

## **PENGARUH MEDIA SOSIAL DALAM PENYEBARAN NARASI POLITIK OLEH PARA TOKOH AGAMA**

### ***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA IN THE SPREAD OF POLITICAL NARRATIVES BY RELIGIOUS FIGURES***

**Salamah Hujaimah<sup>1</sup>, Edria Al Shahada<sup>2</sup>, Silfi Mauludini<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Pendidikan Indonesia  
Email: [salamahhujaimah@upi.edu](mailto:salamahhujaimah@upi.edu)

<sup>2</sup>Universitas Pendidikan Indonesia  
Email: [edriaalshahada@upi.edu](mailto:edriaalshahada@upi.edu)

<sup>3</sup>Universitas Pendidikan Indonesia  
Email: [silfimauludini20@upi.edu](mailto:silfimauludini20@upi.edu)

#### **Abstrak**

Perkembangan media sosial telah menciptakan platform baru bagi tokoh agama untuk menyebarkan narasi politik, memengaruhi opini publik, dan membentuk preferensi politik masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh media sosial dalam penyebaran narasi politik oleh tokoh agama di Indonesia. Dengan menggunakan metode kuantitatif dan pendekatan deskriptif, data dikumpulkan melalui kuesioner yang melibatkan 91 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penyebaran narasi politik. Narasi politik tokoh agama berpotensi meningkatkan partisipasi politik tetapi juga menimbulkan risiko polarisasi sosial jika tidak dikelola secara bijaksana. Penelitian ini menyoroti pentingnya tokoh agama dalam memprioritaskan nilai-nilai persatuan, keadilan, dan etika komunikasi dalam penyampaian narasi politik sesuai dengan ajaran Islam.

**Kata kunci:** Media Sosial, Tokoh Agama, Narasi Politik

#### ***Abstract***

*The development of social media has created a new platform for religious figures to disseminate political narratives, influence public opinion, and shape people's political preferences. This study aims to explore the influence of social media in spreading political narratives by religious leaders in Indonesia. Using a quantitative method with a descriptive approach, data was collected through questionnaires involving 91 respondents. The results showed that social media positively and significantly affects the dissemination of political narratives. The political narratives of religious figures have the potential to enhance political participation but also pose risks of social polarization if not carefully managed. This study highlights the importance of religious leaders prioritizing unity, justice, and ethical communication values when conveying political narratives in accordance with Islamic teachings.*

**Keyword :** Social Media, Religious Figures, Political Narratives

## PENDAHULUAN

Dalam konteks kehidupan sosial bermasyarakat dan bernegara, hubungan antara agama dan politik memang saling terkait, meskipun keduanya harus dipisahkan. Terdapat ungkapan yang menyatakan, “agama kami adalah siasat kami dan siasat kami adalah agama kami” artinya tanpa agama tiada siasat yang direstui Islam dan tanpa siasat, Islam tidak dapat diterapkan. Dalam hal ini, siasat merujuk pada kata politik menurut pandangan para cendekiawan Muslim.

Agama dan politik dianggap saling berkaitan karena di satu sisi, masyarakat menginginkan agar agama tidak dipengaruhi oleh kepentingan politik demi mencegah terjadinya kekacauan. Namun, di sisi lain, agama memiliki kewajiban moral untuk mengawasi politik agar tidak berkembang dengan cara yang merusak.

Oleh karena itu, hubungan antara agama dan politik harus dikelola dengan hati-hati agar keduanya tidak terjebak dalam posisi yang tidak sesuai. Agama berfungsi dalam hubungan pribadi antara manusia dengan Tuhan atau dalam batas-batas hubungan sosial antar sesama manusia. Sementara itu, konstitusi negara tidak menjadikan agama sebagai dasar hukum, tetapi agama hadir dalam etika dan moral para politisi.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan ruang baru bagi tokoh agama untuk berinteraksi dengan masyarakat. Media sosial, seperti YouTube, Twitter, Instagram, dan Tiktok telah menjadi alat penting dalam menyampaikan pesan politik dan agama. Media sosial memungkinkan pengguna untuk dengan mudah berpartisipasi, berbagi, berinteraksi, berdiskusi, berkolaborasi, dan menciptakan konten melalui berbagai jenis platform yang tersedia (Cahyono, 2016). Mayoritas pengguna media sosial adalah kalangan remaja dan dewasa (Zulaecha, 2023). Sebuah penelitian yang berjudul "Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektivitas Komunikasi" mengungkapkan bahwa kehadiran media sosial telah mempengaruhi cara berkomunikasi di berbagai bidang, seperti pemasaran, politik, dan pendidikan. Profesor Zizi Papacharissi, seorang pakar media sosial, menggambarkan ini dengan mengatakan, "Media sosial

bukan hanya alat untuk berkomunikasi; mereka adalah sumber bagi cara orang memahami dunia dan cara mereka memahami diri mereka sendiri dalam dunia ini.”

Narasi politik, menurut Fairclough (2014) dalam Konstruksi Narasi Politik dalam Tayangan Youtube bertajuk ‘3 Bakal Calon Presiden Bicara Gagasan’ di Narasi Mata Najwa, terfokus pada konstruksi sosial dari wacana politik, termasuk representasi sosial yang digunakan untuk membentuk narasi politik yang mempengaruhi opini publik. Adapun strategi retorika memiliki peran penting dalam pembentukan narasi politik. Fairclough (2014) menekankan bahwa strategi retorika dalam media massa mengandalkan aspek kekuasaan, ideologi, dan konflik sosial yang terwujud dalam pemilihan kata, framing, dan presentasi dari narasi politik.

Seiring dengan meningkatnya penetrasi internet di Indonesia—yang dilaporkan mencapai lebih dari 77% dari total populasi—media sosial telah menjadi sumber utama informasi bagi banyak orang. Hal ini terlihat dari banyaknya penyedia informasi cetak yang beralih ke platform digital (Fathimah, 2020).

Tokoh agama di Indonesia, baik dari kalangan Nahdlatul Ulama, Muhammadiyah, maupun organisasi keagamaan lainnya, memanfaatkan platform media sosial untuk menyuarakan pendapat terkait isu-isu politik, sosial, dan kebijakan publik. Penelitian menunjukkan bahwa narasi yang dibangun oleh tokoh agama di media sosial, terutama menjelang pemilu, memiliki kekuatan besar dalam mempengaruhi pendapat dan keputusan politik masyarakat. Hal ini berpotensi mengarahkan preferensi pemilih atau meningkatkan partisipasi politik di kalangan masyarakat.

Namun, penyebaran narasi politik oleh tokoh agama melalui media sosial juga menimbulkan tantangan tersendiri. Di satu sisi, media sosial dapat berfungsi sebagai sarana positif untuk meningkatkan partisipasi politik dan menyebarkan nilai-nilai moral. Namun, risiko penyebaran informasi yang keliru dan hoaks pun menjadi semakin nyata, mengingat potensi media sosial untuk mempercepat distribusi informasi tanpa proses verifikasi yang memadai. Hal ini dapat memperburuk polarisasi politik di masyarakat, di mana narasi yang dikembangkan dapat memperkuat perpecahan di antara kelompok-kelompok yang berbeda.

Dengan latar belakang tersebut, penting untuk mengkaji bagaimana tokoh agama di Indonesia menggunakan media sosial untuk menyebarkan narasi politik dan dampaknya terhadap masyarakat. Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh antara media sosial dan tokoh agama dalam konteks politik Indonesia, serta implikasi yang ditimbulkan terhadap kehidupan sosial dan politik di negara ini.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian deskriptif untuk menggambarkan hasil penelitian yang dilakukan. Metode kuantitatif digunakan untuk mengukur pengaruh Media Sosial dalam Penyebaran Narasi Politik oleh Para Tokoh Agama. Menurut Sugiyono (2018:15) disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Menurut Siregar (2016:107) prosedur pemecahan masalah pada metode penelitian deskriptif adalah dengan cara menggambarkan objek penelitian pada saat keadaan sekarang berdasarkan fakta-fakta sebagaimana adanya, kemudian dianalisis dan diinterpretasikan. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini ada angket yang berupa kuesioner.

Tahap pelaksanaan dilakukan dengan memberikan dan menyebarkan angket kepada partisipan melalui media perantara yaitu WhatsApp karena kondisi yang tidak memungkinkan untuk mengumpulkan data secara langsung. Kuesioner berupa pertanyaan seputar rumusan masalah dan tujuan penelitian yang akan dituju. Setelah terkumpul data yang telah diproses dalam pemilihan kemudian data tersebut dapat digeneralisasikan. Setelah selesai pada bagian hasil dan pembahasan peneliti mengambil kesimpulan yang merupakan kesimpulan dan tujuan dari penelitian ini. Penelitian ini melibatkan 91 partisipan dengan variabel independent yaitu Media Sosial sebagai X dan variabel dependent yaitu Penyebaran Narasi Politik sebagai Y.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas yang digunakan adalah uji validitas item. Berikut ini adalah hasil dari uji validitas dengan menggunakan software SPSS.

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas Variabel Independent (X)

Pernyataan	r hitung	Sig.
Saya sering melihat konten politik dari tokoh agama di media sosial	0,786	0,000
Saya sering menyebarkan ulang (share) konten politik dari tokoh agama di media sosial	0,648	0,000
Narasi politik dari tokoh agama di media sosial sering disertai dengan referensi agama	0,617	0,000
Media sosial efektif dalam menyebarkan narasi politik oleh tokoh agama	0,629	0,000
Narasi politik dari tokoh agama di media sosial lebih berpengaruh dibandingkan media konvensional (TV, koran)	0,533	0,002
Saya sering melihat narasi politik oleh tokoh agama yang berbeda dengan pandangan politik saya	0,595	0,001

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel X dalam penelitian ini memiliki Sig < 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa keseluruhan indikator adalah valid.

**Tabel 2.** Hasil Uji Validitas Variabel Dependent (Y)

Indikator	r hitung	Sig.
Seberapa besar pengaruh konten politik yang disampaikan tokoh agama terhadap pandangan politik Anda?	0,655	0,000
Apakah menurut Anda tokoh agama sebaiknya terlibat dalam penyebaran narasi politik di media sosial?	0,425	0,019
Menurut Anda, apakah narasi politik tokoh agama dapat mempengaruhi hasil pemilu?	0,527	0,003
Apakah menurut Anda narasi politik dari tokoh agama di media sosial dapat menimbulkan polarisasi?	-0,062	0,745
Apakah Anda pernah mengubah pandangan politik setelah mengikuti konten politik dari tokoh agama di media sosial?	0,634	0,000
Apakah Anda percaya bahwa narasi politik oleh tokoh agama di media sosial mempengaruhi keputusan politik Anda?	0,851	0,000
Apakah Anda merasa penting bagi tokoh agama untuk mempertimbangkan dampak sosial dari narasi politik yang mereka sebarkan di media sosial?	0,229	0,224
Apakah Anda merasa nyaman mendiskusikan pandangan politik tokoh agama di media sosial?	0,656	0,000

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa hampir semua item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Y dalam penelitian ini memiliki Sig < 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa indikator tersebut valid. Tetapi terdapat dua item yang tidak valid tetapi tetap dimasukkan ke dalam kuesioner dengan mempertimbangkan relevansi teoritis dan praktis yang kuat. Penting untuk menggali pemahaman tentang bagaimana dampak sosial dari

narasi politik di media sosial. Oleh karena itu, item kuesioner ini tetap berharga dalam memberikan wawasan pada penelitian.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang (Priyatno 2010:97-100). Berikut ini hasil pengujian reliabilitas terhadap semua variabel dalam penelitian ini.

**Tabel 3.** Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Nilai Hitung Alpha Cronbach
X	0,614
Y	0,647

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa semua variabel memiliki koefisien cronbach alpha di atas 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item pengukur variabel dan kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang cukup handal.

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas, maka kuesioner disebarakan selama 18 hari dari tanggal 3 sampai 21 Oktober 2024 dengan hasil sebagai berikut.

**Tabel 4.** Hasil Jawaban Responden

Pernyataan	Jawaban responden				
	SS	S	KS	TS	STS
Saya sering melihat konten politik dari tokoh agama di media sosial	2	22	41	25	1
Saya sering menyebarkan ulang (share) konten politik dari tokoh agama di media sosial	0	4	19	33	35

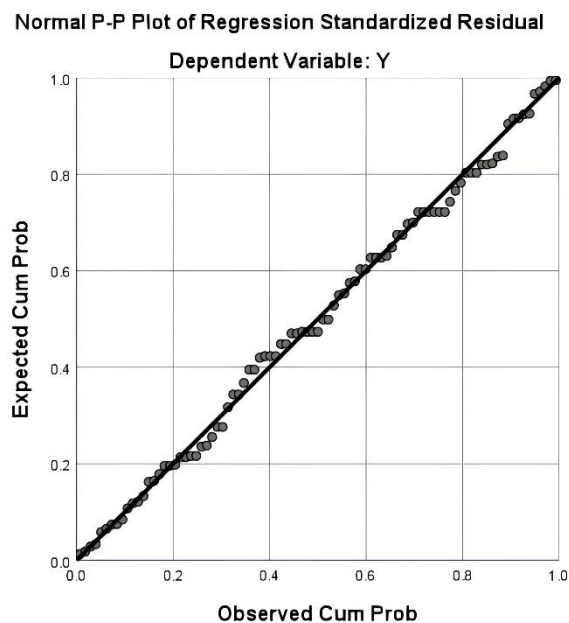
Narasi politik dari tokoh agama di media sosial sering disertai dengan referensi agama	1	35	43	10	2
Media sosial efektif dalam menyebarkan narasi politik oleh tokoh agama	10	37	36	8	0
Narasi politik dari tokoh agama di media sosial lebih berpengaruh dibandingkan media konvensional (TV, koran)	17	47	20	7	0
Saya sering melihat narasi politik oleh tokoh agama yang berbeda dengan pandangan politik saya	5	24	38	22	2
Konten politik yang disampaikan tokoh agama sangat mempengaruhi pandangan politik saya.	4	20	46	14	7
Tokoh agama sebaiknya terlibat dalam penyebaran narasi politik di media sosial	6	34	36	13	2
Narasi politik dari tokoh agama dapat mempengaruhi hasil pemilu.	10	38	33	7	3
Narasi politik dari tokoh agama di media sosial dapat menimbulkan polarisasi.	13	58	18	2	0
Saya pernah mengubah pandangan politik setelah mengikuti konten politik dari tokoh agama di media sosial.	2	9	35	22	23
Narasi politik dari tokoh agama di media sosial mempengaruhi keputusan politik saya	2	23	28	25	13
Tokoh agama harus mempertimbangkan dampak sosial dari narasi politik yang mereka sebar di media sosial.	31	47	11	2	0
Saya merasa nyaman mendiskusikan	3	10	36	37	5



pandangan politik tokoh agama di media sosial.

Hasil penelitian yang telah diperoleh kemudian dilakukan beberapa uji untuk dianalisis.

#### 1. Uji Normalitas



**Gambar 1.** Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan analisis kurva pada gambar di atas, dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar diagram dan mengikuti regresi sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diolah merupakan data yang berdistribusi normal sehingga uji normalitas terpenuhi.

#### 2. Uji Multikolinearitas

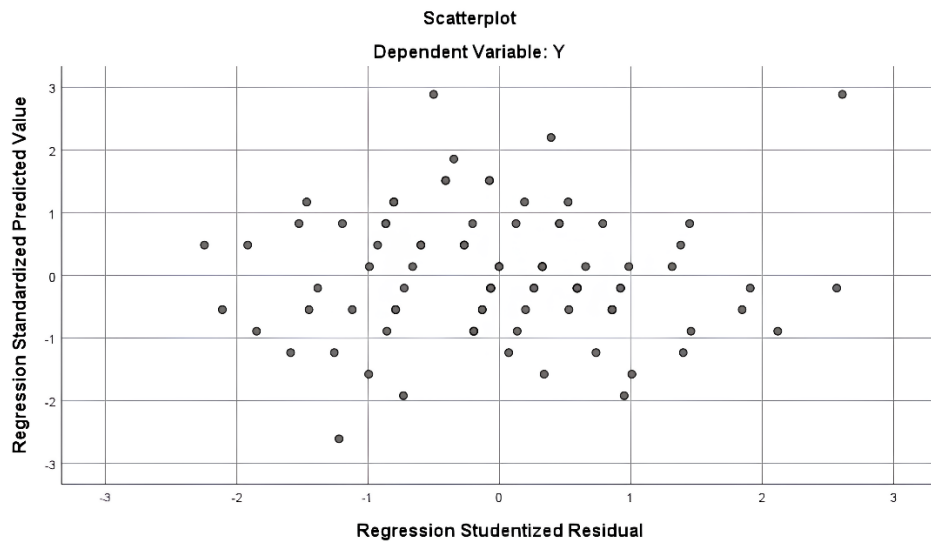
**Tabel 5.** Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel bebas	Tolerance	VIF
X	1.000	1.000

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui hasil perhitungan hasil tolerance menunjukkan, variabel bebas memiliki nilai tolerance  $\geq 0,10$  dan

$VIF \leq 10$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

### 3. Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 2.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sebab tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, sehingga dapat dikatakan uji heteroskedastisitas terpenuhi.

### 4. Uji Regresi Linear Sederhana

**Tabel 6.** Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Variabel bebas	B	Beta	T	Sig.
<i>Constant</i>	10,708		5,149	0,000
X	0,805	0,611	7,287	0,000
R = 0,611 R Square = 0,374 F = 53,102 signifikansi 0,000				

Dalam pengolahan data menggunakan regresi linier akan dilakukan beberapa tahapan untuk mencari hubungan antar variabel independen dan

variabel dependen. Model regresi linier antara variabel independen dan variabel dependen dapat diformulasikan dalam bentuk persamaan berikut ini:  $Y = 10,708 + 0,805X$ . Koefisien regresi sebesar 0,805 menunjukkan bahwa setiap peningkatan X akan meningkatkan Y sebesar 0,805.

Pada output model summary menunjukkan nilai R Square atau koefisien determinasi sebesar 0,374 atau 37,4%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 37,4%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 62,6% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

#### 5. Uji Hipotesis

**Tabel 7.** Hasil Uji Hipotesis

Variabel bebas	T	Sig.
X	7,287	0,000

Berdasarkan tabel di atas, maka diperoleh Uji-t dari variabel X, yaitu t hitung variabel Kepuasan Pelanggan (7,287) > t tabel (1,662) dan nilai signifikan yaitu  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_1$  yang berbunyi variabel X mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Y diterima, sedangkan  $H_0$  yang berbunyi variabel X mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Y ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa X mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Y.

#### Pembahasan

Dari hasil penelitian di atas, dapat diketahui bahwa media sosial memiliki peran yang besar dalam membentuk opini publik dan dinamika politik, khususnya ketika digunakan oleh tokoh agama untuk menyebarkan narasi politik. Berikut adalah penjabaran dari pengaruh tersebut:

##### 1. Pengaruh terhadap Pandangan Politik

Tokoh agama memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk pandangan politik masyarakat, terutama di Indonesia yang mayoritas

penduduknya beragama Islam. Peran para tokoh agama sangat dibutuhkan dalam proses pemilu untuk meningkatkan partisipasi politik masyarakat, karena sesungguhnya di mata masyarakat tokoh agama merupakan sosok yang paling disegani dan patut untuk diteladani. Ulama dianggap sebagai pemimpin yang lebih mengerti nilai-nilai agama, sehingga pendapat mereka tentang calon pemimpin atau kebijakan politik sangat berpengaruh dalam menentukan pilihan politik umat. Oleh karena itu, narasi politik yang disampaikan oleh tokoh agama, baik itu melalui ceramah, tulisan, atau media sosial, dapat langsung mempengaruhi pandangan politik umat.

Namun, pengaruh ini harus digunakan dengan sangat hati-hati dan penuh tanggung jawab sesuai dengan QS. Yaasiin ayat 12 yang berbunyi,

وَنَكْتُبُ مَا قَدَّمُوا وَءَاتَاهُمْ

*“Kami menuliskan apa-apa yang mereka kerjakan dan bekas-bekas yang mereka tinggalkan”*. (QS. Yaasiin ayat 12).

Pada ayat tersebut ditunjukkan bagaimana nanti di akhirat Allah Ta’ala akan menunjukkan catatan perbuatan manusia di dunia. Dan perbuatan mereka akan dimintai pertanggung jawaban.

Dalam perspektif Islam, tokoh agama seharusnya menyampaikan pandangan politik yang tidak hanya didasarkan pada kepentingan pribadi atau golongan, tetapi lebih kepada prinsip keadilan dan kebaikan umat secara keseluruhan. Dakwah politik yang disampaikan oleh tokoh agama harus memperhatikan nilai-nilai universal dalam Islam, seperti musyawarah, keadilan, dan persatuan umat. Dalam Islam, setiap tindakan dan keputusan politik harus mengutamakan maslahat umat dan mencegah kerugian, sehingga pengaruh tokoh agama diharapkan dapat menjaga kesatuan umat, bukan malah menyebabkan perpecahan.

## 2. Potensi Polarisasi

Polarisasi politik yang terjadi di masyarakat sering kali diperburuk oleh narasi yang disebarkan di media sosial, termasuk oleh tokoh agama. Meskipun komunikasi politik Islam dalam media sosial dapat memperkaya

diskusi politik, namun juga dapat menyebabkan polarisasi politik jika tidak dielaborasi dengan baik. Persaingan politik antara partai politik Islam dan non-Islam, serta antara berbagai aliran politik Islam, dapat menghasilkan ketegangan politik dan konflik. Kemudian, narasi yang dibangun oleh tokoh agama yang mendukung satu pihak atau kelompok tertentu dalam politik dapat memperburuk perpecahan di antara umat. Padahal seharusnya, tokoh agama menjadi penyejuk dan pemersatu malah bisa berisiko memperdalam ketegangan di masyarakat.

Dalam perspektif Islam, menjaga persatuan umat lebih penting daripada kemenangan politik suatu kelompok. Islam mengajarkan pentingnya ukhuwah Islamiyah (persaudaraan umat Islam), yang harus diutamakan di atas kepentingan politik sesaat. Untuk itu, tokoh agama perlu berhati-hati dalam menyampaikan pandangan politik mereka, terutama di platform media sosial yang memiliki jangkauan luas. Sebagaimana disebutkan dalam QS. Ali-Imran ayat 105 yang berbunyi,

وَلَا تَكُونُوا كَالَّذِينَ تَفَرَّقُوا وَاخْتَلَفُوا

*"Janganlah kamu menjadi seperti orang-orang yang bercerai-berai dan berselisih "*

Ayat ini mengingatkan umat Islam agar menjaga persatuan, narasi politik yang memecah belah harus dihindari. Sebaliknya, narasi yang mendukung kedamaian, musyawarah, dan keadilan harus lebih diutamakan.

### 3. Keputusan Politik

Dalam Islam, keputusan politik harus didasarkan pada nilai dan prinsip politik yang mengedepankan musyawarah. Sesuai dengan QS. Asy-syura ayat 38 yang berbunyi,

وَأَمْرُهُمْ شُورَى بَيْنَهُمْ

*"Dan urusan mereka (umat Islam) adalah dengan musyawarah di antara mereka."*

Tokoh agama yang memiliki pengaruh dalam dunia politik harus memastikan bahwa narasi politik yang mereka sampaikan mencerminkan

nilai-nilai Islam yang adil dan mengutamakan kesejahteraan umat. Oleh karena itu, narasi politik yang disebarkan oleh tokoh agama harus menggambarkan keadilan sosial, kemanusiaan, dan prinsip musyawarah yang menjadi ajaran utama dalam Islam.

Tokoh agama harus dapat mengedukasi umat Islam untuk memilih pemimpin yang amanah, adil, dan berkomitmen pada kebaikan umat, bukan sekadar memilih pada satu kelompok politik tertentu. Dalam hal ini, pilihan politik yang diambil harus dipertimbangkan dari perspektif Islam yang mengutamakan kemaslahatan bersama dan menghindari kerugian bagi umat. Dengan demikian, tokoh agama memiliki peran penting dalam memastikan bahwa keputusan politik umat Islam tidak hanya menguntungkan secara duniawi, tetapi juga mencerminkan prinsip-prinsip moral dan etika Islam yang luhur.

Namun, apabila keterlibatan tersebut untuk mempengaruhi masyarakat untuk mengikuti pilihannya dalam pemilihan umum tentu tidak bisa dibenarkan. Karena sejatinya dalam pemilihan umum masyarakat bebas memilih sesuai dengan keinginan hatinya bukan karena dorongan dari siapapun baik itu seorang ulama atau kiai yang cukup berpengaruh dalam masyarakat setempat ataupun orang lain.

#### 4. Dampak Sosial dan Etika

Islam menekankan pentingnya etika dalam berbicara dan bertindak, terutama dalam menyebarkan informasi yang dapat mempengaruhi masyarakat. Narasi politik yang tidak bijak dapat menimbulkan ketegangan, kebencian, atau bahkan perpecahan dalam masyarakat. Dalam hal ini, etika berkomunikasi sangat penting untuk memastikan bahwa narasi politik yang disebarkan oleh tokoh agama tidak menimbulkan pengaruh negatif dalam tatanan kehidupan umat beragama.

Al-Quran secara spesifik tidak membicarakan masalah komunikasi, tetapi diteliti ayat Al-Qur'an yang terkandung didalamnya memberikan gambaran umum mengenai prinsip-prinsip komunikasi berdasarkan kajian dari penelitian terdahulu. Dalam hal ini, penulis merujuk term-term khusus

yang diasumsikan sebagai penjelasan dari prinsip-prinsip komunikasi tersebut, antara lain term qaulan balîghan, qaulan maisûran, qaulan karîman, qaulan ma'rûfan, qaulan layyinan, qaulan sadîdan, juga termasuk qaul al-zûr, dsb.

## SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Media Sosial dalam Penyebaran Narasi Politik oleh Para Tokoh Agama. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan penjelasan hasil penelitian yang telah ditunjukkan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai yaitu: Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara pengaruh Media Sosial terhadap Penyebaran Narasi Politik. Narasi yang disampaikan melalui media sosial memiliki pengaruh besar terhadap opini publik dan keputusan politik. Tokoh agama sering dianggap sebagai figur panutan, sehingga pandangan politik mereka dapat membentuk preferensi pemilih.

Namun, penyebaran narasi politik ini tidak lepas dari tantangan, seperti potensi polarisasi masyarakat dan penyebaran informasi yang keliru. Oleh karena itu, diperlukan kehati-hatian dalam penyampaian narasi, dengan tetap mengutamakan persatuan umat, nilai-nilai keadilan, serta etika komunikasi sesuai ajaran Islam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M., Izomiddin, I., & Anisya, S. (2023). Peran politik tokoh agama pada pemilu. *Jurnal Studi Ilmu Politik*, 2(2), 113-128.
- Chabibah, U., Putri, N. R., Rakhmani, I., Burhanudin, M., & Adiningtyas, W. (2023). The politics of social media in Indonesia: Understanding the role of social media in shaping public opinion. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 13(2), 121-136.
- Fathimah Nadia Qurrota A'yun. (2020). Media sosial Instagram sebagai sarana jihad. *Islamic Review: Jurnal Riset dan Kajian Keislaman*, 9(1), 88–100.

- Fitria, W., & Subakti, G. E. (2022). Era digital dalam perspektif Islam: Urgensi etika komunikasi umat beragama di Indonesia. *Jurnal Penelitian Keislaman*, 18(2), 143-157.
- Hayati, D. (2020). The influence of social media on religious identity politics among Indonesian millennial generation. *Simulacra*, 5(2), 1-15.
- Kahpi, M. L., Siregar, A. S., & Romadhon, S. (2024). Dinamika komunikasi politik Islam: Narasi, dan dampak dalam konteks politik kontemporer. *Hikmah*, 18(1), 1-20.
- Khotimah, K., & Karisma, D. A. (2024). Konstruksi narasi politik dalam tayangan YouTube bertajuk '3 bakal calon presiden bicara gagasan' di narasi Mata Najwa. *Scientia*, 3(2).
- Mansyur, I. C. (2023). Polarisasi politik di Indonesia 2014-2019: Sebuah kajian pustaka. *Jurnal Politik Profetik*, 11(1), 1-22.
- Nahdlatul Ulama. (n.d.). *Al-Qur'an dan tafsirnya*. Quran.nu.or.id. <https://quran.nu.or.id/>
- Novianti, E., Nugraha, A. R., Komalasari, L., Komariah, K., & Rejeki, D. S. (2020). Pemanfaatan media sosial dalam penyebaran informasi program pemerintah (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 48-59.
- Nugroho, A. (2022). Political narratives of religious leaders in Indonesia: An analysis of social media influence. *Jurnal Komunikasi dan Politik*.
- Nurdin, A. A. (2022). Kaji ulang hubungan agama dan politik. *Tashwirul Afkar*, 41(2), 261-274.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective publics: Sentiment, technology, and politics*. Oxford University Press.
- Priyatno, D. (2016). *SPSS 22: Pengolahan data dan analisis statistik*. Andi Offset.
- Putri, M., & Nasril, N. (2023). Pengaruh media sosial terhadap identitas diri remaja. *AL MUNIR: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 14(1), 75-85.
- Salim, D. P. (2018). Politik Islam dalam Al-Qur'an (Tafsir Siyasa Surat Ali Imran Ayat 159). *Aqlam: Journal of Islam and Plurality*, 1(1).
- Shihab, M. Q. (2023). *Islam & politik: Perilaku politik berkeadaban*. Lentera Hati.



- Siregar, S. (2016). *Metode penelitian kuantitatif: Dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS*. Prenada Media.
- Sonjaya, A., & Dinatingrat, B. R. (2023). Relasi agama dan politik di Indonesia. *JCIC: Jurnal CIC Lembaga Riset dan Konsultan Sosial*, 5(1), 21-28.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.