

INTEGRASI DAKWAH AGAMA, KEHUMASAN, DAN NARASI POLITIK LALU MUHAMMAD IQBAL: STUDI NETNOGRAGI DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

M. Roby Satriawan

Universitas Islam Negeri Mataram, Mataram, Indonesia

mrobysatriawan481@gmail.com

Abstract

Article History

Received: 07-06-2026

Revised : 16-06-2026

Accepted : 26-06-2026

Keywords:

Digital Political,
Communication,
Symbolic Power,
Netnography,
Leadership
Legitimacy,

*This study aims to critically examine the integration of religious outreach (*dakwah*), public relations, and political narratives in Lalu Muhamad Iqbal's digital communication practices on Instagram, employing a netnographic approach. Utilizing a qualitative method with a netnographic design, the research focuses on analyzing digital content, visual representations, captions, and audience interactions on the subject's Instagram account. Data were collected through non-participant observation, digital documentation, and literature review, then analyzed using thematic and critical discourse analysis to uncover underlying patterns of meaning, symbolic practices, and power relations inherent in the communication process. The findings reveal that the integration of religious outreach, public relations, and political narratives creates a hybrid communication model characterized by symbolic, performative, and strategically curated representations. Religious expressions serve to establish moral legitimacy, public relations elements foster emotional closeness with the audience, and political narratives are conveyed implicitly through visuals of work activities and governance. The study suggests that digital platforms function not merely as communication tools but also as arenas for symbolic power and the production of meaning. Furthermore, the research highlights the need for adaptive, reflective, and inclusive communication strategies that acknowledge audience agency and the complexities of the digital public sphere.*

Pendahuluan

Perkembangan komunikasi dalam perspektif Islam dan konstitusi negara menempatkan aktivitas penyampaian pesan, termasuk dakwah, sebagai bagian integral dari kehidupan sosial yang berorientasi pada kemaslahatan. Dalam Al-Qur'an, prinsip komunikasi yang bijaksana ditegaskan dalam QS. An-Nahl ayat 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ
 إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: “Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk”.

Ayat tersebut mendorong penyampaian dakwah dengan hikmah, nasihat yang baik, dan dialog yang konstruktif. Prinsip ini menegaskan bahwa dakwah tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga komunikatif dan kontekstual sesuai dengan dinamika masyarakat. Dalam kerangka negara, Undang-Undang Dasar 1945 menjamin kebebasan berpendapat dan memperoleh informasi, yang dalam konteks kontemporer diperluas melalui media digital sebagai ruang komunikasi publik. Dengan demikian, dakwah, komunikasi publik, dan politik memiliki irisan yang semakin kuat dalam membentuk opini, kesadaran, dan legitimasi sosial di tengah masyarakat modern.

Seiring dengan itu, perkembangan teknologi digital telah mentransformasi praktik komunikasi politik dan kehumasan secara signifikan (Alvin, S., 2022; Mahardika, D. A., et al., 2025; Nasution, K. M., 2025). Media sosial tidak lagi sekadar menjadi ruang interaksi personal, tetapi telah berfungsi sebagai arena strategis dalam membangun persepsi publik, menyampaikan kebijakan, serta mengelola citra kepemimpinan. Dalam perspektif teori *mediatization of politics* yang dikemukakan oleh Jesper Strömbäck, praktik politik modern tidak dapat dipisahkan dari logika media, di mana realitas politik dibentuk dan dimediasi melalui representasi digital (Setiabudi, A., & Murtopo, A., 2026). Sementara itu, konsep *public sphere* dari Jürgen Habermas menegaskan bahwa media sosial membuka ruang diskursif yang memungkinkan partisipasi publik secara lebih luas, meskipun tetap menghadapi tantangan terkait kualitas deliberasi dan dominasi narasi tertentu (Putri, I. J., & Yuliana, N., 2025).

Namun demikian, idealitas tersebut tidak selalu sejalan dengan realitas empiris yang terjadi di lapangan (Rina, N., Thoibah, S., & Saleh, K. P. A., 2024). Dalam praktiknya, penggunaan media sosial oleh pejabat publik, termasuk kepala daerah, sering kali lebih berorientasi pada pembentukan citra politik daripada sebagai ruang dialog substantif. Integrasi antara dakwah agama, kehumasan, dan narasi politik yang seharusnya menghasilkan komunikasi yang etis, transparan, dan edukatif justru kerap terfragmentasi. Narasi keagamaan sering digunakan sebagai simbol legitimasi moral, sementara pesan kehumasan dan politik lebih menonjolkan aspek performatif daripada substansi kebijakan. Kondisi ini menciptakan kesenjangan antara idealitas komunikasi publik yang partisipatif dan realitas praktik komunikasi yang cenderung simbolik dan strategis (Ihsan, A., 2025).

Kesenjangan tersebut juga terlihat dalam konteks kepemimpinan daerah, khususnya pada figur H. Lalu Muhamad Iqbal sebagai Gubernur Nusa Tenggara Barat. Meskipun memiliki latar belakang akademik dan profesional yang kuat sebagai diplomat, implementasi komunikasi publik melalui media sosial belum sepenuhnya optimal dalam membangun narasi yang integratif antara dakwah, kehumasan, dan politik. Aktivitas digital yang dilakukan cenderung belum mampu mengimbangi arus informasi negatif atau membangun counter-narrative

yang kuat. Hal ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara kapasitas individual dengan strategi komunikasi digital yang diterapkan, sehingga memunculkan persepsi publik yang tidak sepenuhnya selaras dengan potensi kepemimpinan yang dimiliki.

Persoalan ini tidak hanya berkaitan dengan efektivitas komunikasi, tetapi juga menyangkut konstruksi makna dan legitimasi di ruang digital. Media sosial sebagai ruang netnografis memperlihatkan bahwa narasi yang beredar tidak hanya diproduksi oleh aktor utama, tetapi juga oleh audiens yang berinteraksi, menafsirkan, dan mendistribusikan ulang pesan tersebut. Dalam konteks ini, integrasi dakwah agama, kehumasan, dan narasi politik menjadi semakin kompleks karena melibatkan berbagai lapisan interpretasi yang dapat memperkuat atau justru mendistorsi pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan analitis yang mampu memahami dinamika tersebut secara komprehensif.

Sebagai respons atas kompleksitas problematika tersebut, penelitian ini mengadopsi pendekatan netnografi sebagai kerangka metodologis yang memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap praktik komunikasi digital dalam ekosistem media sosial. Netnografi, sebagaimana dikembangkan oleh Robert Kozinets, tidak sekadar dipahami sebagai adaptasi etnografi ke ruang daring, melainkan sebagai pendekatan interpretatif yang menempatkan interaksi digital sebagai locus utama produksi makna social (Hasan, K., Husna, A., Muchlis, M., Fitri, D., & Zulfadli, Z. 2023). Dalam konteks ini, media social khususnya Instagram diposisikan bukan hanya sebagai medium distribusi informasi, tetapi sebagai ruang kultural yang memfasilitasi artikulasi identitas, negosiasi makna, serta konstruksi relasi antara aktor politik dan audiensnya.

Melalui pendekatan ini, penelitian tidak berhenti pada analisis permukaan terhadap konten yang dipublikasikan, melainkan menembus lapisan-lapisan diskursif yang membentuk struktur narasi dan simbol yang dihadirkan. Interaksi seperti komentar, respons audiens, penggunaan tagar, serta dinamika visual-audio dalam unggahan dianalisis sebagai praktik sosial yang sarat dengan kepentingan representasi dan legitimasi. Dengan demikian, ruang digital dipahami sebagai arena dialektis, di mana pesan tidak bersifat final, tetapi terus mengalami proses reinterpretasi melalui partisipasi pengguna yang bersifat aktif dan reflektif.

Pendekatan netnografi memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi bagaimana narasi yang dibangun oleh aktor utama mengalami proses resepsi, apropriasi, hingga resistensi oleh audiens (Sari, I., 2026). Dalam kerangka ini, legitimasi kepemimpinan tidak hanya dihasilkan melalui produksi pesan yang terencana, tetapi juga melalui interaksi timbal balik yang membentuk persepsi kolektif secara dinamis. Oleh karena itu, penelitian ini memandang komunikasi digital sebagai proses performatif yang melibatkan konstruksi citra, produksi makna, dan distribusi simbol secara simultan, sehingga menghasilkan konfigurasi legitimasi yang bersifat cair, kontekstual, dan terus berubah mengikuti dinamika ruang publik digital.

Dalam konteks kajian terdahulu, beberapa penelitian telah mengkaji komunikasi politik digital dan personal branding pejabat publik. Penelitian oleh Brian McNair (2017) menekankan pentingnya komunikasi politik dalam membangun citra dan legitimasi publik, sementara Joseph Walther (2023) melalui teori hyperpersonal communication menunjukkan bahwa media digital

memungkinkan pengelolaan kesan yang lebih terkontrol. Selain itu, studi oleh Erving Goffman mengenai *self-presentation* menjelaskan bagaimana individu mengelola citra diri dalam ruang public (Prasetya, M., 2020). Namun, sebagian besar penelitian tersebut lebih berfokus pada konteks umum komunikasi politik atau figur nasional, sehingga belum secara spesifik mengkaji integrasi antara dakwah agama, kehumasan, dan narasi politik dalam konteks kepemimpinan daerah. Hal ini menunjukkan adanya research gap sekaligus membuka ruang bagi kontribusi baru (novelty) dalam penelitian ini.

Urgensi penelitian ini semakin diperkuat oleh hasil observasi awal yang menunjukkan bahwa aktivitas media sosial H. Lalu Muhammad Iqbal di Instagram memiliki potensi besar dalam membangun komunikasi publik yang efektif, namun belum sepenuhnya dimanfaatkan secara strategis. Interaksi yang terjadi antara akun resmi dengan masyarakat menunjukkan adanya kebutuhan akan narasi yang lebih integratif, responsif, dan kontekstual. Dalam situasi ini, media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga menjadi ruang pembentukan opini publik yang sangat dinamis dan berpengaruh terhadap legitimasi kepemimpinan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam integrasi antara dakwah agama, kehumasan, dan narasi politik dalam komunikasi digital yang dilakukan oleh H. Lalu Muhammad Iqbal di media sosial Instagram melalui pendekatan netnografi. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengungkap dinamika konstruksi narasi, strategi komunikasi, serta respons audiens dalam membentuk citra dan legitimasi kepemimpinan, sehingga diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengembangan kajian komunikasi politik digital yang lebih komprehensif dan kontekstual.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi netnografi yang diintegrasikan dengan kajian literatur (Kurniati, P. A., Salsabiilaa, M., & Hidayatullah, M. S. 2026). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam praktik komunikasi digital, konstruksi narasi, serta dinamika interaksi dalam ruang media sosial sebagai medan kultural yang hidup. Netnografi, sebagai pengembangan dari etnografi dalam konteks digital, memungkinkan eksplorasi terhadap perilaku, simbol, dan makna yang diproduksi dalam komunitas daring. Dalam penelitian ini, fokus diarahkan pada praktik komunikasi yang dilakukan oleh H. Lalu Muhammad Iqbal di media sosial Instagram, khususnya dalam mengintegrasikan dakwah agama, kehumasan, dan narasi politik sebagai bagian dari strategi representasi diri dan pembentukan legitimasi kepemimpinan. Integrasi dengan kajian literatur dilakukan untuk memperkuat kerangka teoretis serta memperdalam analisis terhadap fenomena yang diteliti.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder (Erwansyah, D. R., 2025; Saputra, A. W., 2024). Data primer diperoleh dari aktivitas digital pada akun Instagram resmi H. Lalu Muhammad Iqbal, yang mencakup unggahan foto, video, caption, penggunaan tagar, serta interaksi berupa komentar, likes, dan bentuk respons lainnya dari audiens dalam kurun waktu tertentu. Data ini dipilih karena merepresentasikan praktik komunikasi digital yang aktual, dinamis, dan kontekstual. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari

berbagai sumber literatur seperti buku, artikel jurnal ilmiah, laporan penelitian terdahulu, serta dokumen yang relevan dengan kajian komunikasi politik digital, dakwah, kehumasan, dan personal branding.

Prosedur pengumpulan data dilakukan melalui teknik observasi non-partisipatif berbasis netnografi, dokumentasi digital, dan studi literatur (Rakhmawati, K., & Romadi, P., 2026; Sukmana, O., et al., 2025). Observasi dilakukan dengan mengamati secara sistematis aktivitas komunikasi pada akun Instagram, termasuk pola produksi konten, penggunaan simbol visual dan verbal, serta dinamika interaksi antara akun dan audiens. Dokumentasi dilakukan dengan mengarsipkan konten-konten yang relevan untuk dianalisis lebih lanjut. Sementara itu, studi literatur dilakukan untuk mengidentifikasi dan mengkaji teori, konsep, serta temuan penelitian terdahulu yang mendukung analisis penelitian.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis tematik yang dipadukan dengan analisis wacana kritis (Azam, S. A., 2024). Analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi, mengelompokkan, dan menginterpretasikan tema-tema utama yang muncul dalam data, seperti integrasi dakwah agama, kehumasan, dan narasi politik. Sementara itu, analisis wacana kritis digunakan untuk mengkaji bagaimana bahasa, simbol, dan praktik komunikasi digunakan dalam membentuk makna, representasi identitas, serta relasi kuasa dalam ruang digital. Proses analisis dilakukan secara interaktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara reflektif.

Keabsahan data dalam penelitian ini diuji melalui teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan berbagai jenis data digital yang diperoleh, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan mengombinasikan observasi, dokumentasi, dan kajian literatur. Selain itu, peneliti juga menerapkan ketekunan pengamatan (*prolonged engagement*) dan audit trail untuk memastikan transparansi serta konsistensi dalam proses penelitian. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan memiliki tingkat kredibilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas yang tinggi serta dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis netnografi terhadap aktivitas akun Instagram *iqbal_lalu_muhamad*, ditemukan bahwa praktik komunikasi digital yang dilakukan oleh H. Lalu Muhamad Iqbal memperlihatkan adanya integrasi yang cukup sistematis antara dakwah agama, kehumasan, dan narasi politik dalam membangun citra serta legitimasi kepemimpinan di ruang publik digital. Integrasi ini tidak hadir secara terpisah, melainkan saling berkelindan dalam bentuk konten visual, caption, serta interaksi dengan audiens yang membentuk konstruksi makna yang kompleks dan berlapis.

Pertama, dimensi dakwah agama tercermin melalui representasi simbolik dan aktivitas keagamaan yang konsisten ditampilkan dalam konten. Hal ini terlihat dari unggahan yang menampilkan kegiatan ibadah, kehadiran dalam forum keagamaan, interaksi dengan tokoh agama, serta partisipasi dalam perayaan hari besar keagamaan seperti Idul Fitri dan kegiatan keislaman lainnya. Narasi yang dibangun tidak hanya bersifat ritualistik, tetapi juga mengandung pesan moral, kedekatan spiritual, serta citra religiusitas yang melekat pada figur pemimpin. Dakwah dalam konteks ini berfungsi sebagai sumber legitimasi moral yang

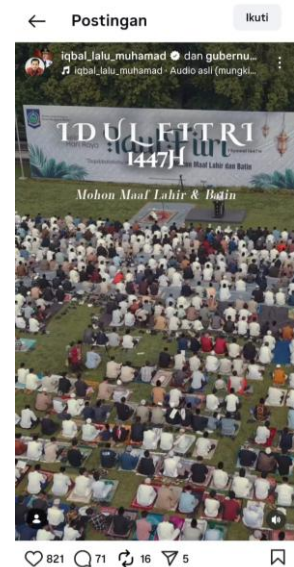
memperkuat kepercayaan publik, sekaligus membangun identitas kepemimpinan yang berakar pada nilai-nilai keagamaan.



Gambar 1. Gubernur NTB Menghadiri Refleksi Milad ke-45 Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Gambar 2. Perayaan Tradisi Lebaran Ketupat



Gambar. 3. Shalat Id

Kedua, aspek kehumasan tampak dominan dalam pola komunikasi yang menonjolkan kedekatan dengan masyarakat, transparansi kegiatan, serta responsivitas terhadap isu sosial. Konten yang diunggah banyak memperlihatkan interaksi langsung dengan warga, seperti kunjungan ke pasar, dialog dengan masyarakat, penyaluran bantuan, serta kehadiran dalam berbagai kegiatan sosial. Visualisasi yang digunakan cenderung humanis dan informal, yang menunjukkan upaya membangun citra sebagai pemimpin yang dekat, merakyat, dan mudah diakses. Dalam perspektif kehumasan, strategi ini menunjukkan adanya upaya relationship building yang bertujuan memperkuat hubungan emosional antara pemimpin dan masyarakat sebagai audiens utama.



Gambar 4. Lebaran Bersama Anak Yatim



Gambar 5 Pelepasan Angkutan (Mudik Gratis)



Gambar.6.Sumbangan

Ketiga, narasi politik hadir melalui representasi aktivitas pemerintahan, penyampaian program kerja, serta simbolisasi kepemimpinan yang kuat. Konten yang menampilkan rapat resmi, pidato di forum pemerintahan, peluncuran program, hingga kunjungan kerja menunjukkan upaya membangun citra profesionalitas dan kapasitas kepemimpinan. Narasi politik ini tidak disampaikan secara eksplisit dalam bentuk retorika politik yang keras, melainkan dikemas dalam bentuk visual yang menunjukkan kinerja, dedikasi, dan komitmen terhadap pembangunan daerah. Dengan demikian, narasi politik dihadirkan secara implisit melalui performativitas tindakan yang ditampilkan kepada publik.



Gambar 7. Pelepasan Jamaah Haji



Gambar 8. Rapat Koordinasi

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa integrasi ketiga dimensi tersebut membentuk pola komunikasi yang bersifat strategis dan terkurasi. Dalam banyak unggahan, dakwah agama, kehumasan, dan narasi politik tidak muncul secara terpisah, melainkan saling menguatkan. Misalnya, kegiatan keagamaan yang dikemas dalam konteks sosial dan pelayanan publik secara simultan membangun citra religius, humanis, dan profesional. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran dalam pengelolaan komunikasi digital sebagai instrumen pembentukan personal branding yang komprehensif.

Dari sisi dinamika konstruksi narasi, ditemukan bahwa konten yang dipublikasikan cenderung mengikuti pola representasi positif yang terkontrol. Narasi yang dibangun memperlihatkan konsistensi dalam menampilkan figur sebagai pemimpin yang religius, dekat dengan rakyat, dan aktif bekerja. Namun, ruang dialog yang terbuka melalui fitur komentar menunjukkan bahwa audiens tidak selalu bersifat pasif. Terdapat berbagai respons yang muncul, mulai dari dukungan, apresiasi, hingga kritik terhadap kinerja dan kebijakan. Hal ini menunjukkan bahwa konstruksi makna dalam media sosial bersifat dialogis dan tidak sepenuhnya dikendalikan oleh aktor utama.

Respons audiens dalam kolom komentar dan interaksi lainnya memperlihatkan adanya dua kecenderungan utama. *Pertama*, audiens yang mendukung cenderung memperkuat narasi yang dibangun melalui komentar positif, doa, dan apresiasi terhadap aktivitas yang ditampilkan. *Kedua*, audiens yang kritis menghadirkan perspektif alternatif yang terkadang mempertanyakan efektivitas kinerja atau menyoroti isu tertentu yang belum terselesaikan. Dinamika ini menunjukkan bahwa legitimasi kepemimpinan di media sosial tidak hanya dibangun melalui produksi konten, tetapi juga melalui proses negosiasi makna antara aktor dan audiens.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram berfungsi sebagai ruang strategis dalam mengintegrasikan dakwah agama, kehumasan, dan narasi politik dalam satu kerangka komunikasi digital yang terstruktur. Praktik ini tidak hanya berkontribusi pada pembentukan citra diri (personal branding), tetapi juga menjadi instrumen penting dalam membangun legitimasi kepemimpinan di era digital. Namun demikian, efektivitas integrasi tersebut tetap bergantung pada kemampuan aktor dalam mengelola narasi secara adaptif serta merespons dinamika interaksi yang berkembang di ruang publik digital.

Temuan penelitian ini, apabila ditelaah secara lebih mendalam, mengindikasikan bahwa integrasi dakwah agama, kehumasan, dan narasi politik dalam praktik komunikasi digital bukan sekadar strategi komunikasi yang bersifat teknis-instrumental, melainkan merupakan manifestasi dari operasi kekuasaan simbolik yang bekerja secara laten dalam struktur ruang publik digital. Dalam perspektif Pierre Bourdieu, praktik representasi yang dikonstruksi melalui media sosial dapat dipahami sebagai proses konversi berbagai bentuk kapital terutama kapital kultural dan simbolik ke dalam bentuk legitimasi yang diakui secara sosial (Wibowo, G., et al., 2025; Karya, R. Asma, N., 2020). Konsistensi dalam menampilkan simbol-simbol religius, afiliasi dengan otoritas keagamaan, serta partisipasi dalam ritus sosial-keagamaan membentuk apa yang dapat disebut sebagai *symbolic consolidation*, yakni proses penguatan posisi sosial melalui internalisasi nilai yang dianggap sah oleh komunitas. Dalam kerangka ini, dakwah

tidak lagi semata dimaknai sebagai aktivitas normatif-transformatif, tetapi mengalami transfigurasi menjadi medium reproduksi habitus religius yang secara simultan meneguhkan struktur dominasi kultural. Mekanisme naturalisasi yang bekerja menjadikan representasi tersebut tampak sebagai realitas objektif, padahal sesungguhnya merupakan hasil konstruksi yang sarat kepentingan.

Dimensi kehumasan yang menampilkan kedekatan emosional dengan masyarakat merefleksikan artikulasi kompleks antara performativitas sosial dan strategi representasional yang terkurasi. Dalam kerangka dramaturgi Erving Goffman, media sosial berfungsi sebagai ruang performatif di mana aktor mengorkestrasi identitasnya melalui pengelolaan simbol, ekspresi, dan narasi yang ditujukan untuk menghasilkan kesan tertentu (Aminah, S., et al., 2025). Namun, dalam lanskap digital kontemporer, sebagaimana ditegaskan oleh Joseph Walther melalui teori *hyperpersonal communication*, kemampuan untuk melakukan seleksi, penyuntingan, dan pengendalian terhadap pesan memperkuat intensitas konstruksi identitas tersebut. Relasionalitas yang tampak dalam interaksi digital tidak dapat dipahami secara naif sebagai kedekatan autentik, melainkan sebagai *engineered intimacy*, yakni kedekatan yang diproduksi melalui desain komunikasi yang strategis. Dalam konteks ini, kehumasan tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi institusional, tetapi sebagai mekanisme produksi afeksi publik yang berkontribusi pada pembentukan legitimasi berbasis emosional (*affective legitimacy*) (Wasino, W., et al., 2026).

Sementara itu, integrasi narasi politik yang direpresentasikan melalui performativitas aktivitas birokratis dan simbolisasi kerja memperlihatkan adanya pergeseran epistemologis dalam praktik komunikasi politik kontemporer. Dalam kerangka *mediatization of politics* yang dikemukakan oleh Jesper Strömbäck, logika media tidak hanya menjadi saluran penyampaian pesan politik, tetapi telah menjadi determinan utama dalam membentuk cara politik dipraktikkan dan dipersepsikan. Politik direduksi ke dalam format visual yang mudah dikonsumsi, narasi yang disederhanakan, serta representasi personal yang menonjolkan figur dibandingkan struktur. Hal ini berkelindan dengan pemikiran Manuel Castells tentang *network society*, di mana kekuasaan tidak lagi berpusat pada institusi formal semata, tetapi tersebar dalam jaringan komunikasi yang bersifat desentralistik namun tetap terstruktur. Dalam konteks ini, kemampuan aktor untuk mengelola visibilitas, mengontrol aliran informasi, dan menciptakan resonansi dalam jaringan menjadi determinan utama dalam produksi legitimasi (Darmayasa, D., et al., 2025).

Narasi politik yang diartikulasikan melalui media sosial tidak dapat direduksi sebagai sekadar dokumentasi aktivitas pemerintahan, melainkan sebagai praktik diskursif yang secara aktif membentuk persepsi publik mengenai kapasitas, kredibilitas, dan otoritas kepemimpinan. Integrasi antara dimensi religius, relasional, dan politis menghasilkan suatu konfigurasi komunikasi yang bersifat hibrid dan multidimensional, di mana batas antara moralitas, kedekatan sosial, dan kekuasaan politik menjadi semakin cair. Dalam lanskap ini, legitimasi tidak lagi dibangun semata melalui prosedur formal atau kinerja objektif, tetapi melalui kemampuan aktor dalam mengorkestrasi simbol, emosi, dan narasi dalam satu kesatuan representasi yang kohesif (Widiyarti, D., 2025). Oleh karena itu, praktik komunikasi digital yang demikian perlu dipahami sebagai arena produksi makna yang kompleks, di mana kekuasaan tidak hanya bekerja melalui struktur

yang tampak, tetapi juga melalui simbol, afeksi, dan representasi yang membentuk kesadaran kolektif secara subtil namun efektif

Dari perspektif diskursif yang lebih mendalam, temuan ini dapat dibaca melalui kerangka genealogi kekuasaan yang dikembangkan oleh Michel Foucault, di mana wacana tidak hanya berfungsi sebagai medium representasi, tetapi sebagai perangkat produktif yang secara aktif membentuk rezim kebenaran (*regime of truth*) (Wardhana, A. A. N. A. S., 2023). Dalam konteks komunikasi digital, konten yang diproduksi tidak sekadar mencerminkan realitas empiris, melainkan menyusun struktur pengetahuan yang menentukan apa yang dapat dipahami sebagai “kepemimpinan yang ideal,” “religiusitas yang sah,” dan “kinerja politik yang legitimate.” Melalui repetisi simbol, seleksi narasi, dan pengaturan visibilitas, terbentuk suatu formasi diskursif yang secara subtil mengarahkan horizon pemaknaan publik. Dengan demikian, integrasi antara dakwah, kehumasan, dan narasi politik dapat dipahami sebagai praktik discursive orchestration yang tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga mengonstruksi kerangka epistemik di mana pesan tersebut diterima sebagai kebenaran yang *taken-for-granted* (Sudarsono, A. B., 2022).

Namun, sebagaimana ditegaskan dalam analitika kekuasaan Foucault, setiap rezim kebenaran selalu mengandung potensi fragmentasi dan resistensi. Respons audiens yang beragam menunjukkan bahwa subjek tidak sepenuhnya tunduk pada struktur diskursif yang dominan, melainkan memiliki kapasitas untuk melakukan negosiasi, reinterpretasi, bahkan dekonstruksi terhadap makna yang ditawarkan (Sofyan, S., 2026). Dalam konteks ini, kolom komentar dan interaksi digital dapat dipahami sebagai micro-sites of resistance, di mana praktik kuasa tidak hanya direproduksi, tetapi juga dipertanyakan. Hal ini mengindikasikan bahwa legitimasi dalam ruang digital bersifat kontingen dan tidak pernah sepenuhnya stabil, karena selalu berada dalam medan tarik-menarik antara produksi wacana oleh aktor dan apropriasi makna oleh publik.

Selanjutnya, jika ditinjau melalui perspektif Jürgen Habermas, media sosial secara normatif dapat diposisikan sebagai perluasan dari public sphere yang memungkinkan terjadinya deliberasi rasional-kritis. Akan tetapi, realitas empiris menunjukkan bahwa ruang publik digital tidak sepenuhnya memenuhi prasyarat deliberatif sebagaimana dibayangkan Habermas (Rizqian, D. R., 2023). Struktur algoritmik, logika atensi, serta ekonomi visibilitas yang dikendalikan oleh platform menciptakan kondisi di mana distribusi wacana menjadi tidak simetris. Dalam hal ini, apa yang tampak sebagai ruang partisipatif sebenarnya beroperasi dalam kerangka algorithmic mediation, di mana preferensi pengguna, intensitas interaksi, dan kepentingan platform turut menentukan narasi mana yang memperoleh legitimasi lebih luas (Fatih, M. K., 2020). Oleh karena itu, legitimasi kepemimpinan di media sosial tidak hanya merupakan hasil dari kualitas pesan, tetapi juga dari bagaimana pesan tersebut diposisikan dalam arsitektur digital yang bersifat tidak netral.

Penguatan terhadap temuan ini juga dapat ditemukan dalam studi-studi kontemporer. Al Fatih (2020) melalui konsep authenticity performance menunjukkan bahwa autentisitas dalam komunikasi politik digital bukanlah kondisi esensial, melainkan konstruksi performatif yang dihasilkan melalui kombinasi antara kedekatan personal dan profesionalitas institusional. Sementara itu, Abdullah et al., (2023) menegaskan bahwa media digital mendorong

terjadinya hybrid media logic, di mana aktor politik menggabungkan berbagai mode komunikasi rasional, emosional, dan simbolik dalam satu platform untuk memaksimalkan resonansi publik. Dalam konteks Indonesia, sejumlah studi komunikasi politik digital juga menunjukkan bahwa artikulasi nilai-nilai religius dalam narasi politik berfungsi sebagai cultural anchoring, yakni strategi untuk menautkan pesan politik pada kerangka nilai yang telah mapan dalam kesadaran kolektif masyarakat.

Secara konseptual, keseluruhan dinamika ini mengarah pada terbentuknya model komunikasi hibrid yang tidak hanya mengintegrasikan dimensi normatif, relasional, dan strategis, tetapi juga merefleksikan transformasi ontologis dalam cara kekuasaan beroperasi di era digital (Kirom, S., 2022; Sari, F. I., Mediaty, M., & Said, D., 2020). Kekuasaan tidak lagi semata hadir dalam bentuk institusional yang rigid, melainkan tersebar dalam jaringan representasi, simbol, dan interaksi yang bersifat cair namun efektif. Meski demikian, efektivitas model ini juga menyimpan ambivalensi kritis. Di satu sisi, ia memungkinkan perluasan jangkauan komunikasi dan peningkatan keterlibatan publik; di sisi lain, ia berpotensi mereduksi kompleksitas realitas menjadi citra yang terkurasi, serta menyamarkan relasi kuasa dalam bentuk yang lebih subtil dan sulit dikenali.

Analisis terhadap fenomena ini tidak hanya berkontribusi pada pemahaman empiris mengenai praktik komunikasi politik digital, tetapi juga memperkaya diskursus teoretis mengenai relasi antara kekuasaan, media, dan produksi makna dalam masyarakat kontemporer. Pendekatan kritis menjadi penting untuk membongkar lapisan-lapisan representasi yang tampak natural, sekaligus membuka ruang refleksi terhadap bagaimana legitimasi dibangun, dinegosiasikan, dan dipertahankan dalam lanskap digital yang semakin kompleks.

Simpulan

Praktik komunikasi digital yang dilakukan oleh Lalu Muhamad Iqbal di platform Instagram merepresentasikan suatu model komunikasi hibrid yang mengintegrasikan secara simultan dimensi dakwah agama, kehumasan, dan narasi politik dalam satu kerangka representasi yang kohesif dan strategis. Integrasi tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi sebagai mekanisme produksi makna yang berkontribusi pada pembentukan citra, akumulasi legitimasi, serta penguatan otoritas kepemimpinan dalam ruang publik digital. Melalui pendekatan netnografi, penelitian ini menemukan bahwa konstruksi narasi yang ditampilkan bersifat terkurasi, simbolik, dan performatif, di mana religiusitas, kedekatan sosial, dan profesionalitas politik saling berkelindan dalam membentuk persepsi publik. Dalam kerangka teoritis, temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi digital tidak dapat dilepaskan dari operasi kekuasaan simbolik sebagaimana dikemukakan oleh Pierre Bourdieu, praktik manajemen impresi dalam perspektif Erving Goffman, serta produksi wacana sebagai rezim kebenaran menurut Michel Foucault.

Dinamika respons audiens mengindikasikan bahwa legitimasi yang terbentuk di media sosial bersifat dialogis, kontingen, dan tidak sepenuhnya berada dalam kendali aktor, karena selalu terbuka terhadap negosiasi, reinterpretasi, dan bahkan resistensi. Hal ini memperlihatkan bahwa ruang publik digital, meskipun menawarkan peluang deliberasi sebagaimana diasumsikan oleh Jürgen Habermas, pada kenyataannya tetap dipengaruhi oleh struktur algoritmik

dan logika media yang membentuk distribusi wacana. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya mengonfirmasi pentingnya media sosial sebagai instrumen strategis dalam komunikasi politik kontemporer, tetapi juga mengungkap kompleksitas relasi antara kekuasaan, simbol, dan teknologi dalam proses produksi legitimasi. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan kontribusi konseptual terhadap pengembangan kajian komunikasi politik digital dengan menegaskan bahwa integrasi dakwah, kehumasan, dan narasi politik merupakan bentuk adaptasi sekaligus transformasi praktik kekuasaan dalam masyarakat jaringan, yang menuntut pembacaan kritis agar tidak terjebak pada permukaan representasi, melainkan mampu menyingkap struktur makna dan relasi kuasa yang melandasinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, F. D., Rusyana, A. Y., Bisri, H., & Afrilia, K. 2023. Analisis Penyelesaian Sengketa Murabahah Melalui Metode Al-Shulhu Perspektif Teori Hukum Keadilan Konsensus Jurgen Habermas. *EL MUDHORIB Учредители: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Fattahul Muluk Papua*, 4(2), 163-173.
- Al-Fatih, S. 2020. Pembentukan Norma Ambang Batas Parlemen Dalam Perspektif Teori Kritis Jurgen Habermas.”. *Audito Comparative Law Journal (ACLJ)*, 1(1), 24-37.
- Alvin, S. 2022. *Komunikasi Politik Di Era Digital: Dari Big Data, Influencer Relations & Kekuatan Selebriti, Hingga Politik Tawa*. Deepublish.
- Aminah, S., Koesbardiati, T., & Hartanto, A. L. 2025. Carok: *Praktik Kekerasan Hegemonik dalam Kontestasi Kuasa di Ranah Sosial-Kultural dan Politik. Prenada Media*.
- Azam, S. A. 2024. Optimalisasi Instagram Dalam Meningkatkan Kesadaran Halal (Studi Pada Situs:@ Halalcorner &@ Halal. indonesia) (Doctoral dissertation, IAIN PONOROGO).
- Darmayasa, D., Damanik, F. H. S., Hermansah, T., Mukhlis, J., Rasyid, F. M., Baihaky, R., ... & Widiyarti, D. 2025. *Sosiologi Pariwisata: Teori, Konsep, Dinamika Sosial Ekonomi Kepariwisataaan Era Modern*. Henry Bennett Nelson.
- Erwansyah, D. R. 2025. Studi Etnografi Terhadap Gaya Berpakaian NCTZen di Makassar Sebagai Bentuk dari Difusi Budaya Fashion Korea Ethnographic Study of NCTZen's Dressing Style in Makassar as A Form of Diffusion of Korean Fashion Culture (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Fatih, M. K. 2020. Terorisme dalam Perspektif Jurgen Habermas. *Al Furqan: Jurnal Ilmu Al Quran Dan Tafsir*, 3(1), 31-47.
- Giles, H., Edwards, A. L., & Walther, J. B. 2023. Communication Accommodation Theory: Past Accomplishments, Current Trends, And Future Prospects. *Language Sciences*, 99, 101571.
- Hasan, K., Husna, A., Muchlis, M., Fitri, D., & Zulfadli, Z. 2023. Transformasi Komunikasi Massa Era Digital Antara Peluang Dan Tantangan. *JPP Jurnal Politik Dan Pemerintahan*, 8(1), 41-55.
- Ihsan, A. (2025). Dampak Media Digital terhadap Komunikasi Politik. *Komunika: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 2(3), 20-28.
- Karya, R. Asma, N., 2020. Sistem Bagi Hasil Nelayan Dan Pemilik Bagang Di Kabupaten Polewali Mandar Perspektif Hukum Ekonomi Islam. *Qualitative Report*, 13(4), 544-559.
- Kirom, S. 2022. Konsep Keadilan Jurgen Habermas dalam Perspektif Filsafat Kontemporer. *Jurnal Yaqzhan: Analisis Filsafat, Agama dan Kemanusiaan*, 8(2), 281-301.
- Kurniati, P. A., Salsabiilaa, M., & Hidayatullah, M. S. 2026. Transformasi Kesadaran Halal Di Era Media Sosial: Studi Netnografi Pada Konten Instagram Di Indonesia. Menulis: *Jurnal Penelitian Nusantara*, 2(1), 468-478.

- Mahardika, D. A., Judijanto, L., Rery, S., Ramadhanita, F. F., Syaputra, D., & Fuadi, M. H. 2025. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nasution, K. M. 2025. Studi Literatur Perbandingan Komunikasi dan Hubungan Masyarakat: Transformasi Era Awal Digital Hingga Sekarang (1990–2024).
- Prasetya, M. 2020. Self-presentation dan kesadaran privacy micro-influencer di instagram. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 4(1), 239-258.
- Putri, I. J., & Yuliana, N. 2025. Transformasi Strategi Public Relations: Studi Literatur atas Perkembangan Strategi PR dalam Era Digital. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 70-84.
- Rakhmawati, K., & Romadi, P. 2026. Gaya Komunikasi Dakwah Nahi Munkar: Studi Netnografi Pada Akun Instagram@ wajdi_azim. *Ad-DA'WAH*, 24(1), 104-126.
- Rina, N., Thoibah, S., & Saleh, K. P. A. 2024. Peran Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Digital Dalam Kehumasan. *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)*, 3(1), 26-39.
- Rizqian, D. R. 2023. Pemberdayaan masyarakat dalam perspektif teori tindakan komunikatif Jurgen Habermas. *Jurnal El-Hamra: Kependidikan Dan Kemasyarakatan*, 8(2), 71-86.
- Saputra, A. W. 2024. Menjadi etnografer transmanusia untuk penelitian humaniora multistemesta. *Klausa (Kajian Linguistik, Pembelajaran Bahasa, Dan Sastra)*, 8(2), 45-63.
- Sari, F. I., Mediaty, M., & Said, D. 2020. Corporate Social Responsibility Vs Creating Shared Value Melalui Kajian Perspektif Islam: Pendekatan Kritis Jurgen Habermas. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 6(1), 1-16.
- Sari, I. 2026. *Media Komunikasi Pemerintahan: Teori, Praktik, Etika, dan Tantangan Demokrasi Digital*. CV Eureka Media Aksara.
- Setiabudi, A., & Murtopo, A. 2026. Transformasi Digital Dalam Humas Pendidikan. *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 4(2), 5892-5906.
- Sofyan, S. 2026. Ritual Adat sebagai Sumber Belajar pada Mata Pelajaran Sosiologi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 12(4. A), 289-309.
- Sudarsono, A. B. 2022. *Habitus Aktor Sosial Dalam Ranah Konflik Suporter Sepakbola Di Media Sosial Instagram* (Doctoral dissertation, Universitas Sahid Jakarta).
- Sukmana, O., Machmud, M., Basri, L., Khoirurrosyidin, K., Sari, A. F., Jumui, J., ... & Damanik, F. H. S. 2025. *Metode Penelitian Kualitatif: Suatu Pengantar Konseptual dan Praktis*. Star Digital Publishing.
- Wardhana, A. A. N. A. S. 2023. Habitus, Kapital, Dan Distinction: Strategi Penguasaan Kapital Melalui Praktik Mikrotransaksi Komoditas Virtual Dalam Permainan Daring. *Journal of Animation and Games Studies*, 9, 29-44.
- Wasino, W., Barokah, A., Maulida, L. R., & Ismuwardani, Z. 2026. *Jejak Sosial: Menyingkap Ketimpangan dan Keadilan di Tengah Masyarakat*. CV Eureka Media Aksara.
- Wibowo, G., Sunuantari, M., Annisarizki, A., Soraya, I., & Gunawan, I. 2025. Citra Crazy Rich Indonesia Di Instagram Melalui Prespektif Structuralism Pierre Bourdieu. *Jurnal Cyber PR*, 5(1), 14-33.