

BAHASA DAN NARASI POLITIK KREATIF

Kontestasi Merebut Kebenaran Islam dalam Demokrasi Digital 2019 di Indonesia

Wahyu Hanafi Putra & Dawam M. Rohmatulloh

Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo

wahyuhanafiputra@gmail.com

dmnusantara@gmail.com

Abstract: *This study aims to describe the language and narrative of creative politics that are contested in order to seize the truth of Islam in the 2019 electoral-digital democracy in Indonesia. The research method used is descriptive-qualitative. The data and sources of research data used are the latest research in a three-year cycle related to identity politics and the politicization of religion. Orwell (1950) considers that language can be used to influence and change political ideology and change the way of thinking of others. The results of this study indicate that the political correctness leading up to the 2019 electoral democracy party in Indonesia is characterized by religious populism that is publicized on social media such as flyers, memes, hashtags, and Muslim Cyber Army (MCI) affiliated accounts. The existence of social media accounts with creative language narratives has changed people's perceptions and ideologies that have an impact on destructive behavior, racism, anarchism, and intolerance in seizing the truth of Islam in political contestation.*

Keywords: *Language, Politics, Religion*

PENDAHULUAN

Tahun politik 2019 di Indonesia telah meninggalkan rekam jejak yang menarik. Secara empiris, hal ini akan dijadikan catatan tertulis dalam diskursus kesejarahan politik di Indonesia. Dimana pergulatan politik di tahun tersebut diwarnai dengan berbagai ragam aksi, wacana, perilaku, sikap yang mengarah pada disorientasi politik. Ditambah, para pelaku politik membawa normativitas agama sebagai kebenaran tunggal untuk menopang perilaku politik yang harus dibenarkan. Upaya ini yang nanti akan berkembang pada tahapan-tahapan perilaku politik dengan menggunakan bahasa verbal maupun non-verbal.

Sepintas kita baca dengan *frame* sejarah terkait kontestasi politik di Indonesia. Pergulatan politik di Indonesia di tahun 2019 tidak lepas dari akar sejarah politik masa reformasi, yakni masa akhir tumbanganya orde baru pada tahun 1998. Dimana pasca masa orde baru, masyarakat memiliki hak dan kuasa penuh di bawah payung demokrasi. Kemudian, mengalir pada pemerintahan presiden berikutnya dengan silih berganti hingga akhir tahun 2016. Di bawah kepemimpinan Presiden Jokowi, suhu



politik semakin memanas, terutama saat menjelang Pilkada DKI Jakarta tahun 2016. Isu-isu keagamaan, rasis, diskriminasi, dan intoleransi dalam pergumulan politik mulai ramai dilakukan. Berbagai aksi yang didompleng wacana keagamaan mulai dimasifkan guna meraih simpati masyarakat untuk turut andil dalam menghakimi kebenaran politik. Dampaknya adalah masyarakat dalam jumlah besar mulai menaruh simpati terhadap pelaku politik tersebut. Mereka tidak enggan untuk menggalakkan aksi damai dan gerakan massa seperti 212, 414, subuh berjamaah, dan reuni akbar. Dalam aksi wacana, mereka juga gencar membuat narasi-narasi politik kreatif yang dibalut dengan nilai agama, seperti gambar, meme, poster, tagar, status, dan video dalam kanal-kanal media sosial. Tentu upaya ini merupakan langkah jitu guna memberikan persepsi kepada masyarakat bahwa pemerintah saat ini tidak jauh dari oligarki dan feodalis. Perilaku destruktif ini yang membawa pro-dan kontra dan tidak mencerminkan etika politik.¹

Pemilu presiden 2019 menjadi istimewa selain karena diikuti oleh kandidat yang telah bertarung pada pemilu sebelumnya, juga dilaksanakan serentak dengan pemilu legislatif. Untuk kali pertamanya dalam sejarah pemilu di Indonesia, akan digelar pemilu presiden dan pemilu legislatif serentak pada hari yang sama. Pemilu 2019 nanti dikenal juga dengan sebutan “Pemilu Lima Kotak” karena pada saat yang sama dilakukan pemilihan presiden, pemilihan DPR-RI, DPR Provinsi, DPR Kabupaten/Kota dan pemilihan DPD. Dari sisi kontestasi, nuansa kompetisi pasangan calon diperkirakan akan kuat karena adanya pengaruh antara politik lokal di pilkada serentak 2018 dengan preferensi politik publik di tingkat nasional.² Pada fase ini pula tantangan politik turut diwarnai dengan narasi-narasi kreatif para penonton politik, yakni dengan mewabahnya bahasa-bahasa politik yang mengandung derogasi semantik. Artinya bahasa-bahasa politik yang dikemas dengan narasi agama kreatif secara verbal dalam bentuk ujaran, dan non-verbal dalam bentuk gambar, poster, meme, tagar, status, maupun video tidak selalu benar faktanya. Langkah ini sudah diatur dengan misi memberikan persuasi kepada masyarakat guna meraih politik identitas, dan panggung politik. Kita lihat secara demografis dan populasi penduduk, bahwa populasi muslim di Indonesia lebih mendominasi dibanding non-muslim. Artinya adalah, 20% populasi muslim Indonesia yang berparadigma konservatif dan puritan akan lebih mudah menerima bahasa persuasif yang digaungkan elit dan penonton politik dengan narasi-narasi kreatifnya. Akibatnya ialah mereka turut mendiskreditkan calon pemimpin yang diduga berafiliasi dengan rezim orde baru, komunis, marhaenis, oligarki, feodalis, dan pro-asing. Bagi mereka, bakal calon pemimpin ini yang tidak boleh hadir di Indonesia.

Mewabahnya bahasa dan narasi politik kreatif dengan mengedepankan populisme agama memang tak membuat efektif proyeksi politik. Lemahnya pengaruh gerakan massa 212 dan narasi kreatif guna memberikan persuasi perilaku pemilih menunjukkan bahwa mobilisasi pemilih berdasarkan isu-isu keagamaan tidak efektif dalam pemilu di tingkat nasional. Kecenderungan lainnya adalah bahwa pilihan publik

¹ Wahyu Hanafi, *Bahasa dan Pergulatan Politik Islam 2019 di Indonesia*, Paper disampaikan pada Seminar Nasional Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya pada Rabu, 16 Oktober 2019 di kampus UINSA.

² Arya Fernandes, *Politik Identitas dalam Pemilu 2019; Proyeksi dan Efektivitas*, (Jakarta; CSIS, 2019), 3.



terhadap pasangan calon, sangat ditentukan oleh faktor kredibilitas, integritas dan program dalam pasangan calon tersebut.³ Meski demikian, perilaku dan etika politik yang harus dibenahi guna memberikan ruang sehat untuk politik berikutnya di Indonesia. Narasi politik kreatif yang mendiskreditkan calon pemimpin yang dibuat oleh para simpatisan politik identitas harus senantiasa dicegah ke depannya, mengingat negara Indonesia ialah negara demokrasi yang memberikan ruang penuh bagi masyarakat untuk menjalankan hak dan kewajiban sebagaimana yang diamanatkan oleh UUD 1945.

BAHASA DAN RUANG PUBLIK; RAGAM PERSUASIF POLITIK BAHASA

Salah seorang sastrawan Inggris Orwell (1950) memandang bahwa bahasa bisa digunakan untuk mempengaruhi dan mengubah ideologi politik yang dapat mengubah cara berpikir orang lain.⁴ Politik sangat erat kaitannya dengan kekuasaan, pengambilan kebijakan, alokasi, dan distribusi, maka dibutuhkan politik bahasa demi meraih tahta tertinggi. Bahasa dapat dijadikan agenda kebijakan dan sasaran kajian politik sehingga politik menjadi subjek dan bahasa menjadi objek; dan pada pihak lain tuturan politik dan perilaku verbal politik dapat dilihat sebagai gejala kebahasaan dan sasaran kajian kebahasaan sehingga di sini politik menjadi objek dan bahasa menjadi subjek. Yang pertama dapat disebut politik bahasa (*language politics*), sedang yang kedua dapat disebut bahasa politik (*political language, linguistics of power*).⁵

Bahasa dapat digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan politik. Politikus harus menemukan cara-cara agar dapat mempengaruhi masyarakat dan mereka seringkali menggunakan aspek retorika (seni berbicara) dari bahasa untuk mencapai tujuan itu.⁶ Bahasa sebagai pengendali pikiran dan kesopanan politik (*political correctness*) dapat digunakan untuk merepresentasikan sesuatu yang dapat mengubah persepsi orang lain. Dengan mengendalikan pemikiran orang lain dapat berarti mengubah cara pandang/paradigma orang lain.⁷ Senada dengan terminologi demikian, bahasa harus mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat, dan bahasa politik sebagai alat komunikasi bertujuan untuk membujuk atau merayu khalayak. Bahasa politik penuh dengan semboyan-semboyan dan kata-kata bersayap serta menghindari penggunaan bahasa yang berkonotasi netral dan objektif.⁸

Bahasa politik baik dalam dimensi non-verbal erat kaitannya dengan perilaku politik digital. Pada masa ini, narasi bahasa kreatif dalam termin politik yang paling populer ialah munculnya gambar, meme, poster, tagar, status, dan video. Richard Dawkins (1976) menjelaskan dalam sebuah bukunya "*The Selfish Gene*" dan dikutip oleh Dawam (2019), bahwa meme ialah elemen transmisi budaya, yaitu penyampaian informasi budaya dalam bentuk pemikiran, ide, kebiasaan, lagu, atau mode yang

³ *Ibid.*, 9.

⁴ Linda Thomas & Shan Wareing, *Bahasa, Masyarakat, dan Kekuasaan*, (Yogyakarta; Pustaka Pelajar, 2007), 52.

⁵ Fahrurrozi, *Bahasa Indonesia; Catatan Mengenai Kebijakan Bahasa, Kaidah Ejaan, Pembelajaran Sastra, Penerjemahan, dan BIPA*, (Yogyakarta; Garudhawacana, 2016), 26.

⁶ *Ibid.*, 27

⁷ Linda Thomas & Shan Wareing, 57.

⁸ Santoso Anang, *Bahasa Politik Pasca Orde Baru*, (Jakarta; Wedatama Widya Sastra, 2003),



membentuk pola budaya tertentu.⁹ Meme dalam arti lain komoditi pasar digital saat ini terkabung dalam studi netnografi, yakni diskursus bahasa digital dalam komunitas tertentu yang dikendalikan oleh pelaku digital guna memenuhi kebutuhan pasar pelanggan. Netnografi sendiri merupakan bentuk hubungan antar manusia dalam proses penelitian pasar.¹⁰ Dampak penggunaan ragam bahasa non-verbal dalam bentuk flayer dan meme dalam media sosial sangat mempengaruhi perilaku seseorang dalam menyikapi keadaan sekitar. Semua orang dapat melihat flayer dan meme dengan mengakses *smartphone* atau komputer yang terhubung dengan internet.¹¹ Bagaimana relasinya dengan politik bahasa digital?

Tentu hal demikian memiliki relasi kuat dengan politik bahasa. Wacana politik dilandaskan pada satu prinsip yaitu persepsi orang terhadap masalah-masalah atau konsep tertentu yang dapat dipengaruhi oleh bahasa. Dimana tujuan dari elit politik ialah membujuk para pendengar, warga masyarakat untuk percaya pada validitas dari klaim-klaim politisi.¹² Bahasa dan narasi politik kreatif yang dikemas dengan flayer dan meme dalam dunia maya mengindikasikan masyarakat mudah terbujuk. Sebagian masyarakat tidak sadar dan tidak perlu mendramatisir berita-berita hoaks seputar politik. Hal demikian yang tidak bisa dipungkiri dalam era saat ini. Masyarakat akan mudah merespon narasi politik kreatif yang mengandung nilai negatif dengan perilaku nyata.

KONTESTASI MEREKUT KEBENARAN ISLAM DALAM DEMOKRASI ELEKTORAL DI ERA DIGITAL

Islam dan politik ialah dua unsur yang saling melengkapi. Hadirnya dengan misi harmoni sosial dan kesejahteraan masyarakat. Namun, nuansa Islam dan politik di Indonesia terutama menjelang tahun 2019 dicekal dengan stereotip populisme agama. Populisme agama ini digunakan untuk merebut kekuasaan politik, dengan bahasalain politisasi agama. Sehingga diharapkan para pemangku kebijakan politik ialah mereka yang beragama Islam dan menjalankan syariatnya serta menafikan para kontestan politik yang tidak berafiliasi Islam. Tentu hal demikian menyalahi prinsip demokrasi yang menguatkan diskriminasi sosial.

Pergulatan politik Islam di Indonesia menjelang pesta demokrasi elektoral 2019 demikian membuahkan politik post-truth, yaitu budaya politik dimana perdebatan dibingkai oleh eksploitasi terhadap emosi, dan pengulangan-pengulangan tentang pernyataan tentang suatu maksud dan mengabaikan fakta-fakta yang sesungguhnya.¹³ Kebenaran atas dasar normativitas agama ialah hal yang absolut dan tidak bisa ditawar. Hal demikian yang membawa sebagian masyarakat yang terpengaruh dan tersandera

⁹ Dawam M. Rohmatulloh, *In Meme Dakwah; A Netnographic Study of Garis Lucu Social Media Accounts*, Paper disampaikan dalam forum 19th Annual International Conference on Islamic Studies (AICIS) pada 06 Oktober 2019 di Jakarta.

¹⁰ Phillip Kotler, Hermawan K, Iwan S, *Marketing 4.0; Bergerak dari Tradisional ke Digital*, (Jakarta; Gramedia Pustaka Utama, 2019), 111.

¹¹ Buda Patrayasa, *Kajian Sosiologi Desain Meme Politik Jelang Pemilu 2019*, Kompasiana, 09 Desember 2018, 1.

¹² Linda Thomas & Shan Wareing, 55.

¹³ Yasir Alimi, *Meditasi Agama Post-Truth dan Ketahanan Nasional*, (Yogyakarta; LKiS, 2018), 61.



ideologinya untuk memiliki sikap trust kepada elit politik, politisi yang berteduh di bawah payung agama. Agama disebut *fortress* bagi para pelakunya, termasuk politikus. Nilai-nilai Islam dikupas habis guna melangsungkan agenda politik. Upaya-upaya yang dilakukan tidak jauh dari ujaran, tindak tutur, narasi politik kreatif dengan berbagai ragamnya yang diviralkan dalam media sosial yang tentunya memiliki diksi negatif. Para pelaku politik terus berupaya membuat narasi kreatif yang mengarah pada keberhasilan agenda politik mereka. Misi utama ialah mengubah persepsi masyarakat untuk mengikuti perihal politik dengan dalih agama. Berbagai narasi politik kreatif yang viral dalam dunia dikemas dengan bahasa-bahasa persuasif dan menarik, sehingga membuat masyarakat terkontaminasi dengan kebenaran politik dengan label agama. Pada sisi ini, Islam tak ubahnya media yang direbutkan oleh para elit politik. Golongan Islam puritan berparadigma bahwa pemimpin harus muslim. Tidak diperbolehkan bagi negara Indonesia memiliki pemimpin non-muslim. Sementara itu, golongan Islam moderat berpendapat bahwa pemimpin untuk Indonesia tidak harus muslim. Siapa saja yang memiliki kapabilitas baik, integritas tinggi, dan manajerial yang mumpuni maka ia layak untuk dijadikan pemimpin. Hal demikianlah yang dijadikan pegangan golongan Islam puritan untuk senantiasa berperang dalam dunia maya dengan menggalakkan flayer, gambar, poster, meme, tagar, status, maupun video yang bernuansa Islami untuk merebut kekuasaan politik dengan virtualisasi agama. Lagi-lagi bahasa yang digunakan ialah bahasa-bahasa persuasif positif-negatif. Berikut peneliti sajikan kontestasi kebenaran Islam dalam *frame* politik yang marak menjelang demokrasi elektoral 2019 di Indonesia;

I. Flayer dan Meme

Gambar 0.1



Flayer dan meme bernuansa Islam dalam menjemput politik 2019 sangat gencar diviralkan. Tak ubahnya dua unsur ini untuk memberikan persepsi kepada masyarakat bahwa Islam ialah kebenaran tunggal dalam segala hal termasuk dalam demokrasi politik. Salah satu contoh flayer dan meme yang bernuansa persuasif seperti halnya ditampilkan di samping. Flayer dan meme ini merupakan seruan dan gerakan untuk bersatu menegakkan kebenaran. Secara semiotis, poster ini merupakan klasifikasi dari ikon, yakni tanda yang mewakili sumber acuan melalui sebuah bentuk replikasi, simulasi, imitasi, atau persamaan. Sebuah tanda dirancang untuk merepresentasikan sumber acuan melalui simulasi atau persamaan.¹⁴ Dalam sisi bahasa politik, poster ini merupakan ikon persuasif untuk komunikasi non-verbalistik. Bahasa-bahasa dengan ragam tindak tutur perlokusi menjadi titik fokus mengajak masyarakat untuk melakukan gelar demonstrasi menolak keberadaan PKI yang saat ini tidak diketahui keberadaannya, orang-orang kafir, pemerintah maupun masyarakat yang munafik. Dengan proses tindak tutur verbalistik dan perlokusi, seorang komunikator atau orator bersikeras untuk mengungkapkan misi pribadi atas kepentingan politik. Stereotip-stereotip negatif mulai dibangun atas dasar

¹⁴ Danesi Marcel, *Pesan, Tanda, dan Makna*, (Yogyakarta; Jalasutra, 2004), 38-39.



kebaikan politik. Bahasa-bahasa yang digunakan kian disusun dengan kaidah yuridis agar tampil menarik dan seksis.

2. Tagar #2019GantiPresiden

Tagar #2019GantiPresiden menjadi viral di tengah masyarakat, karena secara makna diadik merujuk pada pergantian personal jabatan yang disandang seseorang dan presiden yang merujuk pada sistem kelembagaan negara. Kalangan yang menentang aksi tagar menyatakan dengan tegas bahwa ini adalah gerakan inkonstitusional. Sementara kelompok yang mendukung aksi tagar ini punya alibi lain bahwa gerakan semacam ini adalah hal yang lumrah dalam alam demokrasi. Gagasan kelompok pendukung ini menafsirkan tagar dari perspektif yang lebih luas, yaitu triadik, sehingga keduanya tidak bisa bertemu dalam suatu kesepakatan makna.¹⁵

Pesan profetik yang dapat peneliti ambil bahwa bahasa yang digunakan dalam tagar tersebut ialah bahasa politik dengan konstruksi persuasif agar masyarakat tidak lagi memilih presiden petahana pada pemilu mendatang. Tagar ini pertama kali diinisiasi oleh Mardani Ali Sera, politikus PKS yang duduk di DPR-RI. PKS merupakan partai yang berafiliasi Islam konservatif. Terlepas dari pro dan kontra terkait penafsiran tagar, tagar tersebut memberikan makna simbolik secara eksplicit tentang rasa tidak puasnya para kader PKS atas pemerintahan presiden Jokowi. Para kader PKS bersikeras mengkampanyekan tagar tersebut dalam dunia virtual. Media sosial yang eksis digunakan adalah instagram. Warganet yang pro dengan narasi demikian dianjurkan untuk menyertakan tagar tersebut di bawah postingan foto dan caption Instagram. Misinya sangat jelas, bahwa saat ini para kader PKS memberikan stereotip kepada presiden Jokowi yang anti Islam. Presiden lebih mementingkan kebijakan-kebijakan sentral daripada kebijakan yang langsung menyentuh rakyat. Presiden telah melakukan diskriminasi terhadap umat muslim yang telah melakukan gerakan massa yang turun ke jalan dan melakukan demonstrasi.

3. Muslim Cyber Army

Merupakan akun yang dibuat oleh organisasi tanpa bentuk. Beberapa individu bergabung dan kemudian membesar. Muslim Cyber Army atau dengan istilah populer MCA terbentuk pasca aksi 411 dan 212 dan kemudian nama tersebut mencetus populer dalam dunia maya.¹⁶ Organisasi ini berfungsi untuk menyebarkan narasi-narasi Islam konservatif dalam dunia maya guna mempertahankan eksistensinya dalam pergulatan politik di Indonesia. Paradigma yang terbentuk komunitas ini ialah *gadget* kalian ialah senjata kalian, maka gunakanlah *gadget* tersebut untuk mempertahankan ajaran Islam dari rezim diktator ini. Paradigma lain yang terkonstruksi dari organisasi ini ialah bahwasanya mereka berjihad di jalan Allah Swt, yakni menangkai segala hal yang mendiskreditkan Islam dalam pesta demokrasi elektoral. Melalui jalur daring, organisasi ini membuat kanal-kanal akun yang mudah diakses oleh warganet. Beberapa konten kreatif yang dibuat kemudian diviralkan melalui sosial media seperti instagram, YouTube, twitter, dan facebook.

¹⁵ Wildan, *Tagar #2019GantiPresiden; Suatu Tinjauan Makna Diadik dan Tradik*, Vol. 1, No. 1, 2018 (Tangerang; Pamulang, 2018), 3.

¹⁶ Rizky Surya, *Anggota Muslim Cyber Army; Kami Organisasi Tanpa Bentuk*, detiknews, 11 Maret 2018, 11.



Dikutip dari penelitian pada tahun 2018 oleh salah seorang mahasiswi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta bahwasanya berikut ialah tiga akun instagram yang dibuat oleh organisasi MCA.¹⁷

No	Nama Akun	Alamat Akun	Jumlah Pengikut	Jumlah Postingan	Awal Memposting
1	Muslim Cyber Army	@muslimcyberarmy_id	39.800 (39,8k)	998 kiriman	5 Januari 2017
2	Cyber Muslim Community	@cybermuslimcommunity	88.200 (88,2k)	1499 kiriman	24 Januari 2017
3	Mujahid Sosmed	@cyberpembelaislam.id	18.700 (18,7k)	1146 kiriman	11 Maret 2017

Tabel 0.1

Tiga akun instagram demikian merupakan fenomena virtual yang sempat membuat kontra narasi masyarakat Indonesia menjelang pesta demokrasi tahun 2019. Organisasi yang dibentuk dengan landasan ideologis ini berhasil menggaet warganet dengan jumlah pengikut (follower) yang cukup tinggi. Followers dalam akun IG tersebut didominasi oleh kalangan milenial. Dimana kalangan milenial lah yang lebih dominan menguasai instagram dibanding kalangan usia lanjut.

Secara perspektif politik bahasa, akun IG yang dibuat organisasi MCA demikian mampu mengubah persepsi masyarakat. Bahasa-bahasa dalam sejumlah flyer, meme, dan tagar yang menunjukkan populisme agama dibuat sekreatif mungkin agar memberi pesan perlokusi terhadap pembaca. Seiring dengan berjalannya waktu, para pembaca yang berparadigma konservatif akan mudah menjadi pengikut (follower) akun ini yang kemudian turut membantu merepost postingan sebelumnya. Lagi-lagi postingan yang direpost 90% mengarah kepada populisme agama dalam pergumulan politik. Kemudian, langkah-langkah demikian akan berlanjut pada aksi berikutnya, yakni gerakan massa, aksi damai, subuh berjamaah, reuni akbar, maupun doa bersama yang semuanya mengarah pada politik identitas.

Ketiga sampel di atas telah menunjukkan makna politik Identitas, artinya adalah golongan Islam puritan dan konservatif senantiasa menggaungkan nilai-nilai Islam ke dalam ranah politik yang bersinyalir meraih panggung kekuasaan dalam bingkai agama. Upaya merebut kebenaran Islam telah diintegrasikan dengan kebenaran politik melalui digitalisasi bahasa. Digitalisasi bahasa demikian yang membawa nilai politik bahasa seperti halnya flyer, meme, hastag (tagar), dan akun-akun yang berafiliasi Muslim Cyber Army (MCI). Dengan demikian, Islam dan politik akan mengalami *quo vadis* yang berjalan secara partikal. Islam yang seharusnya menjadi dasar untuk bersikap dan beretika politik kini mengalami disorientasi makna, yakni Islam sebagai benteng pemertahanan dan merebut kekuasaan politik.

RESOLUSI DAN EDUKASI POLITIK GENERASI MILENIAL

¹⁷ Puput Lestari, *Analisa Wacana Kritis Fenomena MCA (Muslim Cyber Army) Pasca Aksi Bela Islam di Instagram*, Vol. 6, No. 1 2018 (Kudus; IAIN, 2018), 31.



Pesta demokrasi elektoral 2019 di Indonesia memang tidak dapat dilupakan dalam waktu sekejap. Mengingat berbagai sikap, perilaku, dan upaya yang dilakukan untuk merebut kekuasaan politik sudah mendekati dimensi post-truth. Senjata yang mudah digunakan di era tersebut ialah *gadget* yang terinstal aplikasi media sosial dengan berbagai variannya. Terlepas dari pro dan kontra terkait kontestasi merebut kebenaran Islam dalam politik tersebut, peneliti berusaha memberikan resolusi terbaik kepada para penerus politik mendatang terutama generasi milenial untuk mempertimbangkan hal-hal demikian; 1). Tidak agresif dalam merespon berita. Generasi milenial harus senantiasa untuk bermedia sosial. Tidak serta merta merespon berita negatif tanpa adanya pembuktian secara fakta. Hal ini dapat dilakukan dengan tidak memviralkan berita-berita negatif kepada publik terutama berita yang posting oleh akun-akun tertentu. Langkah ini untuk meminimalisir perilaku destruktif yang menagarah pada perang narasi, wacana dan sikap. 2). *Upgrading* terhadap ilmu pengetahuan dan teknologi. Sebagai generasi milenial yang akan meneruskan peradaban bangsa, langkah *upgrading* terkait iptek adalah perihail yang wajib. Saat ini telah melalui era disrupsi, dimana segala kegiatan, perilaku, dan pekerjaan mudah dikontrol dengan dunia digital. *Upgrading* iptek juga bermanfaat untuk mengetahui situasi politik di titik-titik lokasi tertentu yang tidak dapat dijangkau oleh tubuh. 3). Bersikap positif dan dewasa saat terjun dalam dunia politik. Langkah ini harus ditempuh oleh generasi milenial yang baru terjun ke dunia politik. Beretika secara politik, tidak mementingkan kepentingan pribadi dan visioner untuk kesejahteraan masyarakat.

SIMPULAN

Kontestasi merebut kebenaran Islam dalam demokrasi elektoral tahun 2019 di Indonesia telah diwarnai dengan reformasi digital. Dimana masyarakat dapat menyuarakan kehendaknya melalui media sosial tanpa ada batasan dan penyaringan terlebih dahulu. Golongan Islam konservatif telah membuat kanal-kanal virtual dalam media sosial seperti flayer, meme, tagar, akun-akun MCA yang kesemuanya untuk menyuarakan kebenaran Islam dan politik. Penguasa pemerintah dan para politikus tak ubahnya representasi muslim yang harus taat pada syariat Islam. Selain itu dianggap tidak benar. Stereotip yang terbangun demikian akhirnya menjalur kepada seluruh dimensi masyarakat yang berdampak masyarakat mengikuti pola pikir dan sikap politik yang digambarkan oleh golongan Islam konservatif di bawah populisme agama.

Prosentasi 90% pengguna media sosial didominasi oleh generasi milenial, sehingga mereka mudah terjangkau virus-virus diskriminasi, rasis, diskriminasi, dan intoleransi kepada sesama lagi-lagi dengan dalih agama. Resolusi yang harus dilakukan generasi milenial adalah; tidak agresif merespon berita yang mengandung unsur negatif, *upgrading* ilmu pengetahuan dan teknologi, dan senantiasa bersikap positif dalam berpolitik.



DAFTAR PUSTAKA

- Alimi, Yasir. *Meditasi Agama Post-Truth dan Ketahanan Nasional*. Yogyakarta; LkiS. 2018.
- Anang, Santoso. *Bahasa Politik Pasca Orde Baru*. Jakarta; Wedatama Widya Sastra. 2003.
- Fahrurrozi. *Bahasa Indonesia; Catatan Mengenai Kebijakan Bahasa, Kaidah Ejaan, Pembelajaran Sastra, Penerjemahan, dan BIPA*. Yogyakarta; Garudhawacana. 2016.
- Fernandes, Arya. *Politik Identitas dalam Pemilu 2019; Proyeksi dan Efektivitas*. Jakarta; CSIS. 2019.
- Hanafi, Wahyu. *Bahasa dan Pergulatan Politik Islam 2019 di Indonesia*. Proceedings Seminar Nasional Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya. 2019.
- Kotler, Phillip, Hermawan K, Iwan S. *Marketing 4.0; Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta; Gramedia Pustaka Utama. 2019.
- Lestari, Puput. *Analisa Wacana Kritis Fenomena MCA (Muslim Cyber Army) Pasca Aksi Bela Islam di Instagram*. Vol. 6, No. 1 2018. Kudus; IAIN. 2018.
- M. Rohmatulloh, Dawam. *In Meme Dakwah; A Netnographic Study of Garis Lucu Social Media Accounts*. Proceedings 19th Annual International Conference on Islamic Studies (AICIS). 2019.
- Marcel, Danesi. *Pesan, Tanda, dan Makna*. Yogyakarta; Jalsutra. 2004.
- Patrayasa, Buda. *Kajian Sosiologi Desain Meme Politik Jelang Pemilu 2019*. Kompasiana, 09 Desember 2018.
- Surya, Rizky. *Anggota Muslim Cyber Army; Kami Organisasi Tanpa Bentuk*, detiknews. 11 Maret 2018.
- Thomas, Linda & Wareing, Shan. *Bahasa, Masyarakat, dan Kekuasaan*. Yogyakarta; Pustaka Pelajar. 2007.
- Wildan. *Tagar #2019GantiPresiden; Suatu Tinjauan Makna Diadik dan Tradik*. Vol. 1, No. 1, 2018. Tangerang; Pamulang. 2018.

