

Studi *Mad'u* dan Teori Resepsi Stuart Hall: Analisis Komentar Netizen pada Ceramah Virtual Buya Yahya

Lukman Hakim¹

Ervina Putri Dwi Magfiroh²

Corresponding Author: lhakim@uinsa.ac.id

Abstract: This article reports on the textual thematic research conducted with 100 Netizens' comments on the YouTube channel of *Al-Bahjah* TV entitled "*Tanggapan Buya Yahya tentang Fatwa MUI Haram Membeli Produk Isra*I/Yahudi*" (The Response of Buya Yahya to the MUI Fatwa on the Prohibition of Buying Israeli/Jewish Products)". This study uses thematic analysis and Stuart Hall's reception theoretical framework to examine Netizens' (*mad'u*) reception towards Buya Yahya's online preaching regarding MUI recommendation for Muslims to avoid buying any products affiliated with Israel. The findings illustrate three different *mad'u* receptions, namely dominant hegemonic reading (48), negotiated reading (22), and oppositional reading (30). The Netizens' (*mad'u*) cultural background influenced the variety of their reading positions of Buya Yahya's preaching, which resulted in several different types of arguments: humanity, religion, economy, socio-politics, and commodification of religion.

Keywords: Netizens' comments, reception theory, Islamic preaching, Jewish products.

Abstrak: Artikel ini merupakan laporan hasil analisis tematik tekstual pada 100 kolom komentar Netizen (*mad'u*) dalam kanal Youtube *Al-Bahjah* TV bertajuk "*Tanggapan Buya Yahya tentang Fatwa MUI Haram Membeli Produk Isra*I/Yahudi*". Penelitian ini menggunakan analisis tematik dan kerangka teori resepsi Stuart Hall dalam mengkaji resepsi netizen (*mad'u*) terhadap ceramah Buya Yahya di kanal Youtube *Al-Bahjah* TV tentang anjuran MUI agar umat Islam tidak membeli produk yang berafiliasi dengan Israel. Penelitian ini menemukan tiga jenis resepsi atau pemaknaan netizen atas konten ceramah Buya Yahya, yakni posisi hegemonik dominan (*dominant hegemonic position*) sebanyak 48 *mad'u*, posisi menentang (*oppositional position*) sebanyak 30 *mad'u*, dan posisi negosiasi (*negotiated position*) ada 22 *mad'u*. Beragamnya pembacaan atau pemaknaan *mad'u* atas ceramah Buya Yahya tersebut dipengaruhi oleh latar belakang budaya mereka yang berbeda-beda, yang lebih lanjut menghasilkan argumentasi yang variatif juga, yaitu kemanusiaan, keagamaan, ekonomi, sosial-politik, dan komodifikasi agama.

¹ UIN Sunan Ampel Surabaya

² UIN Sunan Ampel Surabaya

Pendahuluan

Sejak 7 Oktober 2023, Israel telah meluncurkan operasi militer besar-besaran di Gaza menyusul serangan mendadak oleh Hamas. Konflik tersebut melibatkan serangan udara Israel yang signifikan dan invasi darat yang bertujuan untuk menghancurkan infrastruktur dan kemampuan militer Hamas yang menyebabkan banyak korban di kedua belah pihak serta mengakibatkan krisis kemanusiaan di wilayah tersebut (Britannica, 2024). Beberapa pihak menyatakan konflik Israel dan Hamas tersebut berubah menjadi serangan militer Israel yang membabi buta terhadap warga sipil Palestina (Tim detikcom, 2024) dan menyebabkan banyak warga sipil di Jalur Gaza Palestina terbunuh, dimana 70% korban tewas adalah anak-anak (1.903), wanita (1.024), dan lansia (187) (Wafa, 2023).

Krisis kemanusiaan ini mendapat kecamatan dari berbagai kalangan, baik institusi negara, universitas, maupun komunitas agama Muslim maupun non-Muslim di belahan dunia. Laporan dari Komisi Independen Internasional PBB tentang Wilayah Pendudukan Palestina menyatakan bahwa tindakan militer Israel di Gaza, termasuk penggunaan kelaparan sebagai metode perang, pembunuhan warga sipil, dan pengusiran paksa, merupakan kejahatan perang dan kejahatan terhadap kemanusiaan (Muhammad, 2024). Mahasiswa di berbagai negara juga melakukan unjuk rasa mengecam agresi militer Israel di jalur Gaza, penghentian pengepungan Gaza yang menyebabkan kelaparan dan krisis kemanusiaan, dan menuntut kampus mereka untuk menarik investasi dari perusahaan-perusahaan yang mungkin mendapat keuntungan dari perang Gaza atau menyediakan senjata dan dukungan lainnya kepada militer Israel (Nagesh, 2024; D'Amours, 2024; Gohil & Henley, 2024).

Demikian halnya dengan warga Muslim di seluruh dunia. Organisasi Kerja Sama Islam (OKI) mengutuk serangan Israel dan menyerukan pembukaan koridor kemanusiaan untuk mengirim bantuan medis, makanan, dan kebutuhan dasar ke Gaza. OKI menuntut komunitas internasional segera menghentikan serangan Israel dan melindungi warga Palestina. Negara-negara seperti Saudi Arabia, Iran, dan Turki juga mengadakan pertemuan darurat dan

menyatakan dukungan kuat untuk Palestina serta mengecam serangan Israel (OIC News, 2023).

Respon serupa juga terjadi di Indonesia. masyarakat Muslim Indonesia sangat tegas dan vocal mengutuk agresi militer Israel ke Palestina. Banyak warga Indonesia turun ke jalan untuk menggelar demonstrasi besar-besaran sebagai bentuk solidaritas terhadap warga Palestina. Mereka mengutuk serangan Israel dan menuntut diakhirinya kekerasan serta blokade di Gaza. Selain itu, pemerintah Indonesia juga menyerukan komunitas internasional untuk mengambil tindakan tegas terhadap Israel dan mendesak penghentian segera kekerasan. Indonesia menyatakan bahwa pendudukan Israel adalah akar masalah konflik ini dan menegaskan kembali dukungannya terhadap kemerdekaan Palestina dan perdamaian Israel dan Palestina (Andrios, 2021; KBRI Stockholm, 2023; Humas, 2022).

Lebih dari itu, beberapa organisasi keagamaan Islam, seperti Muhammadiyah, Nahdlatul Ulama (NU), Persis, dan Al-Washliyah, serta Majelis Ulama Indonesia (MUI) menyerukan boikot produk-produk Israel. Para *influencer* Muslim dan ulama di Indonesia juga beramai-ramai menyuarakan boikot produk-produk Israel tersebut dalam berbagai ceramahnya di kanal-kanal media sosial (Mabrurroh & Nashrullah, 2023), diantaranya Adi Hidayat (UAH), Das'ad Latif, Ustaz Abdul Somad (UAS), dan Buya Yahya.

Salah satu ulama kharismatik yang kerap menyampaikan aksi boikot produk Israel adalah Buya Yahya. Pendakwah yang mempunyai nama asli Yahya Zainul Maarif itu banyak mengulas aksi boikot produk Israel dalam ceramahnya yang diunggah di kanal YouTube *Al-Bahjah* TV. *Al-Bahjah* TV merupakan saluran televisi online yang memuat konten-konten dakwah dibuat pada 27 Mei 2015 dengan *tagline* "Damai dan Menyejukan". TV online yang menggunakan kanal Youtube ini telah mengunggah 15.311 video ceramah Buya Yahya dengan 5,48 juta pelanggan (*subscriber*), serta telah memiliki sebanyak 960.395.815 *viewers*.

Penggunaan Youtube dan media social sebagai media dakwah beresiko memunculkan respon audien yang bermacam-macam, baik positif maupun negatif. Hal ini karena YouTube sebagai *platform*

untuk wacana publik memungkinkan bagi Netizen untuk berinteraksi secara bebas dan merespon konten secara dinamis dan kritis (Burgess dan Joshua Green, 2009). Apalagi Buya Yahya sebagai tokoh agama *public figure* atau tokoh agama terkemuka, yang cenderung menarik lebih banyak perhatian dan memicu lebih banyak interaksi Netizen, sebagaimana tokoh politik terkemuka (Stroud, Muddiman, dan Scacco, 2014).

Selain itu, fatwa boikot produk Israel merupakan salah satu isu yang kontroversial di kalangan umat Muslim Indonesia dan masyarakat internasional. Di satu sisi, fatwa boikot produk Israel diharapkan dapat membangun solidaritas dengan rakyat Palestina yang mengalami penindasan dan kekerasan sekaligus memberikan tekanan ekonomi terhadap Israel sehingga kebijakan mereka, namun di sisi lain, beberapa pihak berargumen bahwa boikot bisa berdampak negatif pada perekonomian negara-negara Muslim sendiri.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini ditujukan untuk memahami respon para Netizen (*mad'u*) terhadap isu boikot produk Israel yang disampaikan Buya Yahya pada channel Youtube *Al-Bahjah* TV. Studi ini menganalisis komentar-komentar netizen atas unggahan video dakwah Buya Yahya dalam channel YouTube Al-Bahjah TV dengan menggunakan kerangka teori resepsi.

Rekonseptualisasi *Mad'u* dalam Lanskap Dakwah Digital

Dalam konteks dakwah Islam, istilah *mad'u* secara tradisional merujuk pada individu atau kelompok yang menjadi target, objek, atau mitra dari aktifitas dakwah yang diadakan secara individu ataupun kelompok di dalam satu ruang dan waktu tertentu seperti majelis *taklim*, *tabligh* akbar, dan sebagainya (Marwantika, 2019). Namun konsep *mad'u* bertransformasi seiring dengan perkembangan teknologi sebagai media dakwah.

Kajian
Literatur

Dalam ruang media internet, terutama media sosial, istilah audiens bertransformasi menjadi netizen. Perubahan konsep audiens menjadi netizen di media sosial telah membawa dampak signifikan pada pola produksi, distribusi, dan konsumsi pesan, termasuk pola hubungan komunikator dan audien. Awalnya, hubungan komunikator dan audien bersifat satu arah, di mana media mengirimkan pesan dan audiens menerimanya secara pasif, namun dengan kemajuan teknologi internet, audiens atau Netizen tidak lagi hanya dipandang sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai partisipan aktif yang dapat berinteraksi, berkomunikasi, dan berkontribusi secara langsung dalam berbagai *platform* media sosial. Bahkan netizen kini memiliki peran yang lebih aktif dalam memproduksi informasi sekaligus menyebarkannya.

Dalam konteks dakwah, *mad'u* di media baru (*new media*) adalah para Netizen atau komunitas virtual. Ruang virtual yang memberikan ruang kebebasan dan interaktivitas yang tinggi memungkinkan mereka untuk memberikan umpan balik secara langsung kepada pengirim, bahkan mereka juga dapat menjadi subjek aktif yang terlibat dalam proses produksi pengetahuan agama/materi dakwah, serta menolak pesan yang disampaikan kepada mereka (Adeni, dkk., 2020).

Secara general, posisi *mad'u* dalam proses dakwah di media digital, memiliki kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan *da'i* melalui *platform* digital seperti media sosial, blog, dan forum diskusi. Mereka dapat mengajukan pertanyaan, memberikan tanggapan, dan bahkan berbagi pandangan mereka sendiri. *Mad'u* dapat memberikan respon positif biasanya dengan menunjukkan apresiasi terhadap konten dakwah berupa *Like & Share*. Banyak *mad'u* yang menyukai dan membagikan konten dakwah yang mereka anggap bermanfaat dan inspiratif. Mereka juga dapat berkomentar dengan yang memuji *da'i* atau menyatakan bahwa konten tersebut bermanfaat dan memperkaya pemahaman agama mereka. Selain itu, para *mad'u* juga dapat berpartisipasi dan berkolaborasi dengan *da'i* dalam produksi dan distribusi konten dakwah, misalnya, mereka dapat membuat video, menulis artikel, atau berbagi postingan di media sosial yang

mengandung pesan-pesan keagamaan. Dengan demikian, mereka menjadi mitra aktif dalam dakwah, bukan hanya penerima pesan.

Lebih dari itu, dalam dunia digital, diversitas *mad'u* semakin tampak. Mereka bukan hanya individu yang mencari pengetahuan agama, tetapi juga mereka yang mungkin skeptis atau bahkan kritis terhadap agama. Oleh karenanya, pendekatan dakwah perlu disesuaikan untuk merangkul berbagai latar belakang, keyakinan, dan tingkat pemahaman agama dari audiens. Dalam konteks ini, algoritma media sosial, misalnya, dapat digunakan untuk mengidentifikasi minat dan kebutuhan *mad'u* yang sangat variatif, sehingga konten dakwah dapat disesuaikan dan lebih relevan bagi mereka.

***Mad'u* dalam Bingkai Teori Resepsi Stuart Hall**

Teori Resepsi Stuart Hall, sering disebut sebagai "*Encoding/Decoding Model of Communication*". Hall memberikan pemahaman yang lebih dinamis tentang komunikasi, menyoroti peran aktif audiens dalam menginterpretasikan pesan. Inti dari teori ini adalah komunikasi tidak hanya melibatkan proses pengiriman pesan dari pengirim (*encoder*) ke penerima (*decoder*), tetapi juga bagaimana pesan tersebut diinterpretasikan oleh audiens. Menurut Hall, baik pengkodean (*encoding*) maupun pengodean ulang (*decoding*) pesan yang disampaikan media atau komunikator dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya. Artinya, makna pesan tidak statis atau universal tetapi dapat bervariasi tergantung pada siapa yang menginterpretasikannya dan dalam konteks apa. Audiens, dalam proses *decoding* mereka, dapat menerima, menegosiasikan, atau menolak ideologi yang dibawa oleh media (Hall, 2019).

Dalam konteks dakwah, pengirim pesan *da'i* (pendakwah) mengkodekan (*encoding*) pesan-pesan keagamaan dengan tujuan tertentu. Pesan-pesan ini bisa berupa ajaran agama, nasihat moral, atau panduan hidup sesuai dengan ajaran Islam. Pengkodean ini dipengaruhi oleh pemahaman agama, nilai-nilai, dan pengalaman pribadi sang pendakwah. Sedangkan pengkodean ulang (*decoding*), seorang *mad'u* menerima dan menginterpretasikan pesan-pesan dakwah tersebut. Proses *decoding* ini tidak selalu sesuai dengan maksud

asli dari da'i. *Mad'u* mengodekan ulang pesan dakwah berdasarkan latar belakang pribadi, pengalaman hidup, nilai-nilai, dan konteks sosial mereka. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dave Morley, berdasarkan pada skema *encoding-decoding* Stuart Hall, menegaskan bahwa kini khalayak tidak hanya sekedar sebagai penerima pesan akhir dalam alur komunikasi. Khalayak tidak lagi berperan hanya sebagai audien media, akan tetapi juga mengambil peran sebagai negositor dan pembanding (Nasrullah, 2016).

Seturut dengan gagasan tersebut, Hall (2019) membagi respon khalayak dalam melakukan pemaknaan (*decoding*) terhadap pesan media menjadi tiga pola, yaitu *dominant dominant hegemonic position*, *negotiated position*, dan *oppositional position*. Posisi hegemonik Dominan (*dominant hegemonic position*) terjadi ketika khalayak memiliki pemahaman yang sama dengan pembuat pesan. Dalam hal ini *mad'u* memahami dan menerima makna pesan sebagaimana dimaksud oleh pengirim dengan baik. Mereka menerima ideologi dan pesan tanpa banyak pertanyaan. berada di posisi yang dapat menerima pesan. Dalam konteks dakwah dapat dimaknai, *mad'u* menerima dan memahami pesan dakwah sesuai dengan maksud da'i. Mereka menerima ajaran dan nasihat yang disampaikan tanpa banyak pertanyaan atau modifikasi.

Sedangkan posisi negosiasi (*negotiated position*) dimaksudkan ketika audien dapat memahami makna yang disampaikan dalam pesan, tetapi mereka juga menegosiasikan atau memodifikasi makna tersebut berdasarkan pengalaman pribadi atau perspektif tertentu. *Mad'u* atau audien mungkin setuju dengan beberapa bagian dari pesan tetapi menolak atau menyesuaikan bagian lain. Adapun posisi oposisi (*oppositional position*) adalah ketika audien memahami makna pesan yang dimaksudkan oleh pengirim tetapi menolak sepenuhnya pesan tersebut. Mereka memberikan interpretasi yang berlawanan dengan maksud pengirim, sering kali karena perbedaan ideologi atau pandangan dunia.

Dengan demikian, memahami resepsi *mad'u* melalui teori Resepsi Stuart Hall, dapat dipahami bahwa *mad'u* adalah partisipan aktif dalam proses komunikasi dakwah. Mereka tidak hanya menerima pesan

dakwah secara pasif tetapi juga menginterpretasikan, menegosiasikan, dan merespons pesan tersebut berdasarkan konteks mereka sendiri. Studi ini menggunakan perspektif Stuart Hall ini dalam menganalisis komentar-komentar *mad'u* (Netizen) dalam memaknai dan merespon konten ceramah Buya Yahya dalam kanal Youtube *Al-Bahjah* TV tentang seruan boikot produk Israel.

Studi ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan pendekatan analisis tematik. Unit analisis dalam studi ini adalah resepsi netizen atau *mad'u* dalam bentuk komentar-komentar atas unggahan video terkait isu boikot produk Israel yang ada pada channel YouTube *Al-Bahjah* TV baik berupa teks maupun *emoticon* yang terdapat dalam kolom komentar. Hal ini yang disebut Eriyanto (2011) sebagai unit pencatat (*recording units*), yakni bagian isi apa yang perlu dicatat, dihitung, dan dianalisis. Sample penelitian yang digunakan dalam studi ini ada 100 komentar netizen atau *mad'u*. yang ada pada video ceramah Buya Yahya yang berjudul “Tanggapan Buya Yahya tentang Fatwa MUI Haram Membeli Produk Israel/Yahudi” dari 3000 komentar (populasi penelitian).

Adapun analisis data dilakukan melalui analisis tematik dengan mengikuti kerangka kerja Braun & Clarke berdasarkan enam fase; *pertama* memahami data. Dalam tahap ini peneliti harus memahami seluruh data atau korpus data dengan membuat catatan awal. *Kedua*, menghasilkan kode. Pada fase ini peneliti akan mengatur data dengan cara yang bermakna dan sistematis. Pengkodean ini akan mereduksi data menjadi potongan-potongan kecil makna. *Ketiga*, mencari tema. Fase ini peneliti akan memeriksa kode-kode yang ada dan beberapa diantaranya dengan jelas disesuaikan menjadi sebuah tema. Pada akhir langkah ini, kode-kode tersebut telah diorganisasikan ke dalam tema yang lebih luas yang sepertinya akan menyatakan sesuatu yang

Metodologi

spesifik mengenai penelitian. *Keempat*, meninjau tema. Dalam fase ini akan meninjau, memodifikasi, dan meninjau tema awal yang telah diidentifikasi pada langkah sebelumnya. *Kelima*, menentukan tema. Pada langkah ini akan menjadi penyempurnaan tema-tema tersebut dan bertujuan untuk mengidentifikasi esensi dari setiap tema. *Keenam*, penulisan. Pada fase ini merupakan titik akhir penelitian akan berupa laporan penelitian atau artikel jurnal (Maguire and Delahu, 2017, hal. 3135–3140).

Hasil dan Pembahasan

Dalam bagian ini disajikan secara deskriptif hasil analisis data dari komentar para Netizen sebagai resepsi *mad'u* terhadap ceramah Buya Yahya yang diunggah dalam channel YouTube *Al-Bahjah TV* yang berjudul “Fatwa MUI Haram Membeli Produk Israel/Yahudi”. Didapati ada 48 komentar *mad'u* yang ada pada posisi *dominant hegemonic reading* dalam memaknai pesan dakwah atau ceramah virtual Buya Yahya terkait dengan fatwa haram MUI untuk membeli produk Israel/Yahudi, 30 *mad'u* melakukan pemaknaan secara oposisional (*oppositional reading*) atau menolak terhadap seruan boikot membeli produk Israel yang disampaikan dalam ceramah Buya Yahya, dan 22 komentar *mad'u* berada dalam *negotiated reading* atau menerima pesan dengan kompromi melalui alasan-alasan tertentu.

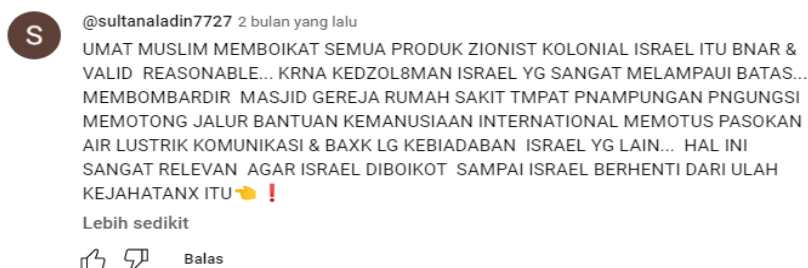
Beragamnya posisi pembacaan *mad'u* atas ceramah Buya Yahya dipengaruhi oleh latar belakang ideologi, pengetahuan, lingkungan, dan nilai yang dimiliki mereka, yang lebih lanjut melahirkan variasi argumentasi dalam tema-tema tertentu sebagai berikut: *Pertama*, dalam *dominant hegemonic reading* variasi argument dalam komentar *mad'u* terbagi menjadi empat tema, yaitu kemanusiaan, keagamaan, ekonomi, dan sosial-politik. *Kedua*, *oppositional reading* terbagi menjadi lima tema, yaitu kemanusiaan, keagamaan, ekonomi, sosial-politik, dan komodifikasi agama. *Ketiga*, kategori *negotiated reading* terbagi menjadi empat tema argument, yaitu keagamaan, ekonomi, sosial, dan politik

Dominant Hegemonic Reading Berbasis Argumen Kemanusiaan, Keagamaan, Ekonomi, dan Sosial-Politik

Argumen Kemanusiaan. Resepsi netizen atau *mad'u* dalam *dominant hegemonic reading* dengan argumentasi “kemanusiaan” ini adalah posisi *mad'u* yang menerima, menikmati, dan mengonsumsi apa yang disampaikan Buya Yahya yang menyarankan mengikuti “Fatwa MUI Haram Membeli Produk Israel/Yahudi” berdasarkan alasan-alasan kemanusiaan, atau bisa disebut pemaknaan/pembacaan hegemonik berbasis kemanusiaan.

Argumen kemanusiaan dalam komentar netizen yang dimaksudkan disini adalah kalimat-kalimat komentar yang berisikan tentang pandangan mengenai kemanusiaan, seperti kemerdekaan suatu negara, *kedzaliman* (penindasan), simpati yang ditujukan kepada rakyat Palestina, dan nilai kemanusiaan lainnya. Hal ini dapat dilihat dari komentar @sultanaladin7727 yang menyebut serangan Israel terhadap Palestina sebagai ‘kedzoliman yang sangat melaumpai batas’ (lihat gambar 1).

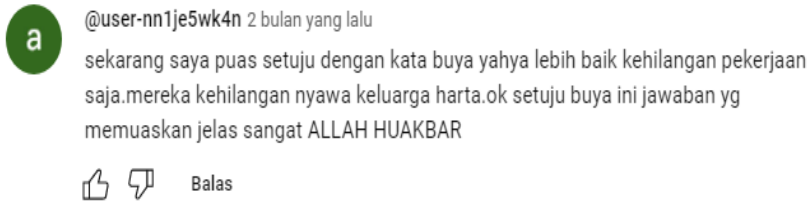
Gambar 1. Pembacaan Dominant Hegemonic Berbasis Argumen Kemanusiaan dalam Akun @sultanaladin7727



Selanjutnya terdapat komentar yang diupload oleh @user-nn1je5wk4n yang berada pada posisi *dominant hegemonic reading*. Hal iini tertuang jelas pada kalimat “*Sekarang saya puas dan setuju dengan Buya Yahya*”. Komentar yang diunggah oleh akun @user-nn1je5wk4n ini berdasarkan argument kemanusiaan, karena dalam kalimatnya ia menjelaskan bahwa kehilangan pekerjaan tidak sebanding dengan

penderitaan dan pengorbanan yang telah dilakukan oleh warga Palestina: “*lebih baik kehilangan pekerjaan saja. Mereka kehilangan nyawa, keluarga, harta*”.

Gambar 2. Argumen Kemanusiaan dalam Komentar Mad'u @user-nn1je5wk4n



Argumen Keagamaan. Didapati komentar *mad'u* dalam kategori *dominant-hegemonic reading* berdasarkan argumen keagamaan. Dalam hal ini dimaksudkan bahwa komentar Netizen (*mad'u*) dalam posisi menerima, menikmati, dan mengonsumsi apa yang disampaikan Buya Yahya atas dasar pandangan aspek-aspek keagamaan, baik keyakinan (akidah), syariah, maupun akhlak. Salah satu pembacaan *mad'u* yang termasuk kategori *dominant-hegemonic* berbasis argumentasi akhlak adalah komentar @dewimasitoh9427:

“Umat Islam di Indonesia wajib dan patuh pada ulama-ulama, salah satunya ustadz Buya Yahya. Sangat pantas beliau jadi panutan umat Islam saat ini”.

Dalam kalimat tersebut memuat aspek akhlak yaitu menyangkut tentang sifat seseorang Muslim yang harus tunduk pada ulama. Ulama merupakan orang-orang yang memiliki pengetahuan atau ilmu keagamaan yang berhubungan dengan kemaslahatan umat. Dalam agama Islam, *adab* (akhlak) seseorang ketika berhadapan dengan ulama harus hormat (*takzim*), memuliakan (*ikram*), dan melayani keperluannya (*khidmah*) dan mengikuti arahnya (*tauisyah*).

Pula komentar @devytrriwahyudi9054, yang menerima dan tidak menentang apa yang disampaikan Buya Yahya:

“Buya memang tidak pernah menyudutkan pihak-pihak tertentu. Selalu husnuuzon pada orang lain. Beliau selalu menegaskan semua

dimulai dari kita. Jangan tunjukan jarimu kepada orang lain, tapi tunjuk jarimu kearah dadamu sendiri, sehat selalu Buya.”

Komentar tersebut didasarkan dalam kategori keagamaan dalam aspek akhlak, yakni tampak pada kalimat “*Selalu husnuuzon pada orang lain*”. Kata *husnuuzon* disini merupakan perilaku berprasangka baik kepada orang lain. Selain itu, aspek akhlak juga terdapat pada kalimat “*Jangan tunjukan jarimu kepada orang lain, tapi tunjuk jarimu kearah dadamu sendiri*”. Kalimat ini dapat dimaknai sebagai adab untuk tidak menghakimi orang lain dan senantiasa melakukan refleksi diri.

Namun demikian, ada komentar *mad'u* yang masuk dalam pembacaan *dominant hegemonic* berdasarkan argument akidah, yakni kepercayaan dasar atau keyakinan pokok pada rukun iman dalam Islam. Hal ini didapati dalam komentar terlihat dari komentar akun *@oniichandame*. Dalam komentar yang diunggah oleh akun *@oniichandame* tersebut menempatkan dirinya pada posisi dominan karena memiliki penerimaan pesan sesuai dengan maksud yang diinginkan oleh Buya Yahya, dan lebih didasarkan pada argument akidah kegamaan. Hal ini terlihat dari beberapa kata yang digunakan akun *@oniichandame* seperti “minimalnya hati terketuk”, “ada rasa cemas”, “penyesalan”, dan “yakinlah”, yang lebih lanjut dikaitkan dengan ayat al-Qur'an yang merujuk pada aspek keimanan atas ketentuan Allah Swt, yakni Q.S. Al-Baqarah: 268 (lihat gambar 3).

Gambar 3. Pembacaan Dominant Hegemonic Berbasis Argumen Akidah pada Komentar *@oniichandame*



@oniichandame 3 bulan yang lalu

minimalnya hati terketuk dan ada rasa cemas dan penyesalan. yakinlah pada firman allah :

"Bahwa Allah tidak membebani seseorang diluar kemampuannya"

(Al-Baqarah: 286)

Lebih sedikit



Balas

Beberapa akun lainnya yang menunjukkan pada pembacaan *dominant hegemonic* berbasis argumen keagamaan, baik akhlak maupun akidah dapat dilihat pada tabel 1.

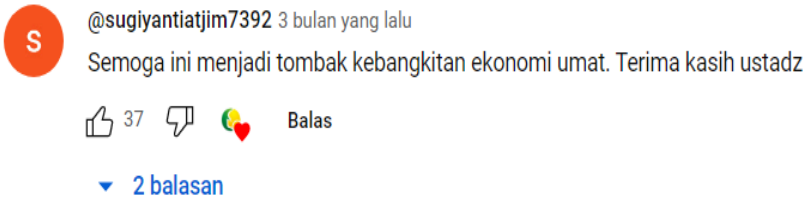
Table 1. Komentar Mad’u pada Posisi Dominant Hegemonic Berbasis Argumen Akhlak Keagamaan

No	Akun	Komentar	Basis Argumen
1	@kengaberpew6013	Subahanallah, terimakasih Buya. Semoga Allah melindungi ulama –ulama kami yang senantiasa menyampaikan kebenaran sebenar-benarnya.	Keagamaan (akhlak)
2	@AbyanAdam	Masyallah, akhlak beliau (Buya Yahya) sangat mengagumkan, terimakasih Buya sangat rasional dan adem benget ceramahnya, semoga Buya dalam	Keagamaan (akhlak)
3	@Lnv-is2iu	lindungan Allah, sehat selalu dan panjang umur. Makasih Buya, semoga yang disampaikan bisa menambah kecerahan hati saya ini yang masih redup, yang masih dangkal akan ilmu, saya suka apa yang disampaikan.	Keagamaan (akhlak)
4	@Anggangsamungkal8339	Pandangan Buya Yahya sungguh berpandangan luas, jujur, ikhlas, dan adil. Tidak pilih bulu, kebaikan tetap kebaikan, tidak mungkin kebaikan berbah menjadi kejahatan dan kejahatan tidak mungkin menjadi kebaikan. Akibat asik benci membenci, tipu menipu,	Keagamaan (akhlak)

No	Akun	Komentar	Basis Argumen
5	@maharanipramitasari7475	fitnah memfitah, maka sampai kiamat sekalipun permusuhan, peperangan tidak pernah berhenti karena tetap terus cakar mecakar. Bismillah setuju Buya, memang beda narasumber yang benar-benar di jalan Allah, beda dengan orang yang hanya berkedok agama tapi punya penyakit hati, semoga Buya Yahya, ustadz Adi Hidayat, ustadz Felix, UAS, & orang-orang baik selalu dilindungi	Keagamaan (akhlak)
6	@DediThen-zk1sl	Enak denger ceramahnya Buya Yahya, Seakan akan hati nurani saya mengatakan “Tingkatkan kesadaran untuk mengurangi penderitaan”.	Keagamaan (akhlak)
7	@Penaraapollo6905	Terimakasih Buya Yahya, selalu membuat kami yakin dan tenang untuk berbuat kebaikan. Tolong admin, sampaikan salamku pada Buya Yahya dari Sumatera Utara.	Keagamaan (akhlak)
8	@oniichandame	Minimalnya hati terketuk dan ada rasa cemas dan penyesalan. Yakinih pada firman Allah: “Bahwa Allah tidak membebani seseorang di luar kemampuannya” (Al-Baqarah:286).	Keagamaan (Akidah)

Argumen Ekonomi. Selain aspek akhlak, ada beberapa *mad'u* (*Netizen*) yang berkomentar berdasarkan argumentasi ekonomi. Kategori ekonomi merujuk pada suatu aktifitas produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa dalam suatu negara atau wilayah. Pada kategori ini memuat komentar berisikan tentang pandangan mengenai perekonomian seperti penggunaan produk dalam negeri, industri, pekerja, PHK dan sebagainya. Hal ini tampak dari komentar @sugiyantiatitjim739 & @BasirunjambiBasirunjambi-bo7sx.

Gambar 4. Komentar Mad'u pada Dominant Hegemonic Reading Berbasis Argument Ekonomi



Komentar akun @sugiyantiatitjim7392 tampak berada pada posisi *dominant hegemonic reading* yang didasarkan pada kategori ekonomi. Hal ini karena kalimat komentar yang mendukung aksi boikot produk Israel dan berharap dengan adanya tindakan tersebut akan menjadikan kebangkitan perekonomian umat muslim. Kalimat tersebut tertera pada “*Semoga ini menjadi tombak kebangkitan ekonomi umat*”.

Demikian halnya dengan komentar @BasirunjambiBasirunjambi-bo7sx. Akun ini berada pada posisi *dominant hegemonic reading* karena dalam komentarnya membahas mengenai upaya bagaimana mengganggu perkembangan perekonomian Israel dengan cara memboikot produk-produk yang ada di Indonesia, hal itu tertera pada kalimat “*karena produk Israel hanya berkembang di negara Indonesia*”. Pula komenntar @cleanwater004d, yang menyarankan agar juga melakukan pemboikotan terhadap sektor jasa yang mendukung ekonomi Israel, selain barang-barang yang dikonsumsi. Ini tampak jelas dari kalimat komentar yang diunggah @cleanwater004d: “Termasuk

boikot hotel milik penggalang dana untuk Israel. Hotel milik Barry Sternlicht yaitu Le Meridiens dan St. Regis”.

Argumen Sosial-Politik. Dalam konteks ini, kategori sosial-politik merujuk pada segala sesuatu yang berkaitan dengan sosial atau masyarakat dan bersifat kemasyarakatan dengan memperhatikan kepentingan bersama (umum) dan politik yang mana berkaitan dengan suatu sistem yang dilakukan untuk memutuskan suatu kesepakatan, keputusan, atau kebijakan dalam kehidupan bernegara. Pembacaan atau resepsi dalam posisi *dominant hegemic* ini diantaranya tampak dari unggahan akun @user-jg1ez8ed2n. Komentar Netizen @user-jg1ez8ed2n ini tidak menyanggah pesan dakwah yang disampaikan oleh Buya Yahya. Kalimat dalam komentar ini didasakan pada aspek sosial-politik karena Netizen mengungkapkan dukungannya untuk memboikot produk Israel dengan mengaitkan rasa “saling menyayangi dan mengasihi” sesama bangsa Indonesia atau satu tanah air, Indonesia: “*Kami tetap belanja di pedagang muslim karena kami semua saling mengasihi saling menyayangi satu negara kita tercinta NKRI harga mati*”.

Gambar 5. Komentar Mad'u pada Dominant Hegemonic Reading Berbasis Argument Sosial-Politik



Argumen serupa didapati di komentar akun @Fandi.18.089. Posisi *mad'u* @Fandi.18.089 menerima pesan dakwah yang disampaikan Buya Yahya secara penuh. Dalam hal ini argumennya pada kolom komentar ceramah Buya Yahya di kanal *Bahjah* TV didasarkan pada argumen kecintaan produk-produk sebangsa dan setanah air: “*Ayo guys solid solid, dukung boikot. Berani berubah, berani merubah kebiasaan, pakailah produk buatan saudara sebangsa setanah air. Mulai tinggalkan semampu kita produk pendukung anarkis*”.

Resepsi Oposisi & Varian Argumentasi *Mad'u*

Resepsi oposisi (*oppositional reading*) merupakan posisi dimana khalayak akan menginterpretasikan pesan berkebalikan dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator atau *da'i*. Beberapa *mad'u* (Netizen) menolak isi ceramah Buya Yahya tentang boikot produk Israel dengan beberapa basis argument, antara lain kemanusiaan, agama, komodifikasi, ekonomi politik.

Argumen Kemanusiaan. Akun @supratman sambo22 dan @posmansiagaan7401 merupakan *mad'u* yang melakukan pembacaan atas seruan Buya Yahya untuk mendukung “Fatwa MUI Haram Membeli Produk Israel/Yahudi” secara oposisional dengan argumentasi kemanusiaan. Dalam komentarnya, Netizen dengan akun @posmansiagaan7401 ini melakukan *counter-argument* dengan isu “pengangguran di Indonesia” yang banyak sebagai bentuk perikemanusiaan: “*Gak usah mengatakan peri kemanusiaan, pengangguran di Indonesia gak kalian lakukan peri kemanusiaan, peri kemanusiaan dalam negeri sendiri dulu diutamakan.*” Pula @supratman sambo22. Kalimat komentar yang diunggah oleh akun @supratmansambo22 merupakan komentar yang berada pada posisi *oppositional reading* didasarkan pada aspek kemanusiaan seperti yang termaktub seara jelas dalam postingannya: “*memikirkan kemanusiaan dengan mengorbankan manusia, pola pikir yang primitif*”.

Gambar 6. Resepsi Oposisi *Mad'u* @supratman sambo22 pada Ceramah Virtual Buya Yahya



@supratmansambo22 2 bulan yang lalu

Maaf....KEMUNAFIKAN yg paling UTAMA di Hapus ,memikirkan KEMANUSIAAN dengan mengorbankan MANUSIA...Pola pikir PRIMITIF....



Balas

Argumen Keagamaan. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa kategori argument keagamaan yaitu kalimat komentar tentang pandangan mengenai aspek-aspek keagamaan atau keislaman yang meliputi keyakinan (akidah), hukum (syariah), dan sikap atau perilaku

(akhlak). akun *@user-gj9bi8cx1w* adalah satu *mad'u* yang berada pada posisi oposisi (*oppositional reading*) dengan argumen keagamaan, khususnya aspek akhlak. Dalam komentarnya dia membantah konten ceramah Buya Yahya terkait hukum haram membeli produk Israel dengan argument “mengadu domba umat”. Hal ini dapat dilihat pada kalimat “*Yang haram itu adalah pikiran penghasut jemaahnya sendiri*” dimana pada kalimat ini ia telah memandang dakwah Buya Yahya dalam video berjudul “Tanggapan Buya Yahya tentang Fatwa MUI Haram Membeli Produk Israel/Yahudi” sebagai perilaku menghasut. Komentar ini didasarkan pada kategori keagamaan karena dalam komentarnya menyangkut tentang akhlak yang tercela yang terdapat pada kalimat “*Mengadu domba diantara umat beragama*”. Kalimat ini menunjukan bahwa pemilik akun tersebut menginterpretasikan pesan dakwah sebagai suatu hasutan untuk mengadu domba umat.

Argumen oposisi berbasis dimensi akhlak juga dinyatakan *@bikelis7559* dalam komentarnya di kanal YouTube *Bahjah TV*. *Mad'u* ini menyebutkan seruan Buya Yahya untuk mendukung Fatwa MUI perihal boikot produk Israel sebagai omongan yang tidak berdasar alias bohong belaka. Hal ini tampak dari kalimat postingan *@bikelis7559* yang cukup singkat:: “*Cuman ngomong aja itu*”.

Sedikit berbeda dengan *mad'u* sebelumnya, akun *@sentiasabersyukur7254* menolak pesan yang disampaikan oleh pendakwah dengan mengatakan bahwa ajakan untuk memboikot produk Israel sebagai ajaran sesat. Kata ‘ajaran ajaran sesat’ yang diungkapkan Netizen *@sentiasabersyukur7254* mengandaikan bahwa *mad'u* memposisikan dirinya sebagai “polisi akidah” yang menghakimi pesan dakwah Buya Yahya keluar dari bingkai akidah Islam. Hal ini terdapat pada kalimat postingan *@sentiasabersyukur7254*: “*Di Israel pun banyak juga muslim, sok paling benar mengharamkan produk Israel ini muslim ajaran sesat*”.

Komentar oposisi *@MADRIALJAWI* terhadap isi ceramah Buya Yahya juga didasarkan pada argument keagamaan. Dia menggunakan kata “kemunafikan” untuk menunjukkan ketidakkonsistenan tindakan dalam memboikot konsumsi produk Israel:

“Dia pikir perekonomian global Indonesia itu cuma jualan cimol sama cireng kali ya, :D :D kalau mau boikot, boikot semua dong jangan jadi bangsa munafik boikot semua yang berbau Israel mulai dari makanan, minuman, bahan pangan lainnya, elektronik, teknologi, medsos dan internet. Semua jangan digunakan :D:D:D:D. Menggunakan youtube saja sudah menunjukkan kemunafikan :D:D:D:D”

Argumen serupa juga didapat dari beberapa akun *mad'u* lainnya dalam menerima konten dakwah virtual yang dilakukan Buya Yahya dalam kanal Yotube Al-Bahjah TV, seperti akun@user-pn9xh8hq3e, @erdiantodamai8569, @gatotismu1607, @erdiantodamai8569, dan @nokiaphone5377 (lihat tabel 2)

Tabel 2. Argumen Mad'u Berdasarkan Aspek Keagamaan

Oppostional Reading			
No	Akun	Komentar	Argumen.
1	@user-pn9xh8hq3e	Apakah produk lokal bisa memproduksi komputer, seharusnya kita malu hari ini kita teriak untuk tidak pakai produk Israel tapi kita tidak sadar sementara kita ngomong alatnya pakai produk Yahudi. :D:D:D:D Tadz, kamu sekarang saja masih menggunakan Youtube sebagai product	Keagamaan
2	@gatotismu1607	Israel!!! Jadi gimana dong?? Itulah kaum munafik!!! Tidak sesuai dengan apa yang diomongkan!!!	Keagamaan
3	@erdiantodamai8569	Buya MUI mengharamkan produk Israel dan orang yang perusaha pro Israel tapi buya juga pakai produk Isrel yaitu Youtube, Twitter, Facebook Google, termasuk MUI juga dan semua muslim di Indonesia	Keagamaan

<i>Oppositional Reading</i>			
No	Akun	Komentar	Argumen.
4	@marihotgultom6812	berarti haram hukumnya buat Buya, MUI dasar manusia munafik. Kayek tak perlulah dibahas produk-produk negara lainlah. Kalaulah produk tersebut ditutup gimanalah bangsa ini.	Keagamaan
		Berarti kita kembali ke jaman baholak Internet, FB, WA, Istangram, dan lain-lain juga. Biar kembali kita lewat kantor pos aja kita bicara. Hidup saja masih bergantung pada otak orang Yahudi. Sebut saja google , berapa banyak aplikasi yang digunakan pada orang-orang indonesia untuk komunikasi, mencari cuan, dan gaya hidup. Itu punya siapa?? :D :D :D lucu banyak bicara aja tapi malu tidak kalau masih bergantung pada barang-barang Yahudi. Itu munafik namanya.	
5	@nokiaphone5377		Keagamaan

Selain berdasarkan argumen di atas, resepsi mad’u dalam kerangka *opositional reading* juga didapati berdasarkan **argumen ekonomi, kemampuan sumberdaya manusia, komodifikasi agama, dan sosial-politik**. akun @rezaelisabeth6330 merupakan salah satu dari *mad’u* yang menolak konten ceramah Buya Yahya terkait seruan mengikuti fatwa MUI boikot produk Israel dengan argumen ekonomi, seperti yang diunggah dalam kolom komentar:

“Ustat kalau orang susah, tidak bekerja untuk menanggung anak-anak, orang tua. Pikir jangan ambil kepentingan sendiri, akhirnya mencuri atau meminta-minta dijalan karena bisa mati kelaparan. Gimana-gimananak tidak ada pekerjaan pada tutup. Kalau sehari

seminggu orang bisa bantu, kalau berbulan-bulan gimana? Capek minta-minta ☹☹:D:D”.

Berikutnya terdapat juga komentar yang diunggah oleh akun *@sutomopomah7654* yang berada pada posisi *oppositional reading berbasis* argumen politik. Ini karena *@sutomopomah7654* memaknai pesan dengan cara yang berseberangan dengan maksud pembuat pesan. Dalam komentarnya, ia menulis bahwa dakwah yang dibawa oleh Buya Yahya pada video ceramah tanggapan Buya Yahya tentang “Fatwa MUI Haram Membeli Produk Israel/Yahudi”. Argumen Netizen ini didasarkan pada argumen politik karena ia menolak konten tersebut ceramah virtual tersebut dengan mengaitkan Indonesia sebagai negara non-blok yang merupakan suatu gerakan dimana suatu negara memiliki hak untuk menentukan nasibnya, kedaulatan, dan integritas negaranya serta tidak memihak pada militer manapun. Kalimat tersebut terdapat pada kolom komentar *@sutomopomah7654*: “Indonesia negara non blok, , jangan terjebak omongan yang gak masuk akal”.

Dalam komnetar *mad'u @officialjohanfamily*, posisi oposisi *mad'u* lebih didasarkan atas alasan kemampuan sumberdaya manusia umat Islam Indonesia yang dianggap lemah. Ini tampak dari komentar akun tersebut yang menyatakan: “Sayang sekali bro, sampai kiamat pun anda tidak bisa apa-apa! 🕌 Muslim dunia aja tidak bisa apa-apa tanpa Israel, Islam Indomie bisa apa!”.

Unggahan akun *@dibyosusanto8252* juga berada pada posisi *oppositional reading*. Pada komentarnya ia menolak terhadap konten seruan boikot produk Israel yang disampaikan oleh Buya Yahya dengan argument yang cenderung mengaitkan dengan komodifikasi agama. Menurutnya aksi boikot produk Israel merupakan cara untuk memperjualbelikan agama untuk kepentingan kekuasaan atas nama agama: Hal ini tampak dari kalimat postingan “*Cuma yang memperalat agama yang hanya ingin berkuasa*” dan “*tergantung yang menggoreng*” yang dikaitkan dengan frase “*Yang paling enak itu penceramah*” dan “*Oknum ulama*”. Dalam hal ini secara relasional cenderung bermakna menjadikan agama sebagai komoditas untuk merawat “kuasa”.

@dibiyosusanto8252: “Ahh, semua umat saudara. Cuma yang memperalat agama yang hanya ingin berkuasa. Israel Palestina yang salah yang mana, tergantung yang menggoreng. Yang paling enak itu penceramah :D:D:D. Oknum ulama preet, gak tahu sejarah yang asli, jangan percaya penceramah kayak gitu”.

Negotiated Reading: Argumen Politik, Keagamaan, dan Ekonomi

Sebagaimana dijelaskan pada bagian sebelumnya, bahwa *negotiated reading* merupakan posisi audien atau (*mad'u*) dapat memahami pesan yang disampaikan komunikator, tetapi dengan menegosiasikan atau memodifikasi makna pesan tersebut berdasarkan pengalaman pribadi atau perspektif tertentu. Di satu sisi *mad'u* setuju dengan beberapa bagian dari pesan, tetapi di sisi lain mereka menyesuaikan, atau mungkin menolak pada bagian lain.

Dalam konteks ini, beberapa *mad'u* menegosiasikan konten ceramah Buya Yahya dengan yang perspektif politik. Seperti yang diungkapkan oleh akun @dedioke7720:

“Saya setuju boikot buya, tapi apa solusinya buat saudara kita yang terdampak bila terjadi PHK karena pendapatan perusahaan menurun dan saudara kita yang menengah kebawah UMKM nya ada produk yang tidak laku karena terlanjur sudah belanja. Karena saya lihat Prof. Dr Syaikh Ali Jum'ah mengkritik fatwa MUI poin himbauan haram membeli produk yang berafiliasi dengan Israel. Disitu MUI tidak menyebutkan secara jelas apa saja produk yang dimaksud dan jatuhnya boikot secara pribadi yang mana harusnya negara ”.

Dalam konteks ini, *mad'u* @dedioke7720 sebenarnya setuju dengan imbauan boikot, namun bukan seruan masing-masing pribadi Muslim Indonesia yang melakukan, namun negara yang harusnya melakukan hal tersebut agar tidak merugikan Muslim Indonesia sendiri. Darisini, dapat dipahami bahwa *mad'u* menggunakan argumen politik boikot produk Israel semestinya menjadi bagian dari kebijakan politik kekuasaan, bukan individual.

Argumen serupa juga diungkapkan oleh akun @sugianto7983. Dia setuju dengan fatwa boikot produk Israel, tapi harus tepat

argumennya. Maksudnya adalah bahwa barang-barang yang disinyalir sebagai produksi Israel yang di Indonesia secara hukum halal dikonsumsi secara *syar'i*, tetapi yang dilarang adalah membelinya sebagai bentuk solidaritas pada rakyat Palestina. Dalam konteks ini, pemerintah yang semestinya melarang untuk untuk import barang-barang tersebut ke Indonesia atau memproduksi di negeri ini. Argumen politik kekuasaan dalam *negotiated reading* tersebut tampak dalam ungkapan @sugianto7983: “jangan datangkan barangnya”.

“Kalau bagi saya produknya tetap halal, karena didalam produknya, tidak ada mengandung hal-hal yang haram. Kalau melarang beli produknya jangan bilang haram karena yang haram sudah ditentukan dan disebutkan dalam al-Qur'an yang haram. Kalau halal kenapa diharamkan kan? Kalau dilarang dibeli, jangan datangkan barangnya”.

Tidak jauh berbeda dengan argumen *mad'u* di atas, akun @bagassindomediapersada447 dan @sulartosular8053 juga berargumentasi atas dasar politik kebijakan. Menurutnya Produk Israel yang sudah dipasarkan dan dikonsumsi publik dengan label halal semestinya tidak bisa serta merta berubah menjadi haram. MUI harus menarik label halal dulu, sebelumnya menfatwakan barang tersebut dihukumi haram dikonsumsi:

@bagassindomediapersada447: “Fatwa MUI yang mengharamkan barang yang sudah dihalalkan melalui pemberian sertifikat halal, seharusnya sertifikat halalnya ditarik dulu baru dikeluarkan fatwa haram. Potensi MUI bisa dituntut gara-gara pengusaha yang merasa dirugikan karena fatwa ini”.

Gambar 7. *Negotiated Reading* Mad'u @diarirosi3512 Berbasis Argumen Sosial



@diarirosi3512 3 bulan yang lalu

Yang jd masalahnya buya list" Yg viral itu bukan dari MUI,itu dibuat netizen,yg blm jelas datanya,jd blunder di masyarakat takutnya jd fitnah ke sesama muslim



Balas

Adapun mitra dakwah dengan akun @diarirosi3512 cenderung melakukan *negotiated reading* atas ceramah Buya Yahya terkait seruan

untuk mendukung fatwa MUI tentang boikot produk Israel berbasis argument sosial. Menurutnya ketidakjelasan informasi nama produk-produk Israel yang dilarang dibeli bisa berdampak pada konflik social. Hal ini dapat dipahami dari kata “takutnya menjadi fitnah sesama muslim”.

Simpulan

Berdasarkan paparan hasil analisis data di atas dapat disimpulkan bahwa dalam pembacaan ceramah virtual Buya Yahya yang diunggah dalam kanal YouTube *Al-Bahjah* TV berjudul “Fatwa MUI Haram Membeli Produk Israel/Yahudi” *mad’u* (Netizen) memiliki resepsi dan pemaknaan yang bervariasi dengan latar argumen yang berbeda-beda juga. Dengan mempertimbangkan kerangka teoretik yang diintrodusir oleh Stuart Hall, studi ini mendapati tiga kategori resepsi *mad’u* (Netizen), yakni resepsi secara hegemonik-dominan (*dominant hegemonic reading*) sebanyak 48, resepsi dengan posisi menolak (*oppositional reading*) sebanyak 30, dan resepsi dengan posisi menerima melalui negosiasi (*negotiated reading*) sebanyak 22 *mad’u*.

Beragamnya resepsi *mad’u* tersebut dipengaruhi oleh latar belakang sosial-budaya dan pengetahuan *mad’u* yang melingkupinya. Perbedaan latar belakang *mad’u* dalam memaknai pesan memunculkan tema-tema argumen yang beragam, yaitu kemanusiaan, keagamaan, ekonomi, sosial-politik, dan komodifikasi agama. Temuan studi ini diharapkan dapat berkontribusi dalam memperkaya kajian komunikasi dakwah, khususnya terkait dengan studi audien (*audience studies*) dalam ranah dakwah digital.

Referensi

- Abdullah. (2019). Ilmu dakwah: Kajian ontologi, epistemologi, aksiologi, dan aplikasi dakwah. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Adeni & Bakti, A.F. (2020). Reconceptualising the elements of Islamic propagation: Religious response and adaptation to new media.

- Jurnal Komunikasi Islam*. 10(2), 198–216. <https://doi.org/10.15642/jki.2020.10.2.198-216>.
- Andrios, B. (2021). Wamenag: Indonesia dukung perjuangan dan kemerdekaan Palestina. <https://kemenag.go.id/nasional/wamenag-indonesia-dukung-perjuangan-dan-kemerdekaan-palestina-jtq03i>
- Aziz, M.. A. (2017). *Ilmu dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Burgess, J.E. & Green, J.B. (2009). *YouTube: Online video and participatory culture*. New York: Polity Press.
- Britannica, T. Editors of Encyclopaedia (2024, August 2). Israel-hamas war. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/event/Israel-Hamas-War>
- D'Amours, J.K. (2024, April 26). With eyes on US college campuses, students stress: 'Gaza is why we're here'. *Al Jazeera*. <https://www.aljazeera.com/news/2024/4/26/with-eyes-on-us-college-campuses-students-stress-gaza-is-why-were-here>
- Eriyanto (2011). *Analisis Isi*. Jakarta: Kencana.
- Gohil, N. & Henley, J. (2024, May 8). Why have student protests against Israel's war in Gaza gone global?. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/world/article/2024/may/08/have-student-protests-campus-israel-war-gaza-global>
- Hall, S. (2019). *Encoding and decoding in the television discourse*. University of Birmingham Press: Birmingham.
- Humas. (2022). Presiden Jokowi tegaskan komitmen indonesia dukung terus perjuangan kemerdekaan Palestina. *Sekretariat Kabine Republik Indonesia*. <https://setkab.go.id/presiden-jokowi-tegaskan-komitmen-indonesia-dukung-terus-perjuangan-kemerdekaan-palestina/>
- KBRI Stockholm. (2023). Duta besar OKI di Stockholm kecam agresi militer Israel, Ajak Swedia untuk mendukung gencatan senjata. <https://kemlu.go.id/portal/id/read/5491/berita/duta-besar-oki->

[di-stockholm-kecam-agresi-militer-israel-ajak-swedia-untuk-mendukung-gencatan-senjata](#)

- K.T. (2023). MoH issues statement on Israeli aggression effects in Palestine. *Wafa News Agency*. <https://english.wafa.ps/Pages/Details/138579>
- Mabruroh & Nashrullah, N. (2023). Ormas Islam sepakat serukan boikot produk-produk terkait Israel. *Republika*. <https://khazanah.republika.co.id/berita/s3ftne320/ormas-islam-sepakat-serukan-boikot-produk-produk-terkait-israel-ini-sejumlah-alasannya>
- Maguire, M. & Brid D. (2017). Doing a thematic analysis: A practical, step-by-Step guide for learning and teaching scholars. *AISHE-J*. 3(3), 3135–3140. <https://doi.org/10.1109/TIA.2014.2306979>
- MicroStrategy. (2023, November 12). Tanggapan Buya Yahya tentang fatwa MUI haram membeli produk Isra*l/Yahudi. [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=wxr40LyxaKk>
- Muhammad, M. (2024, Juni 13). Komisi independen PBB: Israel lakukan kejahatan perang. *Kompas*. https://www.kompas.id/baca/english/2024/06/13/komisi-independen-pbb-israel-lakukan-kejahatan-perang?open_from=Translator_Mark
- Marwantika, A. I. (2019). Potret dan segmentasi mad'u dalam perkembangan media di Indonesia. *Al-Adabiya: Jurnal Kebudayaan dan Keagamaan*. 14 (1), 1–14. <https://doi.org/10.37680/adabiya.v14i01.100>
- Nagesh, A. (2024, May 1). Students occupy UK university campuses in protest over Gaza. BBC. <https://www.bbc.com/news/uk-68938763>
- Nasrullah, R. (2016). *Teori dan riset media siber*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- OIC News. (2023). OIC strongly condemns incursion into Gaza city al-shifa hospital and continued Israeli aggression against the

Palestinian people. https://www.oic-oci.org/topic/?t_id=39936&t_ref=26759&lan=en

Stroud, N. J., Scacco, J. M. & Muddiman, A. Curry, A. L. (2014), Changing deliberative norms on news organizations' facebook sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 20(2), 188–203. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12104>

Tim detikcom. (2024), Bejatnya Israel masih gempur rafah di tengah kecaman dunia. *Detikcom*. <https://news.detik.com/internasional/d-7368121/bejatnya-israel-masih-gempur-rafah-di-tengah-kecaman-dunia>