi virtual yang digunakan untuk melakukan eksplorasi terhadap user internet, dimana pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan studi dokumentasi pada kolom komentar video TikTok @Rizqi_asfianudin dengan judul video “Menanggapi Fiqh Wudhu Ning Umi Laila” part I dan part II. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis tahapan level objek (media objek) yakni menganalisis interaksi yang terjadi di media sosial dan komunikasi yang terjadi antar anggota komunitas melalui komentar dan forum (Benreguia, 2025)

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis komentar netizen pada konten TikTok Ustadz Rizqi yang mengkritik fiqh wudhu Ning Umi Laila. Dimana hal ini diharapkan mampu bermanfaat bagi masyarakat, media, dan agama. Manfaat bagi masyarakat adalah sebagai bahan untuk refleksi diri, peningkatan literasi digital, dan partisipasi publik. Manfaat bagi media adalah untuk lebih menekankan etika jurnalisme, tanggung jawab sosial, dan inovasi konten. Serta manfaat bagi agama adalah untuk adaptasi dakwah, sebagai bahan dialog antar agama, dan moderasi beragama.

Pendekatan etnografi virtual dipilih karena relevansinya dalam mengkaji praktik sosial dan konstruksi makna dalam ruang digital, di mana interaksi tidak

terjadi secara face-to-face namun tetap membentuk komunitas diskursif yang bermakna. Hine (2015) menegaskan bahwa etnografi virtual memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana individu dan komunitas menciptakan, menegosiasikan, dan mempertahankan identitas serta nilai-nilai mereka dalam konteks mediasi teknologi. Dalam konteks penelitian ini, kolom komentar TikTok tidak dipandang sekadar sebagai ruang ekspresi individual, melainkan sebagai arena publik di mana diskursus keagamaan dikonstruksi secara kolektif melalui interaksi dialogis antara netizen.

Pink et al. (2016) menjelaskan bahwa digital ethnography mensyaratkan peneliti untuk memahami affordances platform—dalam hal ini algoritma TikTok, format video pendek, dan fitur komentar—karena karakteristik teknologi ini membentuk bagaimana konten diproduksi, didistribusikan, dan diterima. Proses pengumpulan data dilakukan dengan teknik purposive sampling, memilih komentar yang representatif dari berbagai orientasi respons netizen, dan dilanjutkan dengan kategorisasi tematik berdasarkan pola argumentasi, rujukan otoritas, dan posisi diskursif yang dimunculkan dalam komentar tersebut.

Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan konsep resepsi audiens dalam konteks komunikasi dakwah digital, di mana audiens tidak lagi dipandang sebagai penerima pasif tetapi sebagai co-producer makna keagamaan. Livingstone (2013) dalam studinya tentang audience reception menekankan pentingnya memahami bagaimana audiens secara aktif menginterpretasi, menegosiasikan, dan bahkan menolak pesan yang disampaikan berdasarkan konteks sosial, pengetahuan prior, dan identitas mereka.

Dalam konteks dakwah digital, hal ini berarti bahwa efektivitas pesan keagamaan tidak hanya ditentukan oleh kredibilitas dai atau kualitas konten, melainkan juga oleh bagaimana audiens—dalam hal ini netizen—memaknai, memvalidasi, dan merespon pesan tersebut dalam interaksi sosial mereka. Penelitian ini juga memperluas diskusi tentang "Authority 3.0" yang dikemukakan oleh Campbell (2012), yakni bagaimana otoritas keagamaan di era digital tidak lagi bersifat hierarkis dan top-down, melainkan terdistribusi dan dikonstruksi melalui negosiasi kolektif dalam jaringan digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Sosial sebagai Ruang Negosiasi Etika dan Otoritas Keagamaan

Realitas diskursus keagamaan di media sosial menjadi semakin kompleks ketika dihadapkan pada data empiris tentang rendahnya etika interaksi digital. Berbagai survei menunjukkan bahwa ruang digital di Indonesia belum sepenuhnya menjadi ruang dialog yang sehat. Temuan Microsoft pada tahun 2020 yang menempatkan warganet Indonesia dalam kategori paling tidak sopan di kawasan Asia Pasifik

memberi gambaran bahwa persoalan ini bersifat struktural, bukan insidental. Media sosial yang seharusnya menjadi medium pertukaran gagasan justru kerap berubah menjadi arena pelampiasan emosi dan kekerasan simbolik, termasuk dalam isu-isu keagamaan yang sensitif.

Data dari Digital Civility Index pada Februari 2021 memperkuat gambaran tersebut. Dalam rentang waktu 2018 hingga 2021 tercatat menunjukkan hasil bahwa terdapat sebanyak 3.760 ujaran kebencian yang diumbar di media sosial dalam kurun waktu antara tahun 2018 hingga tahun 2021. Dimana ujaran kebencian dialami oleh sebanyak 27%, diskriminasi dialami oleh sebanyak 13%, dan penipuan serta hoax dialami oleh 43% dari total responden. Ketika agama masuk ke dalam ruang yang secara kultural sudah sarat dengan ketegangan dan agresivitas verbal, maka pesan keagamaan berpotensi kehilangan nilai rahmah dan kebijaksanaannya (Rohaimi, 2022).

Kondisi ini berdampak langsung pada cara ajaran agama dipahami dan dipraktikkan. Diskursus keagamaan yang semestinya menumbuhkan kedalaman spiritual dan kepekaan sosial justru kerap direduksi menjadi alat pembenaran sikap eksklusif. Ujaran kebencian berbasis agama sering muncul bukan karena perbedaan teologis semata, melainkan karena absennya adab dalam berinteraksi. Media sosial kemudian mempercepat penyebaran narasi keagamaan yang reaktif dan defensif, alih alih reflektif dan transformatif (Missier, 2025)

Dalam konteks ini, rendahnya kesopanan digital tidak bisa dilepaskan dari logika algoritma dan budaya popularitas yang mendominasi media sosial. Konten provokatif lebih mudah mendapatkan perhatian, sementara narasi keagamaan yang tenang dan argumentatif sering tenggelam. Akibatnya, ruang diskursus keagamaan cenderung dikuasai oleh suara-suara keras yang memperuncing perbedaan. Agama tampil bukan sebagai jalan pencarian makna, tetapi sebagai identitas yang dipertaruhkan dalam konflik wacana.

Survei di atas menunjukkan bahwa netizen Indonesia cenderung lebih mudah memberikan respon tanpa memikirkan bagaimana dampak yang ditimbulkan dari komentarnya tersebut. Namun hal ini tidak lantas harus dijadikan panduan secara mentah, sebab tidak semua komentar netizen Indonesia berisikan ujaran kebencian, diskriminasi, sarkasme, hoax, dan sebagainya, masih banyak komentar netizen Indonesia yang justru memiliki arti positif dan membangun bagi para *influencer* ataupun konten kreator di media sosial, khususnya TikTok (Surip, et. al., 2024)

Kolom komentar dalam platform media sosial seperti TikTok merupakan ruang diskursif yang memfasilitasi partisipasi publik dalam pembentukan opini dan negosiasi makna secara real-time. Menurut Boyd (2014), karakteristik affordances media sosial—yakni *persistence* (ketekunan), *replicability* (replikabilitas), *scalability* (skalabilitas), dan *searchability* (kemudahan pencarian)—memungkinkan komentar

netizen tidak hanya berfungsi sebagai respons individual terhadap konten, tetapi juga sebagai bagian dari diskursus kolektif yang membentuk opini publik dan konstruksi makna bersama. Dalam konteks polemik keagamaan, kolom komentar menjadi arena "*counterpublics*" sebagaimana dikonseptualisasikan oleh Fraser (1990), di mana berbagai suara alternatif, perspektif marginal, dan *counter-discourse* dapat dimunculkan untuk menantang atau mendukung narasi dominan.

Interaksi dialogis antar netizen dalam kolom komentar menciptakan ekologi komunikasi yang kompleks, di mana setiap komentar tidak berdiri sendiri melainkan saling merespons, memvalidasi, atau mengkritik satu sama lain, membentuk rantai argumentasi yang dinamis dan terus berkembang seiring waktu. Lebih jauh, analisis terhadap komentar netizen dalam konteks polemik dakwah digital memerlukan pemahaman tentang berbagai strategi retorika dan positioning yang digunakan oleh partisipan untuk melegitimasi pendapat mereka.

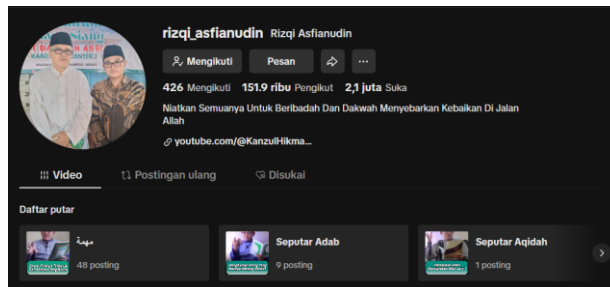
Goffman (1959) melalui konsep "*presentation of self*" menjelaskan bahwa individu dalam interaksi sosial—termasuk interaksi digital—secara strategis menampilkan identitas dan kredibilitas mereka untuk mempengaruhi persepsi orang lain. Dalam kolom komentar diskursus keagamaan, netizen seringkali melakukan "*identity work*" dengan cara menyebut afiliasi keagamaan mereka, menunjukkan pengetahuan kitab atau dalil, atau merujuk pada otoritas ulama tertentu untuk memperkuat argumen mereka. Papacharissi (2015) dalam studinya tentang "*affective publics*" juga menekankan bahwa komentar di media sosial tidak hanya mengandung konten kognitif (argumen rasional) tetapi juga dimensi afektif (emosi, sentimen, solidaritas) yang memainkan peran penting dalam mobilisasi dukungan dan pembentukan komunitas diskursif. Oleh karena itu, klasifikasi komentar netizen dalam penelitian ini tidak hanya didasarkan pada posisi pro-kontra, tetapi juga mempertimbangkan strategi argumentasi, rujukan otoritas, dan dimensi afektif yang termanifestasi dalam setiap kategori respons.

Kemudahan netizen dalam memberikan respon terhadap konten di media sosial juga terlihat pada kolom komentar konten TikTok @Rizqi_asfianudin yang mengkritik fiqh wudhu atau tata cara berwudhu yang diajarkan Ning Umi Laila di program siaran televisi Bunga-Bunga Hati edisi Ramadhan 2024. Komentar netizen pada kolom komentar itu dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kelompok yang akan dibahas pada pembahasan dibawah ini.

Negosiasi Otoritas dan Legitimasi Keagamaan dalam Diskursus Digital: Analisis Komentar Netizen

Analisis data dalam etnografi virtual dapat dilakukan salah satunya adalah menggunakan level objek (*media object*) yakni peneliti akan melihat seluruh aktivitas dan interaksi yang terhubung oleh pengguna satu dengan pengguna lainnya. Data yang dianalisis diperoleh melalui observasi terhadap teks dan konteks yang ada

pada kedua video Ustadz Rizqi tersebut diatas. Peneliti berfokus pada tanggapan dari netizen berupa *views*, *like*, *comment*, dan *followers*. Berikut adalah akun TikTok milik Ustadz Rizqi Asfianudin.



Sumber: TikTok @Rizqi_asfianudin

Gambar 2. Screenshoot akun tiktok Ustadz Rizqi Asfianudin

Pada gambar diatas terlihat bahwa Ustadz Rizqi memiliki jumlah *followers* sebanyak 151.9 ribu, jumlah *follow* sebanyak 426, dan jumlah *like* sebanyak 2,1 juta. Melalui foto profil nya bersama dengan gurunya yakni Abah Najib Afandi, Masyayikh Pondok Pesantren al-Hikmah 2 Benda, Sirampog, Brebes beserta dengan caption pada bio nya yang bertuliskan “Niatkan Semuanya Untuk Beribadah dan Dakwah Menyebarkan Kebajikan Di Jalan Allah” sudah sangat jelas menunjukan bahwa Ustadz Rizqi memang memanfaatkan TikTok untuk berdakwah menyebarkan ajaran agama islam. Sedangkan yang akan dibahas pada penelitian ini adalah salah dua dari sekian banyak nya konten dakwah yang diunggah pada akun TikTok Ustadz Rizqi yakni dengan judul “Menanggapi Fiqh Wudhu Ning Umi Laila Part I” dan video berjudul “Menanggapi Fiqh Wudhu Ning Umi Laila Part II”.

Video part I meraih penonton sebanyak 8,7 juta. Bahkan video part I nya ini disematkan pada profil Ustadz Rizqi di TikToknya. Video part I ini juga mendapat *like* sebanyak 200,2 ribu, 13.900 komentar, dan 26,8 ribu pengguna yang menyimpan video tersebut.

Sedangkan video part II nya ditonton oleh 1,5 juta penonton. Perbedaan yang cukup signifikan memang dengan video part I sebagaimana dijelaskan diatas, namun hal ini juga ramai diperbincangkan netizen sebab masih merupakan pembahasan yang sama dengan video part I.

Berbeda dengan video part 1 yang menjangkau lebih banyak *viewers*, *like*, *comment*, dan *save*, video pada part II menjangkau lebih sedikit yakni dengan jumlah *like* sebanyak 18,8 ribu, komentar sebanyak 1.378, dan disimpan sebanyak 2.183. Meskipun jauh lebih sedikit, namun angka ini juga sudah termasuk menjangkau banyak pengguna tiktok, atau dalam konsep dakwah disebut dengan mad'u.

Dalam video part I dan II, Ustadz Rizqi menyampaikan kritik terhadap

Ning Umi Laila yang menurutnya “keliru”. Pada video part I berisi Ning Umi Laila yang mengajarkan tata cara berwudhu yang menurut Ustadz Rizqi keliru adalah pada saat membasuh tangan. Dalam praktiknya Ning Umi Laila menyampaikan “yang penting kanan-kiri, kanan-kiri. Kanan-kiri baru dihitung satu. Nah terkadang orang kan gini satu dua tiga dihitung pada satu tangan dulu.” Ucapnya sambil mempraktikkan.

Kemudian Ustadz Rizqi menanggapi dengan mengatakan: “Jadi ketika membasuh tangan kanan kiri kanan kiri kakan kiri atau kanan kanan kanan, dan beliau tadi Ning Umi Laila mengeluarkan statement salah begitu ya memang menyalahkan orang yang wudhunya kanan kanan kanan, kiri kiri kiri. Ini gimana ya, karena Ketika beliau menyampaikan seperti itu di saat yang bersamaan Ketika saya baca kitab-kitab para ulama, kitab-kitab hadits justru wudhunya kanjeng nabi seperti itu.”

Ustadz Rizqi juga menambahkan dengan memberikan penjelasan sesuai dengan kitab yang pernah dipelajarinya dengan mengatakan “Apa yang disalahkan oleh Ning Umi Laila justru adalah yang dicontohkan oleh Nabi dan para sahabat yaitu *Taqdimul Yumna ‘alal Yusra* dan Ketika taslil itu ya kanan kanan kanan, kiri kiri kiri.” Ustadz Rizqi juga mencotokkan salah satu hadits yang tidak disebutkan hadits riwayat siapa, namun bunyinya adalah:

ان عثمان دعا بوضوء ثم غسل كفيه ثلاث ثم تمضمض واستنشق واتنثر ثم غسل وجهه ثلاث مرات ثم غسل يده اليمنى الى المرفق ثلاث مرات ثم اليسر مثل ذلك

“Pernah suatu ketika sahabat ustman meminta air untuk wudhu kemudian beliau membasuh telapat tangan tiga kali, kemudian beliau kekemu atau kumur”, kemudian instinsyaq atau menghirung air ke hidung, kemudian istinsar atau mengeluarkan air dari hidung, kemudian beliau membasuh wajahnya tiga kali, nah ini kemudian membasuh tangan kanannya tiga kali dari jari jemari sampai siku itu tiga kali dan begitupun tangan sebelah kiri. Itu justru yang disalahkan oleh Ning Umi Laila itu dipraktekan dan dicontohkan oleh sahabat Ustman dimana sahabat Ustman tentu ikut ajaran yang dipraktekan kanjeng nabi.”

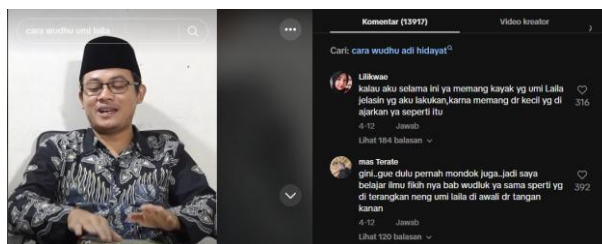
Ustadz Rizqi dalam video nya juga mengatakan bahwa beliau bukan sedang menyalahkan Ning Umi Laila, sebab apa yang diajarkan Ning Umi Laila mengenai tata cara berwudhu itu juga diterangkan dalam kitab P'anatul Tholibin halaman 51 sebagaimanna yang dipegang Ustadz Rizqi dan juga dibacakan pada video part I itu. Dalam kitab P'anatul Tholibin halaman 51 itu dijelaskan:

لو غسل اليمنى من يديه ورجليه مرة ثم اليسرى كذلك وهكذا في الثانية والثالثة حصلت فضيلة التثليث لان اليدين والجلين كعضو واحد

Ustadz Rizqi menjelaskan “Apabila ada orang yang berwudhu dengan cara membasuh tangan atau kaki satu kali yakni kanan dulu kemudian kiri satu kali, kemudian kanan lagi, kiri lagi, kanan lagi, maka dia tetap mendapatkan keutamaan taslis (membasuh), jadi tetap sah tidak masalah. Hal ini sebab tangan dan kaki kita tak ubahnya seperti satu anggota, sebab satu anggota maka terserah saja. Mau kanan tiga kali, kiri tiga kali boleh dan lebih utama. Mau kanan, kiri, kanan, kiri, kanan, kiri juga boleh.” Sehingga apa yang disampaikan Ning Umi Laila juga benar, tidak salah. Namun yang disayangkan adalah saat Ning Umi Laila seolah-olah menyalahkan tata cara berwudhu yang justru diutamakan dan dicontohkan oleh Nabi Muhammad saw.

Tidak hanya kritik yang disampaikan oleh Ustadz Rizqi, beliau juga mengajak para mad'u nya untuk tidak menyalahkan Ning Umi Laila sebab mungkin saja Ning Umi Laila lupa atau grogi saat tampil di Bunga-Bunga Hati tersebut. Ustadz Rizqi juga menyarankan kepada Ning Umi Laila untuk perbanyak mutholaah dulu sebelum mengajarkan kepada yang lain atau sebelum tampil di televisi, sebab mutholaah sendiri dapat meminimalisir lupa maupun grogi.

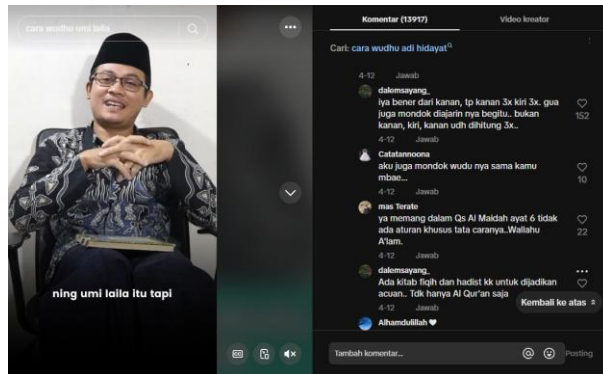
Berdasarkan apa yang disampaikan oleh Ustadz Rizqi di dalam video nya part I itu, memunculkan banyak sekali komentar dari para netizen yakni sebanyak 13.900 komentar. Lihat gambar berikut:



Sumber: TikTok @Rizqi_asfianudin

Gambar 3. Komentar Netizen pada video part I

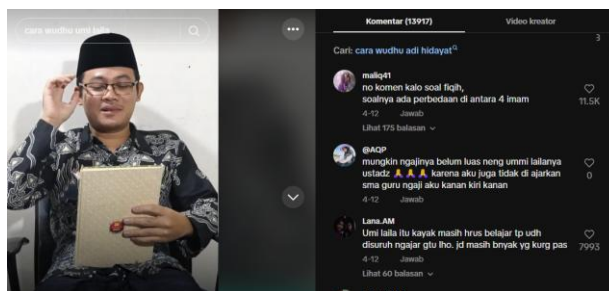
Pada gambar 7 diatas terlihat bahwasanya akun TikTok bernama @Lilikwae mendukung fiqih wudhu yang diajarkan Ning Umi Laila dengan berkomentar “kalau aku selama ini ya memang kayak yg umi Laila jelasin yg aku lakukan, karna memang dr kecil yg diajarkan ya seperti itu”. Akun TikTok Bernama @masTerate juga mendukung Ning Umi Laila dengan berkomentar “gini..gue dulu pernah mondok juga. jadi saya belajar ilmu fikih nya bab wudluk ya sama seperti yg di terangkan neng umi Laila di awalai dr tangan kanan”. Namun kemudian komentar dari @masTerate ini mendapat respon balik dari netizen lain sehingga terjadi interaksi didalamnya. Lihat gambar berikut:



Sumber: TikTok @Rizqi_asfianudin

Gambar 4. Interaksi antar netizen

Gambar 4 menunjukkan bahwa dari komentar yang dituliskan oleh akun @masTerate ini memunculkan interaksi dengan pengguna lainnya di kolom komentar. Bentuk dukungan dari @masTerate dikomentari oleh pengguna lain yakni oleh akun @dalem sayang_ yang mengatakan “Iya bener dari kanan, tp kanan 3x kiri 3x, gua juga mondok diajarin nya begitu.. bukan kanan, kiri, kanan udah diitung 3x..” dan juga akun bernama @Catatannoona mengomentari “aku juga mondok wudu nya sama kamu mbak...” yang kemudian dikomentari Kembali oleh @masTerate dngan mengatakan “ya memang dalam Qs al Maidah ayat 6 tidak ada aturan khusus tata caranya.. Wallahu A'lam”. Namun akun bernama @dalem sayang_ menyanggah komentar @masTerate dengan berkomentar “Ada kitab fiqh dan hadist kk untuk dijadikan acuan. Tdk hanya Al Qur'an saja”.

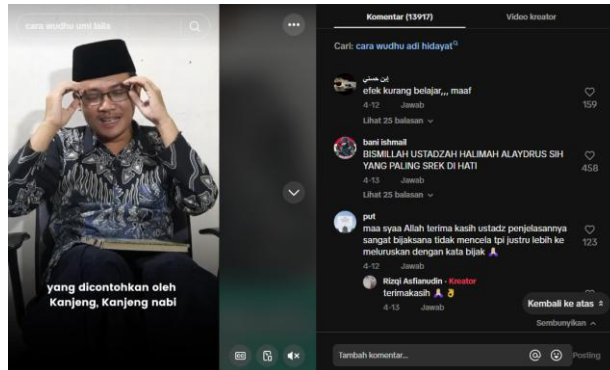


Sumber: TikTok @Rizqi_asfianudin

Gambar 5. Komentar Netizen pada video part I

Gambar 5 menunjukkan komentar lain dari netizen pada kolom komentar video part I. Pada gambar diatas komentar yang diberikan netizen bukanlah mendukung Ning Umi Laila, melainkan sepakat dengan apa yang dijelaskan oleh Ustadz Rizqi pada videonya. Akun bernama @AQP berkomentar: “mungkin

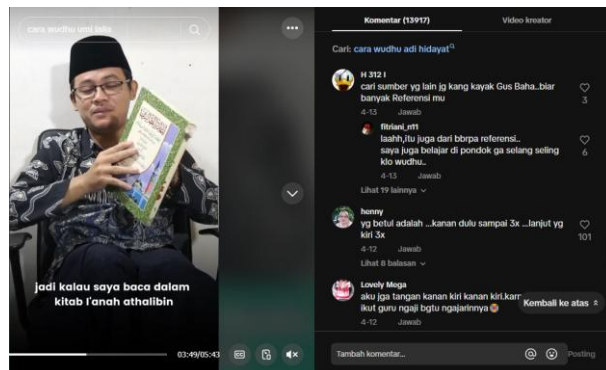
ngajinya belum luas neng ummi lailanya ustadz, karena aku juga tidak di ajarkan sma guru ngaji aku kanan kiri kanan”. Akun bernama @Lana.AM juga berkomentar: “Umi Laila itu kayak masih hrus belajar tp udh disuruh ngajar gitu lho, jd masih bnyak yg kurng pas”.



Sumber: TikTok @Rizqi_asfianudin

Gambar 6 Komentar Netizen pada video part I

Pada gambar 6 diatas terdapat komentar yang tidak berpihak kepada kedua nya, baik Ustadz Rizqi maupun Ning Umi Laila melainkan akun bernama @bani ishmael justru memberikan komentar dengan menyebutkan da'i lain. Komentarnya adalah: “BISMILLAH USTADZAH HALIMAH ALAYDRUS SIH YANG PALING SREK DI HATI”. Hal serupa juga disebutkan oleh akun lain lain sebagaimana dapat dilihat pada gambar dibawah ini



Sumber: TikTok @Rizqi_asfianuddin

Gambar 7. Komentar Netizen pada video part I

Selain komentar yang dijelaskan pada gambar 7, komentar serupa juga muncul pada gambar 8 ini yang ditulis oleh @H 312 I yang menuliskan: “cari sumber yg lain jg kang kayak Gus Baha..biar banyak referensi mu” yang kemudian

muncul interaksi dari pengguna lain dari akun @fitriani_n11 yang mengomentari komentar @H 312 I dengan menuliskan: “laahh,itu juga dari bbrpa referensi.. saya juga belajar di pondok ga selang seling kalo wudhu”.

Berbagai macam komentar netizen pada video part I tersebut akan dianalisis bersamaan dengan komentar netizen pada video part II yang akan dijelaskan dibawah ini. Dengan judul video “Menanggapi Fiqh Wudhu Ning Umi Laila Part II” juga terjadi interaksi antar pengguna didalamnya.

Dalam video part II Ustadz Rizqi masih menanggapi persoalan tata cara berwudhu yang diajarkan Ning Umi Laila, namun pada video part II ini menanggapi mengenai bagaimana cara mengalirkan air untuk membasuh tangan. Ning Umi Laila menyebutkan tata cara mengalirkan air wudhu nya adalah dari jari jemari ke siku. Pernyataan ini sempat menimbulkan pertanyaan oleh host Bunga-Bunga Hati pada saat itu yakni Irfan Hakim yang bertanya “kalau dari siku ke jari jemari boleh nggak?” yang kemudian dijawab oleh Ning Umi Laila dengan menekankan pada kata “Dari jari ke siku bu” Dari pernyataan Ning Umi Laila tersebut ditanggapi oleh Ustadz Rizqi dengan terlebih dahulu menanyakan dalam video nya “jika ada orang yang berwudhu dimulai dari siku ke jari jemari atau tangan, wudhu nya sah atau tidak?”

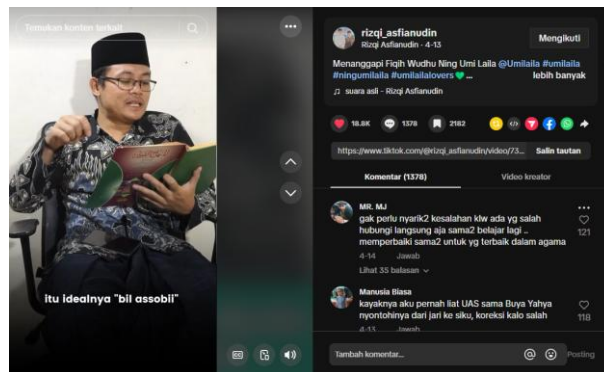
Pertanyaan tersebut muncul sebab berdasarkan pernyataan Ning Umi Laila tadi seakan-akan menyalahkan orang yang membasuh tangan dimulai dari siku kemudian ke jari-jemari. Ustadz Rizqi dengan mengacu pada kitab Minhajul Qowim sebagaimana yang dipegangnya pada video part II, menjelaskan bahwa di dalam kitab terdapat keterangan yang berbunyi:

والبداءة في غسل اليد والرجل اي كل يد ورجل بالاصابع ان صب على نفسه فان صب عليه غيره بدا بالمرفق والكعب هذا ما في الروضة لكن المعتمد ما في المجموع وغيره من ان الاولى البداءة با لاصابع مطلقا

Dijelaskan oleh Ustadz Rizqi dari keterangan kitab diatas bahwa “Memang ketika membasuh tangan dan kaki idealnya dimulai daripada jari jemari sampai ke siku, tapi jika kita wudhu mandiri. Tapi kalau wudhu di wudhu kan oleh orang lain atau wudhu menggunakan air keran, itu justru dimulai dari siku ke jari jemari (kebalikan). Ini memang keterangan dari kitab roudhoh, tetapi dalam kitab majmu dan selain kitab majmu yang lebih utama memang ketika wudhu dimulai dari jari jemari ke siku, dan ini mutlak. Jadi jika ada yang berwudhu dimulai dari siku ke jari jemari jangan lantas disalahkan”. Ustadz Rizqi juga kembali mengatakan bahwa alasan Ning Umi Laila tidak memperkenankan berwudhu dimulai dari siku ke jari jemari mungkin sebab lupa dan durasi televisi yang membuat Ning Umi Laila grogi.

Penjelasan atau tanggapan dari Ustadz Rizqi pada video part II ini tentu mendapat respon atau komentar dari netizen. Meskipun tidak sebanyak komentar

pada video part I, namun hal ini juga akan analisis.



Sumber: TikTok @Rizqi_asfianudin

Gambar 8. Komentar netizen pada video part II

Pada gambar 8 diatas terdapat komentar netizen yakni akun bernama @Manusia Biasa dengan berkomentar: “kayaknya aku pernah liat UAS sama Buya Yahya nyontohnya dari jari ke siku, koreksi kalo salah”. Komentar ini menunjukan bahwa pada video part II terdapat komentar yang tidak memihak kepada Ning Umi Laila maupun Ustadz Rizqi melainkan menyebutkan tokoh lain yakni UAS (Ustadz Abdul Somad) dan Buya Yahya.

Sedangkan komentar diatasnya yang ditulis oleh @MR.MJ yang berkomentar: “gak perlu nyarik2 kesalahan klw ada yg salah hubungi langsung aja sama2 belajar lagi... memperbaiki sama2 untuk yg terbaik dalam agama”. Komentar ini menunjukan bahwa akun bernama @MR.MJ tidak mendukung Ustadz Rizqi dalam menanggapi fiqh wudhu Ning Umi Laila pada video part II.



Sumber: TikTok @Rizqi_asfianudin

Gambar 9. Komentar netizen pada video part II

Selain komentar yang kontra terhadap Ustadz Rizqi, terdapat juga

komentar yang mendukung Ning Umi Laila sebagaimana dapat dilihat pada gambar 9 diatas. Akun bernama @MUBAROKAH92 mendukung Ning Umi Laila dengan memberikan komentar: “waduhhh.. ada ahli wudhu juga disini.... semangat Ning Umi Laila, saya tetap dukung kamu 100%” dimana kemudian komentar ini memunculkan interaksi dengan pemilik video yakni Ustadz Rizqi yang direspon kembali dengan memberikan emoji tertawa. Sedangkan pada gambar dibawah ini respon netizen adalah mendukung Ustadz Rizqi.



Sumber: TikTok @Rizqi_asfianudin

Gambar 10. Komentar netizen pada video part II

Bentuk dukungan netizen terhadap Ustadz Rizqi sebagaimana dapat dilihat pada gambar 10 diatas ditulis oleh akun bernama @dianCapricorn yang berkomentar: “sya suka cara pean pak ustadz, ini yang tepat cara menjelaskan... dengan sambil melihat kitab” yang kemudian direspon Kembali oleh Ustadz rizqi dengan menyampaikan “maturnuwun” yang artinya terima kasih.

Berdasarkan penjelasan mengenai komentar netizen terhadap video Ustadz Rizqi dengan judul Fiqh Wudhu Ning Umi Laila pada part I dan part II dapat dikelompokkan menjadi berikut:

Tabel 1.

Jenis komentar berdasarkan kelompok

NO	AKUN INSTAGRAM	KOMENTAR	KETERANGAN
1	@Lilikwae	“kalau aku selama ini ya memang kayak yg umi Laila jelasin yg aku lakukan, karna memang dr kecil yg diajarkan ya seperti itu”	Mendukung Ning Umi Laila
2	@mas Terate	“gini..gue dulu pernah mondok juga.. Jadi saya	Mendukung Ning Umi Laila

		belajar ilmu fikih nya bab wudluk ya sama seperti yg di terangkan neng umi laila di awali dr tangan kanan”		
3	@MUBAROKAH92	“waduhhh...ada ahli wudhu juga di sinisemangat Ning umi Laila,saya tetap dukung kamu 100%”	Mendukung Umi Laila	Ning
4	@dalemsayang_	“iya bener dari kanan, tp kanan 3x kiri 3x. gua juga mondok diajarin nya begitu.. bukan kanan, kiri, kanan udh dihitng 3x...”	Mendukung Rizqi	Ustadz
5	@AQP	“mungkin ngajinya belum luas neng ummi lailanya ustadz karena aku juga tidak di ajarkan sma guru ngaji aku kanan kiri kanan”	Mendukung Rizqi	Ustadz
6	@put	“maa sya Allah terima kasih ustadz penjelasannya sangat bijaksana tidak mencela tpi justru lebih ke meluruskan dengan kata bijak”	Mendukung Rizqi	Ustadz
7	@dianCapricorn	“sya suka cara pean pak ustadz, ini yg tepat cara menjelaskan. Dengan sambil melihat kitab”	Mendukung Rizqi	Ustadz
8	@maliq41	“no komen kalo soal fiqih, soalnya ada perbedaan di antara 4 imam”	Tidak mendukung keduanya / netral	
9	@sarwani	“beda mazhap beda pendapat”	Tidak mendukung keduanya / netral	
10	@bani ismail	“BISMILLAH USTADZAH HALIMAH ALAYDRUS SIH YANG PALING SREK DI HATT”	Menyebutkan da’I lain	
11	@H 312 I	“cari sumber yg lain jg kang kayak Gus Baha..biar banyak Referensi mu”	Menyebutkan da’I lain	
12	@Manusia Biasa	“kayaknya aku pernah liat UAS sama Buya Yahya nyontohnya dari jari ke siku, koreksi kalo salah”	Menyebutkan da’I lain	

13 @LUXCHENZ

“kata guru ustadz adi hidayat
dari jari ke siku”

Menyebutkan da’I lain

Sumber: Observasi Penulis, 2025

Tabel 1 menunjukkan distribusi pola resepsi netizen yang mencerminkan kompleksitas negosiasi otoritas keagamaan dalam ruang digital. Dari 13 sampel komentar yang dianalisis, teridentifikasi empat kategori utama dengan komposisi sebagai berikut: tiga komentar (23%) mendukung Ning Umi Laila, empat komentar (31%) mendukung Ustadz Rizqi, dua komentar (15%) bersikap netral, dan empat komentar (31%) menyebutkan dai alternatif. Distribusi ini mengindikasikan bahwa tidak ada konsensus tunggal dalam diskursus keagamaan digital, melainkan fragmentasi perspektif yang mencerminkan pluralitas sumber otoritas dan metode legitimasi dalam komunitas Muslim kontemporer.

Komentar-komentar yang mendukung Ning Umi Laila cenderung berbasis pada pengalaman personal dan pembelajaran tradisional ("dari kecil yang diajarkan", "pernah mondok juga"), menunjukkan bahwa *embodied practice* dan transmisi pengetahuan melalui jalur informal memiliki otoritas yang kuat dalam membentuk keyakinan keagamaan. Sebaliknya, komentar yang mendukung Ustadz Rizqi lebih menekankan pada metode dakwah berbasis tekstualitas ("sambil melihat kitab", "penjelasannya sangat bijaksana"), yang mengindikasikan apresiasi terhadap pendekatan *text-based authority* dan etika komunikasi yang dianggap lebih scholarly. Temuan ini sejalan dengan argumen Hoesterey (2016) bahwa otoritas keagamaan di Indonesia kontemporer tidak lagi monolitik, melainkan terdistribusi di antara berbagai modalitas—dari kharisma personal, kredensial institusional, hingga popularitas media—yang masing-masing memiliki basis legitimasi tersendiri di mata audiens yang berbeda.

Yang menarik dari tabel ini adalah proporsi signifikan komentar netral (15%) dan komentar yang menyebutkan dai lain (31%), yang secara kumulatif mencapai 46% dari total sampel. Fenomena ini mengungkapkan dua strategi diskursif penting dalam mengelola polemik keagamaan di media sosial. Pertama, *strategic neutrality* sebagaimana terlihat pada komentar "beda mazhab beda pendapat" atau "no komen kalo soal fiqih"—strategi ini berfungsi sebagai mekanisme de-eskalasi konflik dengan mengakui legitimitas pluralitas interpretasi dalam tradisi fiqih Islam, sekaligus memposisikan diri di luar polarisasi pro-kontra yang seringkali kontraproduktif.

Kedua, *discursive displacement* melalui penyebutan figur otoritas alternatif seperti Ustadzah Halimah Alaydrus, Gus Baha, Ustadz Abdul Somad, dan Buya Yahya—strategi ini tidak hanya menghindari konflik langsung tetapi juga menegaskan bahwa lanskap otoritas keagamaan bersifat kompetitif dan plural, di mana audiens memiliki kebebasan untuk memilih rujukan yang paling sesuai

dengan orientasi keagamaan mereka. Slama (2018) menjelaskan bahwa dalam ekonomi perhatian digital, dai bersaing untuk mendapatkan *visibility* dan *credibility* melalui berbagai strategi—dari konsistensi konten, metode penyampaian, hingga responsivitas terhadap isu kontemporer—dan audiens berperan sebagai *gatekeepers* yang menentukan siapa yang layak mendapatkan otoritas melalui *engagement*, dukungan, dan distribusi ulang konten mereka. Dengan demikian, tabel ini tidak hanya menunjukkan distribusi kuantitatif komentar, tetapi juga mengungkapkan dinamika kualitatif tentang bagaimana otoritas keagamaan dikonstruksi, dinegosiasikan, dan diperdebatkan dalam ekologi media digital yang partisipatif dan kontestatif.

Pola Resepsi Netizen dalam Polemik Ustadz Rifqi dan Ning Umi Laila

Berdasarkan data komentar yang dikumpulkan dari kedua video Ustadz Rizqi Asfianudin, teridentifikasi empat pola utama resepsi netizen yang mencerminkan kompleksitas negosiasi otoritas keagamaan di ruang digital. Pola pertama menunjukkan dukungan terhadap Ning Umi Laila dengan argumentasi berbasis pengalaman personal dan pembelajaran tradisional, sebagaimana terlihat dari komentar @Lilikwae dan @masTerate yang merujuk pada praktik yang telah diajarkan sejak kecil atau di pesantren. Pola kedua memperlihatkan dukungan terhadap Ustadz Rizqi dengan legitimasi berbasis rujukan kitab dan metode dakwah yang dianggap lebih kredibel, seperti komentar @dalemsayang_ dan @dianCapricorn yang mengapresiasi pendekatan berbasis teks klasik. Pola ketiga menunjukkan sikap netral atau menghindari polarisasi dengan merujuk pada pluralitas mazhab, seperti komentar @malik41 dan @sarwani. Pola keempat menampilkan strategi displacement dengan menyebut otoritas keagamaan alternatif seperti Ustadzah Halimah Alaydrus, Gus Baha, UAS, dan Buya Yahya sebagai rujukan yang dianggap lebih legitimate. Temuan ini sejalan dengan konsep "*religious authority marketplace*" yang dikemukakan oleh Nisa (2018), di mana audiens Muslim kontemporer memiliki akses terhadap beragam sumber otoritas keagamaan dan secara aktif memilih, membandingkan, serta memvalidasi berbagai klaim keagamaan berdasarkan kriteria personal mereka.

Lebih mendalam, analisis terhadap strategi argumentasi yang digunakan netizen dalam memposisikan dukungan mereka mengungkapkan tiga mekanisme legitimasi yang dominan. Pertama, legitimasi berbasis pengalaman *embodied*, di mana netizen merujuk pada praktik keagamaan yang telah mereka lakukan sejak lama atau yang diajarkan oleh figur otoritas dalam kehidupan personal mereka (guru ngaji, kyai pesantren). Komentar seperti "dari kecil yang diajarkan ya seperti itu" atau "gua juga mondok diajarin nya begitu" merepresentasikan apa yang disebut Schielke dan Debevec (2012) sebagai "*lived religion*"—praktik keagamaan yang tertanam dalam kehidupan sehari-hari dan pengalaman tubuh, yang seringkali

memiliki otoritas lebih kuat daripada pengetahuan tekstual. Kedua, legitimasi berbasis tekstualitas, di mana kredibilitas argumen dibangun melalui rujukan eksplisit pada kitab klasik, hadits, atau Al-Qur'an. Strategi ini terlihat jelas dalam respons yang mengutip "ada kitab fiqh dan hadist kk untuk dijadikan acuan" atau apresiasi terhadap metode Ustadz Rizqi yang "sambil melihat kitab." Ketiga, legitimasi berbasis otoritas figur, di mana netizen mendelegasikan penilaian kepada tokoh keagamaan yang dianggap lebih berkompeten, menciptakan hierarki otoritas informal dalam diskursus digital. Phenomena ini dikonseptualisasikan oleh Eickelman dan Anderson (2003) sebagai "*new media, new publics*" di mana interpretasi keagamaan tidak lagi monopoli ulama tradisional tetapi terbuka untuk negosiasi publik, namun tetap memerlukan rujukan pada figur yang dianggap legitimate untuk memperkuat posisi argumentatif.

Dimensi afektif dalam komentar netizen juga memainkan peran signifikan dalam membentuk diskursus dan solidaritas kelompok. Komentar seperti "semangat Ning Umi Laila, saya tetap dukung kamu 100%" atau "maa sya Allah terima kasih ustadz penjelasannya sangat bijaksana" tidak hanya mengandung konten kognitif berupa posisi argumentatif, tetapi juga ekspresi emosional yang membentuk "*affective communities*" dalam ruang digital (Papacharissi, 2015). Dukungan emosional semacam ini berfungsi untuk membangun solidaritas di antara netizen yang memiliki posisi serupa, sekaligus menciptakan boundary markers yang membedakan "kami" dari "mereka" dalam kontestasi otoritas keagamaan. Interaksi yang terjadi di kolom komentar—seperti perdebatan antara @masTerate dan @dalemsayang—menunjukkan bahwa ruang digital tidak hanya menjadi tempat untuk menyampaikan pendapat individual, melainkan arena untuk *co-construction of religious knowledge* melalui dialog, sanggahan, dan elaborasi argumen. Gerbaudo (2018) menjelaskan bahwa platform media sosial menciptakan "emotional infrastructure" yang memfasilitasi mobilisasi kolektif dan pembentukan identitas kelompok melalui resonansi afektif, di mana emosi bersama menjadi perekat komunitas diskursif yang melampaui batas geografis dan institusional tradisional.

Fenomena penyebutan dai alternatif dalam komentar netizen (seperti Gus Baha, UAS, Buya Yahya, Ustadzah Halimah Alaydrus) mencerminkan apa yang dapat disebut sebagai "*authority shopping*" atau "*religious surfing*" dalam ekologi media digital. Campbell dan Evolvi (2020) dalam penelitian terbaru mereka tentang *digital religion* menunjukkan bahwa audiens kontemporer tidak lagi terikat pada satu sumber otoritas keagamaan, melainkan secara aktif berkelana di antara berbagai figur dan platform untuk menemukan interpretasi yang paling resonan dengan nilai, identitas, dan kebutuhan spiritual mereka. Strategi ini juga dapat dipahami sebagai bentuk resistance terhadap polarisasi diskursus, di mana netizen menolak untuk terjebak dalam dikotomi pro-kontra dengan cara mengalihkan perhatian

pada rujukan lain yang dianggap lebih netral atau lebih kredibel. Hal ini sejalan dengan temuan Slama dan Barendregt (2020) yang menunjukkan bahwa lanskap dakwah digital Indonesia dicirikan oleh fragmentasi otoritas dan pluralisasi sumber pengetahuan keagamaan, di mana audiens memiliki *agency* untuk memilih, mencampur, dan menyesuaikan ajaran dari berbagai dai sesuai dengan preferensi personal mereka. Fenomena ini menantang model otoritas keagamaan tradisional yang hierarkis dan tersentralisasi, menciptakan ekologi keagamaan yang lebih horizontal, partisipatif, namun juga potensial fragmentatif.

Terakhir, pola interaksi di kolom komentar mengungkapkan tension antara inklusivitas dan eksklusivitas dalam diskursus keagamaan digital. Di satu sisi, platform seperti TikTok mendemokratisasi akses terhadap pengetahuan keagamaan dan memungkinkan partisipasi publik yang lebih luas dalam pembahasan isu-isu fiqih yang sebelumnya dianggap sebagai domain eksklusif ulama. Di sisi lain, demokratisasi ini juga memunculkan risiko *oversimplification*, polemik yang tidak produktif, dan potensi *spread of misinformation*. Komentar netral seperti "beda mazhab beda pendapat" atau "no komen kalo soal fiqih, soalnya ada perbedaan di antara 4 imam" mencerminkan kesadaran epistemologis tentang pluralitas interpretasi dalam tradisi Islam, sekaligus strategi *self-preservation* untuk menghindari konflik. Woodhead (2016) dalam analisisnya tentang *religion in public life* menekankan pentingnya "*epistemic humility*" dalam diskursus keagamaan publik—pengakuan bahwa tidak ada satu pihak yang memiliki monopoli kebenaran dan bahwa perbedaan interpretasi adalah bagian inheren dari tradisi keagamaan yang hidup dan dinamis. Dalam konteks dakwah digital, *epistemic humility* ini menjadi semakin penting untuk mencegah polarisasi yang destruktif dan memfasilitasi dialog yang konstruktif, di mana perbedaan pendapat dapat diartikulasikan dengan respect terhadap legitimasi perspektif lain, sebagaimana dicontohkan oleh Ustadz Rizqi yang meskipun mengkritik namun tetap menekankan bahwa "jangan lantas disalahkan" dan mengajak untuk tidak mencela Ning Umi Laila.

PENUTUP

Kajian mengenai dakwah digital atau dakwah di media sosial telah banyak dilakukan. Namun artikel ini menjadi novelthy atau pembaharuan pada kajian dakwah terhadap komentar netizen pada akun TikTok @Rizqi_asfianudin yang merupakan Da'i TikTok. Dimana pada video yang diunggahnya pada 12 April dan 13 April 2024 dengan judul Menanggapi Fiqh Wudhu Ning Umi Laila Part I dan Part II merupakan video yang berisi kritik dari Ustadz Rizqi serta meluruskan dari apa yang diajarkan Ning Umi Laila pada program siaran televisi Bunga-Bunga Hati edisi Ramadhan 2024. Penjelasan yang disampaikan Ustadz Rizqi pada video nya itu didasari oleh hadits, dan juga kitab-kitab yang dipegang serta dibaca langsung

di dalam video tersebut. Sehingga kemudian hal ini menuai banyak pro dan kontra dari penontonnya.

Video Menanggapi Fiqh Wudhu Ning Umi Laila Part I mendapatkan *viewers* sebanyak 8,7 juta. Sedangkan untuk jumlah *like* adalah sebanyak 200,2 ribu dengan jumlah komentar sebanyak 13.900. Dan video part I ini juga disimpan oleh sebanyak 26,8 ribu pengguna TikTok. Sedangkan video Menanggapi Fiqh Wudhu Ning Umi Laila Part II mendapatkan *viewers* lebih sedikit dari video part I yakni sebanyak 1,5 juta penonton dengan total suka sebanyak 18,8 ribu dan total komentarnya adalah 1.378 komentar, serta video part II ini di simpan oleh sebanyak 2.183 pengguna TikTok. Meskipun perbedaan penonton pada video part I dan video part II cukup signifikan, namun peneliti akan tetap menganalisis komentar-komentar netizen dari ke dua video tersebut.

Guna menganalisis komentar netizen pada video Ustadz Rizqi ini, peneliti menggunakan pendekatan etnografi virtual dengan menggunakan analisis level media (*media object*). Sehingga hasil analisis merupakan penjabaran dari komentar-komentar netizen yang dituliskan oleh akun yang berbeda-beda untuk kemudian dikelompokkan sesuai dengan jenis komentarnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya komentar netizen Indonesia sebagaimana telah dijelaskan pada hasil survey yang dilakukan oleh Microsoft dan *Digital Civility Index* yang menjelaskan bahwa Indonesia masuk ke dalam deretan warganet paling tidak sopan se Asia-Pasifik, yakni dengan total ujaran kebencian sebanyak 3.760 dalam kurun waktu antara tahun 2018 hingga tahun 2021 dengan pembagian persentase sebagai berikut: 27% responden menjadi korban ujaran kebencian, 13% responden menjadi korban diskriminasi, dan 43% responden menjadi korban hoax dan penipuan di media sosial.

Sehingga data yang didapatkan dari analisis pada komentar netizen tersebut dihasilkan bahwa terdapat empat kelompok jenis komentar netizen pada video Menanggapi Fiqh Wudhu Ning Umi Laila Part I dan video Menanggapi Fiqh Wudhu Ning Umi Laila Part II yakni sebagai berikut: 1) Komentar netizen dengan menyatakan dukungan terhadap Ning Umi Laila, 2) Komentar netizen dengan menyatakan dukungan terhadap Ustadz Rizqi, 3) Komentar netizen dengan menyatakan tidak mendukung keduanya atau netral, dan 4) Komentar netizen dengan menyebutkan da'i lain.

Hasil penilitan diharapkan dapat bermanfaat bagi para akademisi, dan pelaku dakwah khususnya baik pengelola lembaga dakwah maupun da'i itu sendiri agar dapat tercapainya tujuan dari dakwah itu sendiri.

Bagi para akademisi maupun peneliti lain yang ingin melanjutkan penelitian ini sangat disarankan untuk menambahkan metode pengumpulan data berupa wawancara mendalam, baik kepada Ustadz Rizqi Asfianudin, kepada Ning Umi Laila, dan bahkan kepada netizen yang meninggalkan jejak komentar pada

kedua video tersebut. Sehingga pembahasan pada penelitian ini akan lebih dalam dan disertakan mengenai motif atau faktor dibalik pernyataan yang dituliskannya pada kolom komentar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, C., & Gwynne, J. (2017). Entrepreneurial selves: Young people's cultural work in the digital attention economy. *Popular Communication*, 15(2), 77-95. <https://doi.org/10.1080/15405702.2017.1291817>
- Baulch, E., & Pramiyanti, A. (2018). Hijabers on Instagram: Using visual social media to construct the ideal Muslim woman. *Social Media + Society*, 4(4), 1-15. <https://doi.org/10.1177/2056305118800308>
- Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press. <https://doi.org/10.12987/yale/9780300166316.001.0001>
- Campbell, H. A. (2012). Understanding the relationship between religion online and offline in a networked society. *Journal of the American Academy of Religion*, 80(1), 64-93. <https://doi.org/10.1093/jaarel/lfr074>
- Campbell, H. A., & Evolvi, G. (2019). Contextualizing current digital religion research on emerging technologies. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(1), 5-17. <https://doi.org/10.1002/hbe2.149>
- Campbell, H. A., & Evolvi, G. (2020). Contextualizing current digital religion research on emerging technologies. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(1), 5-17. <https://doi.org/10.1002/hbe2.149>
- Eickelman, D. F., & Anderson, J. W. (2003). *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere* (2nd ed.). Indiana University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt16gz87k>
- Fraser, N. (1990). Rethinking the public sphere: A contribution to the critique of actually existing democracy. *Social Text*, (25/26), 56-80. <https://doi.org/10.2307/466240>
- Gerbaudo, P. (2018). *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism*. Pluto Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt183pdzs>
- Hassina Benregua. (2025). VIRTUAL ETHNOGRAPHY: A DISCUSSION OF THE TOOL'S SPECIFICITY. *International Journal of Innovative Technologies in Social Science*, (2(46). [https://doi.org/10.31435/ijitss.2\(46\).2025.3290](https://doi.org/10.31435/ijitss.2(46).2025.3290)
- Hidayah, A. N., & Widodo, A. (2021). Resepsi Audiens Pada Personal Branding Habib Husein Ja'far di YouTube Channel "Jeda Nulis." *Kalijaga Journal of Communication*, 3(2), 153-167. <https://doi.org/10.14421/kjc.32.05.2021>
- Hidayah, A. N., & Widodo, A. (2021). Resepsi Audiens Pada Personal Branding Habib Husein Ja'far di YouTube Channel "Jeda Nulis." *Kalijaga Journal of Communication*, 3(2), 153-167. <https://doi.org/10.14421/kjc.32.05.2021>
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and*

- Everyday. *Bloomsbury Academic*. <https://doi.org/10.5040/9781849665759>
- Hoover, S. M., & Echchaibi, N. (2014). *Media theory and the "third spaces of digital religion"*. *The Center for Media, Religion, and Culture*, University of Colorado Boulder. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1180.8566>
- Husna, L. I., Ichsan, Y., Amadea, N., Nasekha, D., & Purwitasari, A. (2025). Dakwah Digital: Urgensi TikTok sebagai Media Dakwah Bagi Generasi Z: Digital Preaching: The Urgency of TikTok as a Platform for Preaching to Generation Z. *Dirasat Islamiah: Jurnal Kajian Keislaman*, 4(2), 81-88. <https://doi.org/10.56324/drs.v4i2.76>
- Kesuma Putri, A. (2023). REPRESENTASI MEDIA DAKWAH MODERN: STUDI KASUS PADA PLATFORM TWITTER. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(6), 1857–1868. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i6.1011>
- Kesuma Putri, A. (2023). REPRESENTASI MEDIA DAKWAH MODERN: STUDI KASUS PADA PLATFORM TWITTER. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(6), 1857–1868. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i6.1011>
- Liang Zhang (2025) The Digital Age of Religious Communication: The Shaping and Challenges of Religious Beliefs through Social Media. *Studies on Religion and Philosophy*, 1(1), 25-41. <https://doi.org/10.71204/de63mn10>
- Livingstone, S. (2013). The participation paradigm in audience research. *The Communication Review*, 16(1-2), 21-30. <https://doi.org/10.1080/10714421.2013.757174>
- Missier, C. A. (2025). A Qualitative Study of Digital Religious Influence: Perspectives from Christian, Hindu, and Muslim Gen Y and Gen Z in Mumbai, India. *Religions*, 16(1), 73. <https://doi.org/10.3390/rel16010073>
- Muhammad Surip, Ruben Kornelius Sitio, Sarah Eleksa Siahaan, & Thiessca Theofani Lumbantoruan. (2024). Analisis Kesalahan Penggunaan Bahasa Oleh Netizen Di Media Sosial Tiktok. *Pragmatik : Jurnal Rumpun Ilmu Bahasa Dan Pendidikan*, 2(3), 118–123. <https://doi.org/10.61132/pragmatik.v2i3.703>
- Muzayyanah Yuliasih. (2024). The Strategy Using Youtube As Da'wah Media Today. *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 5(1), 29–41. <https://doi.org/10.38214/jurnaldawahstidnatsir.v5i1.128>
- Nisa, E. F. (2018). Social media and the birth of an Islamic social movement: ODOJ (One Day One Juz) in contemporary Indonesia. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 24-43. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1415056>
- Papacharissi, Z. (2015). Affective publics and structures of storytelling: Sentiment, events and mediality. *Information, Communication & Society*, 19(3), 307-324.

- <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1109697>
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., & Tacchi, J. (2016). *Digital Ethnography: Principles and Practice*. SAGE Publications.
<https://doi.org/10.4135/9781473957671>
- Rakhmat, S. H. (2020). *Nilai Budaya Khalayak Digital dalam Komentar pada Konten Dakwah di Instagram Hanan_Attaki*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Rakhmat, S. H. (2020). *Nilai Budaya Khalayak Digital dalam Komentar pada Konten Dakwah di Instagram Hanan_Attaki*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Rohaimi, & TvOne, T. (2022, October 31). *Hasil Survei Microsoft sebut Warganet Indonesia paling tidak Sopan Se-Asia pasifik*. TVONENEWS. Retrieved from <https://www.tvonenews.com/lifestyle/trend/78441-hasil-survei-microsoft-sebut-warganet-indonesia-paling-tidak-sopan-se-asia-pasifik>
- Rustandi, R., & Hendrawan, A. (2022). Konstruksi Simbolik Mubaligh Pop pada Film Sang Pencerah. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 22(1), 22–44.
<https://doi.org/10.15575/anida.v22i1.18474>.
- Schielke, S., & Debevec, L. (2012). *Ordinary Lives and Grand Schemes: An Anthropology of Everyday Religion*. Berghahn Books.
<https://doi.org/10.3167/9780857453808>
- Slama, M. (2017). A subtle economy of time: Social media and the transformation of Indonesia's Islamic preacher economy. *Economic Anthropology*, 4(1), 94–106. <https://doi.org/10.1002/sea2.12175>
- Slama, M., & Barendregt, B. (2020). Secrecy in Muslim Contexts. Special issue on Islamic Authority and Media. *Contemporary Islam*, 14(3), 245–263.
<https://doi.org/10.1007/s11562-020-00445-9>

