USHULUNA: JURNAL ILMU USHULUDDIN
Vol. 11, No. 1, June 2025, (64-81)
ISSN: 2460-9692; E-ISSN: 2721-754X
http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/una

Dampak Gelar Keagamaan terhadap Otoritas Sosial: Studi Kritis terhadap Gus Miftah di Media Sosial Tiktok dalam Perspektif Budaya dan Agama

Taufiqurrahman, [1] Nugroho, [2] Aristophan Firdaus[3]
[1, 2, 3] Prodi Studi Agama agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
[1]taufiqurrahman151002@gmail.com, [2]nugroho_uin@radenfatah.ac.id,
[3]topan_uin@radenfatah.ac.id

Abstrak:

Gelar 'Gus' dalam tradisi Islam Indonesia merepresentasikan otoritas keagamaan yang berbasis pada warisan dan institusi pesantren. Namun, kehadiran media sosial yang disruptif seperti TikTok telah menciptakan arena baru yang secara fundamental menegosiasikan ulang makna dan praktik otoritas tersebut. Melalui pendekatan kualitatif-kritis, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi representasi otoritas Miftah Maulana Habiburrahman (Gus Miftah) di TikTok dan mengkaji dampaknya terhadap konsep-konsep inti mengenai legitimasi, etika, dan figur ulama dalam tradisi keilmuan Ushuluddin. Hasil analisis menunjukkan bahwa Gus Miftah menggunakan berbagai strategi, seperti pemanfaatan silsilah dan adaptasi konten ke dalam format hiburan. Ditemukan bahwa strategi-strategi ini, meskipun efektif dalam membangun popularitas digital, secara bersamaan menciptakan ketegangan dengan prinsip etika keislaman seperti *tawadhu'* (kerendahan hati) dan berisiko menyebabkan pendangkalan makna (*tadḥīl al-maʿnā*) dalam dakwah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa fenomena 'dai-influencer' ini melahirkan model otoritas hibrida yang memicu krisis legitimasi jika dibandingkan dengan sistem validasi ilmu tradisional Islam seperti *isnād* dan *ijāzah*. Dengan demikian, artikel ini berkontribusi secara signifikan pada studi Ushuluddin kontemporer dengan memetakan tantangan konseptual dan etis yang diajukan oleh media digital terhadap definisi, validasi, dan praktik otoritas keagamaan di masa kini.

Kata Kunci: Dai-Influencer, Gus Miftah, Otoritas Keagamaan, TikTok, Ushuluddin

Abstract:

The title 'Gus' in Indonesian Islamic tradition represents religious authority based on lineage and pesantren institutions. However, the presence of disruptive social media like TikTok has created a new arena that fundamentally renegotiates the meaning and practice of such authority. Through a qualitative-critical approach, this research aims to analyze the authority representation strategies of Miftah Maulana Habiburrahman (Gus Miftah) on TikTok and to critically examine their impact on the core concepts of legitimacy, ethics, and the figure of the ulama in the Ushuluddin scholarly tradition. The analysis shows that Gus Miftah employs various strategies, such as utilizing his lineage

and adapting content into an entertainment format. It was found that these strategies, while effective in building digital popularity, simultaneously create tension with Islamic ethical principles like tawadhu' (humility) and risk causing a shallowing of meaning (tadḥīl al-maʿnā) in da'wah. This study concludes that the 'dai-influencer' phenomenon gives rise to a hybrid authority model that triggers a crisis of legitimacy when compared to traditional Islamic knowledge validation systems like isnād and ijāzah. Thus, this article contributes significantly to contemporary Ushuluddin studies by mapping the conceptual and ethical challenges posed by digital media to the definition, validation, and practice of religious authority today.

Keywords*:* Dai-Influencer, Gus Miftah, Religious Authority, TikTok, Ushuluddin

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Pendahuluan

Gelar keagamaan dalam lanskap sosio-kultural masyarakat Muslim Indonesia, berfungsi sebagai penanda sosial yang sarat akan makna dan legitimasi. Di antara berbagai gelar yang ada, "Gus" menempati posisi unik karena secara inheren terkait dengan konsep pewarisan otoritas. Gelar ini, yang secara tradisional disematkan kepada putra seorang kiai, tidak hanya menandakan hubungan biologis, tetapi juga menempatkan penyandangnya dalam suatu aristokrasi di dalam dunia pesantren. Menurut analisis fundamental Zamakhsyari Dhofier, seorang Gus secara *a priori* mendapatkan pengakuan dan kehormatan dari komunitas karena dipercaya mewarisi karisma, keilmuan, serta *barokah* dari leluhurnya.[1]

Penghormatan ini berakar kuat dalam tradisi keilmuan Islam yang memandang ulama sebagai pewaris para nabi (*al-ʿulamāʾ warathat al-anbiyāʾ*).[2] Konsep ini menegaskan bahwa para ulama mewarisi tugas kenabian dalam menyebarkan ilmu, yang menjadi sumber utama legitimasi mereka. Meskipun pewarisan nasab tidak serta-merta menjamin pewarisan kapasitas keilmuan, status sebagai keturunan ulama (*dzuriyyah*) menciptakan sebuah modal kehormatan dan ekspektasi spiritual di tengah masyarakat, yang didasarkan pada kemuliaan ilmu itu sendiri.[3] Dengan demikian, gelar "Gus" memberikan sebuah legitimasi awal yang bersifat ganda: kultural-sosiologis sebagaimana dianalisis Dhofier, sekaligus teologis-normatif yang berakar dari pandangan dunia Islam tradisional.

Dari perspektif sosiologis, status istimewa yang diwariskan ini dapat dianalisis sebagai "kapital simbolik", sebuah konsep yang dipopulerkan oleh Pierre Bourdieu.[4] Kapital ini merupakan aset tak berwujud berupa kepercayaan, nama besar, dan kehormatan yang terakumulasi dari garis keturunan dan memiliki pengaruh nyata dalam arena sosial. Fenomena Gus Dur, sebagaimana dianalisis dalam beberapa studi, secara gamblang menunjukkan bagaimana kapital simbolik yang melekat pada status "Gus" dapat dikonversi menjadi otoritas politik yang dominan. Namun, jika dibedah dari kacamata Ushuluddin, "kapital" ini bukanlah semata aset sosial, melainkan manifestasi dari konsep *barokah*, yakni keberkahan ilahiah yang diyakini mengalir melalui seorang ulama dan keturunannya karena

[1] Zamakhsyari Dhofier, *Tradisi Pesantren: Studi Tentang Pandangan Hidup Kiai*, 1st ed, (Jakarta: LP3ES, 1982), 81.

[2] Abu ‘Isa Muhammad ibn ‘Isa Al-Tirmidzi, “Sunan Al-Tirmidzi,” in *Kitab Al-’Ilm, Bab Mā Jā’a Fī Faḍl Al-Fiqh ‘alā Al-‘Ibādah*, ed. Dkk Ahmad Muhammad Syakir (Mesir: Maktabah Musthafa al-Babi al-Halabi, 1975), 48.

[3] Abu Hamid Al-Ghazali, “Iḥyāʾ ʿUlūm Al-Dīn,” in *Kitab Al-’Ilm* (Beirut: Dar al-Ma’rifah, n.d.), 50–58.

[4] Pierre Bourdieu, *The Logic of Practice* (Stanford: Stanford University Press, 1990), 12-121.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

kedekatan mereka dengan ilmu dan Tuhan.[5] Kepercayaan terhadap *barokah* inilah yang menjadi landasan normatif bagi legitimasi seorang figur, yang seringkali melampaui sekadar pengakuan sosial-politis formal.

Penyematan gelar keagamaan seperti "Gus" secara langsung berimplikasi pada perolehan otoritas sosial. Otoritas ini perlu dibedakan dari kekuasaan koersif, karena ia merupakan kekuasaan yang dilegitimasi, di mana individu secara sukarela mematuhinya. Kerangka teoretis dari sosiolog Max Weber dapat digunakan sebagai titik awal untuk membedah fenomena ini. Weber mengidentifikasi dua jenis otoritas non-rasional yang relevan di sini: otoritas tradisional dan otoritas karismatik.[6]

Otoritas tradisional, menurut Weber, bersandar pada kepercayaan terhadap kesucian tradisi dan status yang diwariskan. Dalam konteks pesantren di Indonesia, hal ini termanifestasi secara gamblang dalam penghormatan terhadap garis keturunan atau *nasab* seorang kiai, sebagaimana didokumentasikan oleh Dhofier. Seorang Gus menerima kehormatan awal karena ia adalah pewaris sah dari sebuah "dinasti" keilmuan. Namun, untuk mempertahankan dan memperluas pengaruhnya, ia tidak bisa hanya mengandalkan warisan tersebut. Di sinilah otoritas karismatik berperan, yang menurut Weber lahir dari kualitas personal luar biasa seorang pemimpin.

Dari perspektif Ushuluddin, "karisma" seorang figur ulama bukanlah sekadar daya tarik personal yang abstrak, melainkan lahir dari kualitas-kualitas yang terukur secara normatif dalam tradisi Islam. Kualitas utama tersebut adalah kedalaman ilmu (al-ʿilm), yang menjadikannya seorang *ʿālim* (orang yang berilmu). Selain itu, karisma juga dibangun di atas integritas moral dan keluhuran budi pekerti (*akhlāq al-karīmah*). Lebih dari sekadar pengajar, figur otoritatif ideal dalam Islam juga berperan sebagai *murabbī*, yakni seorang pendidik spiritual yang tidak hanya mentransfer pengetahuan, tetapi juga membimbing jiwa dan membentuk karakter muridnya.[7] Perpaduan antara legitimasi yang diwariskan (otoritas tradisional berbasis *nasab*) dengan kualitas personal yang terlegitimasi secara syar'i (otoritas karismatik berbasis ilmu dan *akhlāq*) inilah yang pada akhirnya menciptakan figur dengan otoritas sosial yang kokoh di tengah masyarakat Muslim.

Eksistensi otoritas tradisional dan karismatik yang telah mapan kini menghadapi tantangan sekaligus peluang dalam sebuah arena baru yang bersifat disruptif: media sosial. Ruang-ruang sakral seperti masjid dan pesantren tidak lagi menjadi satu-satunya panggung bagi para figur agama untuk menyebarkan

[5] Ira M. Lapidus dan John L. Esposito, "The Oxford Encyclopaedia of the Modern Islamic World.," *Journal of the American Oriental Society* 117, no. 2 (April 1997): 390.

[6] Christopher Adair-toteff, *Max Weber's Sociology of Religion*, 1st ed. (Tubingen, Germany: Mohr Siebeek, 2016), 215.

[7] Al-Zarnuji, Taʿlīm Al-Mutaʿallim Ṭarīq Al-Taʿallum (Beirut: al-Maktab al-Islami, 1981), 21-25.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

pengaruhnya. Kemunculan sfera publik digital (*digital public sphere*) telah mendemokratisasi dan mendesentralisasi arus informasi keagamaan, menciptakan apa yang disebut sebagai fenomena "agama digital" (*digital religion*). Dalam ekosistem ini, otoritas tidak lagi sepenuhnya dikontrol oleh institusi tradisional, melainkan dinegosiasikan dalam sebuah "ekonomi perhatian" (*attention economy*), di mana individu-individu memiliki kekuatan lebih besar untuk memilih, menafsirkan, bahkan menantang narasi keagamaan yang ada. Fenomena ini mengubah cara komunitas beragama terbentuk dan bagaimana otoritas keagamaan dikonstruksi, yang kini melampaui batas-batas geografis dan kelembagaan formal.[8]

Secara lebih spesifik, platform seperti TikTok memperkenalkan logika dan dinamika yang secara fundamental berbeda dengan medium dakwah konvensional. Dengan format konten video berdurasi sangat pendek, budaya viralitas yang digerakkan oleh tren, serta kurasi konten yang dikendalikan oleh algoritma, TikTok menuntut para figur agama untuk mengadaptasi strategi komunikasinya secara radikal. Kompleksitas ajaran agama seringkali harus disederhanakan dan dikemas dalam format yang menghibur agar sesuai dengan "bahasa" platform. Konsekuensinya, metrik tradisional sebuah otoritas, seperti kedalaman ilmu atau legitimasi nasab, kini bersaing dengan metrik keterlibatan digital (*digital engagement metrics*) seperti jumlah pengikut, *likes*, dan kemampuan untuk viral. Hal ini melahirkan fenomena "dai-influencer", di mana otoritas sosialnya tidak hanya diukur dari kredensial keagamaannya, tetapi juga dari popularitas dan kemampuannya dalam menguasai logika media baru ini.[9]

Gus Miftah, atau Miftah Maulana Habiburrahman, merupakan sosok pendakwah yang menarik perhatian di era digital ini. Dengan latar belakang pesantren dan gelar "Gus" yang menunjukkan legitimasi tradisional, ia mampu menjangkau berbagai kalangan melalui pendekatan dakwah yang unik dan inklusif. Salah satu contohnya adalah ketika ia berdakwah di lingkungan yang tidak biasa, seperti klub malam, yang kemudian viral di media sosial. Hal ini menunjukkan kemampuannya dalam menyampaikan pesan keagamaan dengan cara yang berbeda dan menarik perhatian generasi muda. Dalam menghadapi kritik dan kontroversi, Gus Miftah juga menunjukkan strategi komunikasi krisis yang efektif, seperti yang terlihat dalam kasus pernyataannya yang dianggap menghina seorang penjual es teh di Instagram. Ia merespons dengan permintaan

[8] Heidi A. Campbell, "Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society," *Journal of the American Academy of Religion* 80, no. 1 (2012): 64–93.

[9] Salma Humaira Supratman, Rodliyah Khuza'I, dan Hendi Suhendi, "Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Tiktok dalam Meningkatkan Nilai-Nilai Keberagamaan," *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, July 6, 2022, 10–14 .

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

maaf terbuka dan klarifikasi, yang menunjukkan kemampuannya dalam mengelola reputasi di era digital. [10]

Fenomena Gus Miftah mencerminkan pergeseran peran ulama di era digital, di mana media sosial menjadi alat utama dalam menyampaikan dakwah. Dengan memanfaatkan platform seperti TikTok dan Instagram, ia mampu menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda. Hal ini menunjukkan bahwa otoritas keagamaan tidak hanya ditentukan oleh latar belakang tradisional, tetapi juga oleh kemampuan dalam beradaptasi dengan teknologi dan budaya populer. Namun, pendekatan ini juga menghadirkan tantangan, seperti risiko penyebaran informasi yang tidak akurat dan komersialisasi agama. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk memiliki literasi digital keagamaan agar dapat memahami dan mengevaluasi informasi yang diterima melalui media sosial. [11]

Heidi Campbell dalam penelitiannya mengidentifikasi bahwa otoritas keagamaan di era digital dapat dikategorikan menjadi tiga bentuk: *earned* (diperoleh melalui pengalaman dan keahlian), *constructed* (dibangun melalui interaksi sosial), dan *founded* (berdasarkan pada struktur tradisional).[12] Ketiga bentuk ini menunjukkan bahwa otoritas di media digital tidak selalu sejalan dengan otoritas tradisional, melainkan dapat berdiri sendiri atau bahkan menantangnya. Platform seperti TikTok memungkinkan individu dengan gelar keagamaan tradisional, seperti "Gus", untuk menyampaikan dakwah secara luas dan interaktif. Namun, hal ini menimbulkan pertanyaan: apakah otoritas yang dibangun melalui media digital memiliki legitimasi yang setara dengan otoritas tradisional yang diperoleh melalui jalur pendidikan dan pengakuan institusional?

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini berupaya menjawab permasalahan mendasar mengenai bagaimana otoritas keagamaan tradisional berinteraksi dengan dinamika media digital kontemporer. Fokus utama penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana otoritas tradisional yang melekat pada gelar 'Gus' direpresentasikan dan dinegosiasikan ulang oleh Miftah Maulana Habiburrahman (Gus Miftah) melalui strategi kontennya di platform media sosial TikTok. Lebih dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara kritis dampak dari fenomena tersebut terhadap pergeseran makna otoritas keagamaan. Secara spesifik, penelitian ini akan menganalisis bagaimana model 'otoritas hibrida' yang ditampilkan Gus Miftah di media sosial berdialog, bernegosiasi, atau bahkan bertentangan dengan konsep-konsep normatif

[10] Ahmad Hafiizh dan Kudrawi M Rafli, "Strategi Komunikasi Krisis Studi Kasus Gus Miftah dalam Menanggapi Isu Hinaan terhadap Tukang Es Teh di Instagram" 2, no. 3 (2025): 45–56.

[11] Darisy Syafaah, Ahmad Barizi, dan Umi Sumbulah, "From Pulpit to Screen : The Evolution of Islamic Scholars ' Roles in the Digital Age" 19, no. 1 (2024): 11–25.

[12] Monika Andok, "The Impact of Online Media on Religious Authority," *MDPI* 32, no. 5 (2024): 249–64.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

mengenai figur ulama sebagai *'ālim* (ahli ilmu) dan *murabbī* (pendidik jiwa) yang telah mapan dalam tradisi keilmuan Ushuluddin.

Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi lapangan (*field research*) yang berfokus pada studi kritis terhadap fenomena dakwah digital Gus Miftah. Pendekatan ini bersifat deskriptif-analitis, yang menekankan pada pemahaman makna, proses, dan perspektif subjek dalam situasi alamiahnya. Data yang digunakan seluruhnya bersifat kualitatif, mencakup data verbal, visual, dan tekstual yang bersumber dari data primer dan sekunder. Sumber data primer adalah konten digital dari akun TikTok resmi Gus Miftah beserta interaksi audiens di dalamnya, sementara sumber data sekunder meliputi artikel berita, video wawancara di platform lain, serta jurnal akademis yang relevan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga cara utama: observasi digital (etnografi digital) terhadap aktivitas di akun TikTok Gus Miftah, wawancara mendalam dengan informan kunci seperti pengikut dan ahli, serta dokumentasi berupa arsip digital dan bahan pustaka. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara sistematis melalui tiga tahapan: reduksi data untuk memilih dan memfokuskan data yang relevan; penyajian data dalam bentuk narasi deskriptif untuk melihat pola; serta penarikan kesimpulan dan verifikasi untuk menafsirkan temuan dalam kerangka teori yang ada dan menjamin validitasnya.

Hasil dan Pembahasan

Representasi dan Negosiasi Ulang Otoritas Tradisional 'Gus' di Tiktok

Salah satu strategi paling fundamental yang teramati dalam konten TikTok Gus Miftah adalah penggunaan gelar "Gus" sebagai fondasi untuk membangun kredibilitas awal. Gelar ini tidak hanya berfungsi sebagai nama panggilan, tetapi secara aktif digunakan sebagai modal simbolik untuk melegitimasi pesan-pesannya, terutama ketika membahas topik yang berpotensi menimbulkan kontroversi. Pemanfaatan ini terlihat jelas dalam berbagai video, di mana ia secara sadar atau tidak sadar mengingatkan audiens akan latar belakang dan garis keturunannya.

Sebagai contoh, Akun Tiktok dengan *username* @yasiebestcorp58 menampilkan potongan klip bahwa secara jelas Gus Miftah menyatakan bahwa dirinya merupakan keturunan dari Kiai Ageng Muhammad Besari. Perlu di ketahui bahwa Kiai Ageng Muhammad Besari adalah seorang kiai, atau ulama yang mendirikan salah satu pesantren tertua dan terkenal di Nusantara yaitu Pesantren Tegal Sari atau nama lainnya adalah Pesantren Gebang Tinatar sekitar tahun 1742 M. Pada potongan klip tersebut Gus Miftah menyatakan, *"Saya Alhamdulillah walaupun saya bukan Habaib, tapi saya bisa menghapal mbah*

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

saya sampai urutan delapan belas. Miftah Maulana Habiburrahman, punya bapak Namanya Kyai Muhammad Murodi…".

Gambar 1. Video Penjelasan Gus Miftah keturunan Kyai Ageng Muhammad Besari
Sumber: https://vt.tiktok.com/ZSkQb4frn/[13]

Pernyataan ini merupakan bukti nyata bagaimana otoritas tradisional dinegosiasikan di ruang digital. Dengan secara sengaja mengumumkan silsilahnya yang terhubung dengan figur kiai bersejarah, Gus Miftah sedang mengaktifkan kerangka penghormatan yang sudah ada dalam lanskap sosio-kultural Muslim Indonesia. Tindakan ini selaras dengan analisis Zamakhsyari Dhofier, di mana seorang Gus secara *a priori* mendapatkan pengakuan karena dipercaya mewarisi karisma, keilmuan, serta *barokah* dari leluhurnya. Kemampuannya untuk "menghapal mbah sampai urutan delapan belas" berfungsi sebagai performa otentisitas yang memperkuat statusnya sebagai pewaris sah dari "dinasti" kiai yang tradisinya telah mengakar dan disakralkan. Secara sosiologis, ini adalah manifestasi dari otoritas tradisional menurut Max Weber yang didasarkan pada status yang diwariskan. Dengan demikian, Gus Miftah menggunakan silsilahnya sebagai "kapital simbolik", sebuah modal kehormatan yang mendahului pembuktian kapabilitas individunya, yang membuat pesan-pesannya memiliki bobot legitimasi yang lebih kuat di mata audiens.

Namun, jika dianalisis lebih dalam dari perspektif Ushuluddin, strategi ini memunculkan sejumlah pertanyaan kritis. Di satu sisi, penegasan *nasab* (garis keturunan) di ruang publik digital dapat dilihat sebagai cara strategis untuk meraih kepercayaan audiens modern. Di sisi lain, hal ini berisiko menimbulkan perdebatan etis. Pameran silsilah secara terbuka dapat berbenturan dengan prinsip

[13] يسيرة (@yasiebestcorp58), "Gus Miftah Menjelaskan Silsilah Keturunannya," TikTok, 2024, https://vt.tiktok.com/ZSkQVVrKY/.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

tawadhu' (kerendahan hati), sebuah akhlak mulia yang sangat ditekankan dalam tradisi Islam, di mana seorang berilmu justru dianjurkan untuk menyembunyikan kelebihannya kecuali terdapat kebutuhan mendesak. Lebih jauh, penekanan berlebih pada otoritas berbasis keturunan berpotensi mendistorsi prinsip fundamental dalam teologi Islam yang menegaskan bahwa kemuliaan seseorang di sisi Tuhan tidak diukur dari garis keturunannya, melainkan dari tingkat ketakwaannya (*taqwa*).[14] Dengan demikian, fenomena ini menyoroti sebuah ketegangan: antara kebutuhan pragmatis untuk membangun merek personal di era digital dan tuntutan normatif untuk menjaga etika keulamaan serta memurnikan niat dalam berdakwah.

Selain mengandalkan legitimasi tradisional, Gus Miftah secara aktif menegosiasikan otoritasnya dengan mengadaptasi strategi komunikasi dakwahnya secara radikal agar sesuai dengan logika dan "bahasa" platform TikTok. Analisis menunjukkan bahwa ia secara sadar kerap kali meninggalkan format ceramah konvensional dan mengemas pesannya dalam konten yang menghibur, singkat, dan berpotensi viral untuk dapat bersaing dalam "ekonomi perhatian" media sosial.

Sebagai contoh konkret, pada akun TikTok Gus Miftah, ia mengunggah video berdurasi 19 detik dengan judul "Sekop sekop sekopi", Gus Miftah tidak menyampaikan ceramah seperti biasanya. Sebaliknya, beliau bergaya memegang secangkir kopi dan berakting seolah-olah adalah seorang motivator ulung. Sambil tersenyum, ia mengangkat cangkir kopi dan berkata, "*Utamakan ngopi bukan janji, karena manisnya kopi bisa kamu nikmati, sementara manisnya janji akan membuat kamu sakit hati*". Video tersebut diakhiri dengan potongan lagu "Ngopi Maszeh" dari Happy Asmara, yang sedang populer, sembari ia menyeruput kopi dari cangkir yang dipegangnya.

[14] Ibnu Katsir, "Tafsir Al-Qur'an Al-Adzim Jilid 1," 2005.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Gambar 2. Video Gus Miftah memberikan motivasi dengan secangkir kopi
Sumber: https://vt.tiktok.com/ZSkQWw8kt/[15]

Konten ini merupakan bukti nyata dari strategi adaptasi radikal. Pesan yang disampaikan sama sekali tidak bernuansa keagamaan secara eksplisit, melainkan sebuah kutipan tentang kehidupan yang relevan dengan budaya populer anak muda. Penggunaan lagu yang sedang tren dan format video "motivator" adalah respons langsung terhadap tuntutan algoritma dan budaya TikTok yang mengutamakan viralitas dan hiburan. Dengan melakukan ini, Gus Miftah menunjukkan pemahamannya bahwa metrik tradisional otoritas seperti kedalaman ilmu kini harus bersaing dengan metrik keterlibatan digital. Adaptasi konten ini menjadi arena negosiasi di mana otoritas tradisionalnya diperbarui dan diperkuat dengan daya tarik personal yang relevan dengan budaya digital kontemporer.

Meskipun strategi ini efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas, ia mengundang analisis kritis dari perspektif etika dan filsafat dakwah dalam Islam. Proses simplifikasi radikal, di mana kompleksitas ajaran agama direduksi menjadi slogan-slogan hiburan demi viralitas, berisiko menyebabkan pendangkalan makna (*tadḥīl al-maʿnā*). Ketika substansi dakwah yang seharusnya bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan ketakwaan audiens digantikan oleh konten yang semata-mata menghibur, muncul pertanyaan mendasar: apakah aktivitas ini masih memenuhi esensi dakwah sebagai proses penyampaian risalah ilahiah? Fenomena ini secara langsung menantang peran tradisional seorang *'ālim* yang otoritasnya dibangun di atas kedalaman dan transmisi ilmu yang otentik. Jika validasi seorang pendakwah lebih ditentukan

[15] Gus Miftah (@gusmiftah99), "Motivasi Secangkir Kopi Dari Gus Miftah," TikTok, 2024, https://vt.tiktok.com/ZSkQWw8kt/.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

oleh kemampuannya memproduksi konten populer daripada kedalaman ilmunya, hal ini dapat menggeser lokus otoritas dari substansi ke popularitas, yang pada akhirnya dapat mengikis integritas pesan keagamaan itu sendiri.

Di luar otoritas tradisional yang diwariskan, Gus Miftah secara aktif membangun dan memperkuat otoritas karismatiknya di ruang digital TikTok. Otoritas ini tidak melekat secara pasif, melainkan merupakan hasil dari performa dan kualitas personal yang ditampilkan secara konsisten, terutama melalui gaya komunikasi dan interaksinya yang unik dengan audiens. Ia secara efektif memancarkan kualitas personal yang menjadi sumber otoritas karismatiknya dengan membangun citra diri yang menarik dan mudah diakses.

Sebagai contoh, pada sebuah video yang di unggah oleh akun Tiktok Gus Miftah yang berdurasi 1 menit 9 detik, ditampilkan interaksi antara Gus Miftah dengan seorang anak muda. Dalam video tersebut, Gus Miftah yang hanya mengenakan celana training dan kaos oblong berdiri santai di samping anak muda yang memujinya dengan berkata, "*Ustadz yang di sebelahku punya cara berbeda untuk mengajak banyak orang menjadi lebih baik*". Dengan kedua tangan dimasukkan ke saku celana, Gus Miftah menanggapi pujian tersebut dengan berkata, "*Nggak usah panggil ustadz deh, senyamannya. Nanti kalo ada orang ketemu kita, manggil ustadz tuh ada jarak. Tidak ada jarak di antara kita*". Pernyataan ini ditutup dengan senyum tipis, yang disambut oleh ujaran apresiatif dari anak muda di sampingnya, "*Inilah, Gus Miftah*".

Gambar 3. Video interaksi Gus Miftah dengan seorang anak muda
Sumber: https://vt.tiktok.com/ZSkQcx7qo/[16]

Interaksi ini adalah arena utama konstruksi otoritas karismatiknya. Menurut kerangka Weber, otoritas karismatik lahir dari "kualitas personal yang

[16] Gus Miftah (@gusmiftah99), "Interaksi Gus Miftah Dengan Anak Muda," TikTok, 2022, https://vt.tiktok.com/ZSkQcx7qo/.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

luar biasa" dan "kesetiaan emosional" pengikut. Tindakan Gus Miftah yang secara sadar menolak panggilan formal "ustadz" untuk menghilangkan "jarak" adalah sebuah performa untuk membangun kedekatan dan ikatan emosional. Ia tidak memposisikan dirinya sebagai figur suci yang tak tersentuh, melainkan sebagai sosok yang membumi, egaliter, dan mudah diakses, yang diperkuat oleh penampilannya yang sangat kasual. Ini adalah perwujudan dari "daya tarik personal (karismatik)" yang dipadukan dengan "legitimasi yang diwariskan (tradisional)", yang pada akhirnya menciptakan sebuah figur dengan otoritas sosial yang sangat kokoh. Dengan demikian, karismanya bukanlah sesuatu yang statis, melainkan sesuatu yang terus-menerus diproduksi dan dinegosiasikan melalui setiap interaksi digital untuk memperluas pengaruhnya di era modern.

Namun, pendekatan yang tampak populis ini memicu sebuah dilema jika dibenturkan dengan etika keilmuan (*adab al-ʿilm*) dalam tradisi Ushuluddin dan pesantren. Di satu sisi, sikap ini dapat dimaknai sebagai wujud *tawadhu'* (kerendahan hati). Di sisi lain, tindakan "menghilangkan jarak" secara total berpotensi mengikis *haibah*, yaitu wibawa atau aura kehormatan seorang guru yang justru dianggap penting dalam proses transmisi ilmu yang berkah. Dalam literatur pendidikan Islam klasik, seperti kitab *Ta'līm al-Muta'allim* karya Imam al-Zarnuji yang menjadi rujukan utama di pesantren, ditekankan bahwa salah satu syarat utama bagi seorang murid untuk memperoleh ilmu yang bermanfaat adalah dengan memuliakan gurunya (*ta'ẓīm al-ustādz*) dan menjaga adab.[17] Penghormatan ini bukanlah untuk menciptakan feodalisme, melainkan sebagai medium untuk membuka pintu keberkahan ilmu. Dengan demikian, muncul pertanyaan kritis: apakah strategi membangun kedekatan digital dengan meniadakan formalitas ini secara tidak sadar turut mendegradasi fondasi etis relasi guru-murid yang telah mapan, yang pada akhirnya dapat mengurangi keberkahan dan substansi dari pengetahuan yang disampaikan?

Strategi terakhir dalam merepresentasikan dan menegosiasikan otoritas adalah melalui pemanfaatan tindakan-tindakan dakwah kontroversial yang kemudian direproduksi di TikTok untuk meneguhkan citra dan memperluas pengaruh. Gus Miftah secara sadar menggunakan momen-momen dakwahnya di ruang-ruang non-konvensional sebagai konten yang menegaskan posisinya sebagai figur pendakwah yang inklusif, berani, dan mampu melintasi batas-batas sosial yang kaku.

Sebagai contoh, dalam sebuah unggahan video di akun TikTok-nya, ia mendokumentasikan kehadirannya di acara ulang tahun sebuah klub di Bali, yaitu Boshe Club Bali. Di dalam video tersebut, Gus Miftah terlihat duduk di atas panggung yang biasanya disediakan untuk penampil DJ dan penyanyi, lalu menyampaikan dakwah dan nasihat khasnya, seperti kutipan, "*Memaafkan itu tidak pernah bisa menghapus masa lalu, tapi pasti akan memperindah masa*

[17] Al-Zarnuji, *Taʻlīm Al-Mutaʻallim Ṭarīq Al-Taʻallum*.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

depan". Lebih dari itu, ia juga mengadakan kuis seputar biografi Nabi Muhammad SAW dengan hadiah berupa perjalanan Umroh. Yang menarik, pemenang dari kuis tersebut adalah seorang pemuda yang bekerja di klub dan seorang *Lady Companion* (LC) dari klub tersebut.

Gambar 4. Video Gus Miftah berdakwah di Club Malam
Sumber: https://vt.tiktok.com/ZSkQTgqNC/[18]

Analisis terhadap strategi ini menunjukkan bahwa tindakan kontroversial tersebut adalah sebuah performa yang diperhitungkan dengan matang. Dengan menduduki panggung DJ, ia secara simbolis mentransformasi ruang hiburan menjadi ruang dakwah. Pemberian hadiah Umroh kepada pekerja klub malam merupakan sebuah pernyataan radikal yang menantang pandangan umum dan menunjukkan keberpihakan pada kelompok yang sering termarjinalkan. Tindakan ini secara efektif mengonversi gelar "Gus", yang identik dengan konservatisme pesantren, menjadi alat legitimasi untuk aktivitas-aktivitas strategis dalam menjangkau kelompok pinggiran. Dengan demikian, kontroversi tidak dilihat sebagai ancaman, melainkan sebagai instrumen untuk memperkokoh otoritas karismatiknya, menegaskan citra dirinya yang unik, dan membuktikan bahwa pengaruhnya mampu beroperasi secara efektif jauh di luar tembok pesantren.

Tindakan dakwah di ruang-ruang kontroversial seperti ini, meskipun efektif secara publisitas, menuntut sebuah analisis yang mendalam dari perspektif *Fiqh al-Da'wah* (yurisprudensi dakwah). Dalam kerangka ini, setiap metode dakwah harus ditimbang berdasarkan prinsip fundamental *Ushul al-Fiqh*, yaitu menimbang antara *maslahah* (kemanfaatan publik) dan *mafsadah* (kerusakan atau mudarat). *Maslahah* yang dituju oleh Gus Miftah jelas, yaitu menjangkau

[18] Gus Miftah (@gusmiftah99), "Gus Miftah Berdakwah Di Boshe Club Bali," TikTok, 2024, https://vt.tiktok.com/ZSkQTgqNC/.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

kelompok-kelompok yang termarjinalkan dari sentuhan dakwah institusional. Namun, di sisi lain, para kritikus akan menunjuk pada *mafsadah* yang mungkin timbul, seperti risiko normalisasi atau legitimasi tersirat terhadap lingkungan yang identik dengan kemaksiatan, yang dapat menimbulkan kebingungan (*syubhat*) di kalangan masyarakat awam mengenai batasan-batasan syariat.[19] Oleh karena itu, tindakan ini dapat dipandang sebagai sebuah bentuk *ijtihad* (penalaran hukum) dalam berdakwah di era kontemporer. Namun, ia tetap menjadi sebuah *ijtihad* yang kontroversial, karena menavigasi wilayah abu-abu antara niat baik untuk merangkul dan risiko mengaburkan prinsip-prinsip yang telah mapan (*al-thawābit*) dalam ajaran Islam.

Dampak terhadap Pergeseran Makna Otoritas Keagamaan

Dampak pertama dan paling signifikan dari fenomena Gus Miftah di TikTok adalah lahirnya sebuah model otoritas keagamaan yang bersifat hibrida. Otoritasnya tidak lagi murni tradisional atau karismatik, melainkan sebuah perpaduan kompleks yang dapat dianalisis melalui kerangka Heidi Campbell: ia bersifat *founded* (berdasarkan status "Gus"), *constructed* (dibangun lewat interaksi digital), dan *earned* (diperoleh melalui tindakan dakwahnya yang berani). Namun, dari perspektif epistemologi Islam, model hibrida ini memicu pertanyaan krusial mengenai legitimasi. Dalam tradisi keilmuan Islam, otoritas seorang *'ālim* divalidasi melalui mekanisme yang ketat seperti *isnād* (rantai transmisi ilmu yang bersambung hingga ke sumbernya) dan *ijāzah* (lisensi mengajar yang diberikan oleh seorang guru yang kompeten).[20] Sistem ini menjamin otentisitas dan kedalaman ilmu. Sebaliknya, otoritas yang "diperoleh" dan "dibangun" di media sosial divalidasi oleh metrik digital seperti jumlah pengikut, *likes*, dan viralitas. Ini menciptakan sebuah persimpangan kritis di mana legitimasi yang berbasis popularitas digital berhadapan langsung dengan legitimasi yang berbasis sanad keilmuan.

Lahirnya otoritas hibrida ini secara langsung mengakibatkan pergeseran lokus atau pusat otoritas dari institusi (seperti pesantren) menuju individu yang memiliki popularitas personal di ruang digital, melahirkan fenomena "dai-influencer". Validasi otoritas seorang dai-influencer tidak lagi hanya berasal dari pengakuan lembaga keagamaan, melainkan dari dukungan massa digital yang loyal. Pergeseran ini memberikan otonomi yang lebih besar, namun sekaligus mengaburkan batas antara seorang *'ālim* yang otoritasnya terikat pada disiplin ilmu dan metodologi, dengan seorang *influencer* yang otoritasnya cair dan terikat

[19] Al-Qaradawi Yusuf, "Fiqh Al-Awlawiyyāt: Dirāsah Jadīdah Fī Ḍawʾ Al-Qurʾān Wa Al-Sunnah" (Kairo: Maktabah Wahbah, 1995), 29–35.

[20] Jonathan A.C. Brown, *Hadith: Muhammad's Legacy in the Medieval and Modern World*, *Oxford Bibliographies Online Datasets*, 2nd Editio, 2017, https://doi.org/10.1093/obo/9780195390155-0030.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

pada dinamika pasar perhatian. Krisis muncul ketika audiens tidak lagi mampu membedakan antara kedalaman ilmu dan popularitas citra, menganggap keduanya sebagai sumber otoritas yang setara.

Pergeseran menuju model otoritas personal-populer ini membawa dua risiko teologis yang signifikan. Pertama, komersialisasi agama yang berpotensi mengikis *ikhlas* (ketulusan), sebuah pilar dalam etika Islam. Tekanan untuk terus-menerus memproduksi konten viral demi mempertahankan popularitas dan keuntungan dapat menjebak seorang dai dalam perangkap *riyāʾ* (beramal demi dilihat orang), yang secara spiritual merupakan antitesis dari *ikhlas*.[21] Kedua, terjadi risiko pendangkalan makna atau "infotainment-isasi" agama. Tuntutan platform untuk konten yang singkat dan menghibur seringkali mengorbankan kedalaman dan kompleksitas ajaran. Hal ini bertentangan dengan perintah Al-Qur'an untuk melakukan *tafaqquh fiddin*, yaitu upaya untuk meraih pemahaman agama yang mendalam.[22] Akibatnya, audiens berisiko menjadi konsumen pasif konten hiburan bernuansa religi, bukan lagi penuntut ilmu yang aktif dan kritis.

Pada tingkat yang lebih luas, fenomena ini memang mendorong demokratisasi wacana keagamaan, mendobrak hierarki tradisional dan memberikan akses langsung kepada publik. Namun, demokratisasi tanpa filter keilmuan ini adalah pedang bermata dua. Ia berisiko menciptakan apa yang oleh sebagian cendekiawan disebut sebagai *fawḍā al-fatwā* atau anarki fatwa, di mana setiap individu dengan jumlah pengikut yang besar merasa memiliki otoritas untuk berbicara mengenai persoalan agama yang kompleks tanpa didasari kapasitas keilmuan yang memadai.[23] Oleh karena itu, kebutuhan akan "literasi digital keagamaan" yang diserukan di akhir artikel ini bukanlah sekadar kemampuan teknis, melainkan sebuah kebutuhan epistemologis yang mendesak: kemampuan audiens untuk secara kritis membedakan antara popularitas seorang influencer dan otoritas seorang *'ālim* yang sesungguhnya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, penelitian ini menyimpulkan bahwa Miftah Maulana Habiburrahman (Gus Miftah) secara aktif merepresentasikan sekaligus menegosiasikan ulang otoritas tradisionalnya di platform TikTok melalui serangkaian strategi yang kompleks. Strategi tersebut meliputi: pertama, pemanfaatan silsilah sebagai fondasi otoritas yang secara bersamaan meneguhkan tradisi namun memunculkan pertanyaan etis terkait prinsip *tawadhu'* di ruang digital; kedua, adaptasi konten dakwah ke dalam format

[21] Al-Ghazali, "Iḥyāʾ ʿUlūm Al-Dīn."

[22] Katsir, "Tafsir Al-Qur'an Al-Adzim Jilid 1."

[23] Ahmad Mukhlishin, Aan Suhendri, and Muhammad Dimyati, "Metode Penetapan Hukum Dalam Berfatwa," *Al-Istinbath : Jurnal Hukum Islam* 3, no. 2 (December 29, 2018): 167, https://doi.org/10.29240/jhi.v3i2.444.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

hiburan yang efektif secara jangkauan namun berisiko mendangkalkan substansi ajaran; ketiga, pembangunan otoritas karismatik melalui interaksi egaliter yang di satu sisi mendekatkan diri dengan audiens namun di sisi lain berpotensi mengikis *haibah* (wibawa) keulamaan; serta keempat, penggunaan dakwah kontroversial yang memicu dilema yurisprudensi antara *maslahah* (kemanfaatan) dan *mafsadah* (kerusakan).

Dampak dari fenomena ini adalah terjadinya pergeseran makna otoritas keagamaan di era digital yang termanifestasi dalam dua hal utama. Pertama, lahirnya sebuah model otoritas hibrida yang memicu krisis legitimasi ketika dihadapkan pada mekanisme validasi ilmu dalam tradisi Islam seperti *isnād* dan *ijāzah*. Otoritas yang divalidasi oleh metrik popularitas digital kini bersaing langsung dengan otoritas yang berbasis sanad keilmuan. Kedua, terjadinya pergeseran lokus otoritas dari institusi ke individu yang melahirkan fenomena "dai-influencer". Fenomena ini secara fundamental menantang peran dan kriteria seorang *'ālim* (ahli ilmu) dan *murabbī* (pendidik jiwa), di mana citra personal seringkali lebih menonjol daripada kedalaman intelektual.

Meskipun fenomena ini mendorong demokratisasi wacana keagamaan, ia juga membawa risiko teologis yang serius: erosi *ikhlas* akibat tekanan komersialisasi, pendangkalan pemahaman agama (*tafaqquh fiddin*) akibat infotainment-isasi, serta potensi anarki religius (*fawḍā dīniyyah*) akibat runtuhnya sistem penyaringan keulamaan. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi studi Ushuluddin kontemporer dengan menunjukkan bagaimana platform media sosial tidak hanya mengubah medium dakwah, tetapi secara fundamental menegosiasikan ulang konsep-konsep inti seperti legitimasi otoritas, etika keilmuan (*adab*), dan kriteria seorang ulama di era digital. Pada akhirnya, fenomena Gus Miftah di TikTok menjadi cerminan dari transformasi peran dan otoritas ulama, sekaligus menegaskan bahwa literasi digital keagamaan yang dibutuhkan saat ini bukanlah sekadar kemampuan teknis, melainkan kemampuan epistemologis untuk membedakan antara popularitas digital dan otoritas keilmuan yang otentik dan terverifikasi.

Daftar Pustaka

(@gusmiftah99), Gus Miftah. “Gus Miftah Berdakwah Di Boshe Club Bali.” TikTok, 2024. https://vt.tiktok.com/ZSkQTgqNC/.

(@gusmiftah99), Gus Miftah. “Interaksi Gus Miftah Dengan Anak Muda.” TikTok, 2022. https://vt.tiktok.com/ZSkQcx7qo/.

(@gusmiftah99), Gus Miftah. “Motivasi Secangkir Kopi Dari Gus Miftah.” TikTok, 2024. https://vt.tiktok.com/ZSkQWw8kt/.

(@yasiebestcorp58), يسيرة. “Gus Miftah Menjelaskan Silsilah Keturunannya.” TikTok, 2024. https://vt.tiktok.com/ZSkQVVrKY/.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Adair-toteff, Christopher. *Max Weber's Sociology of Religion*. 1st ed. Tubingen, Germany: Mohr Siebeek, 2016.

Al-Ghazali, Abu Hamid. "Iḥyāʾ ʿUlūm Al-Dīn." dalam *Kitab Al-'Ilm*, 50–58. Beirut: Dar al-Ma'rifah, n.d.

Al-Tirmidzi, Abu 'Isa Muhammad ibn 'Isa. "Sunan Al-Tirmidzi dalam *Kitab Al-'Ilm, Bab Mā Jā'a Fī Faḍl Al-Fiqh 'alā Al-'Ibādah*, edited by Dkk Ahmad Muhammad Syakir, 48. Mesir: Maktabah Musthafa al-Babi al-Halabi, 1975.

Al-Zarnuji. *Ta'līm Al-Muta'allim Ṭarīq Al-Ta'allum*. Beirut: al-Maktab al-Islami, 1981.

Andok, Monika. "The Impact of Online Media on Religious Authority." *MDPI* 32, no. 5 (2024): 249–64. https://doi.org/10.17951/sil.2023.32.5.249-264.

Bourdieu, Pierre. *The Logic of Practice*. Stanford: Stanford University Press, 1990. https://doi.org/10.1515/9781503621749.

Brown, Jonathan A.C. *Hadith: Muhammad's Legacy in the Medieval and Modern World*. *Oxford Bibliographies Online Datasets*. 2nd Edition., 2017. https://doi.org/10.1093/obo/9780195390155-0030.

Campbell, Heidi A. "Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society." *Journal of the American Academy of Religion* 80, no. 1 (2012): 64–93. https://doi.org/10.1093/jaarel/lfr074.

Dhofier, Zamakhsyari. *Tradisi Pesantren: Studi Tentang Pandangan Hidup Kiai*. 1st ed. Jakarta: LP3ES, 1982.

Hafiizh, Ahmad, dan Kudrawi M Rafli. "Strategi Komunikasi Krisis Studi Kasus Gus Miftah Dalam Menanggapi Isu Hinaan Terhadap Tukang Es Teh Di Instagram" 2, no. 3 (2025): 45–56.

Katsir, Ibnu. "Tafsir Al-Qur'an Al-Adzim Jilid 1," 2005.

Lapidus, Ira M., dan John L. Esposito. "The Oxford Encyclopaedia of the Modern Islamic World." *Journal of the American Oriental Society* 117, no. 2 (April 1997): 390. https://doi.org/10.2307/605524.

Mukhlishin, Ahmad, Aan Suhendri, dan Muhammad Dimyati. "Metode Penetapan Hukum Dalam Berfatwa." *Al-Istinbath : Jurnal Hukum Islam* 3, no. 2 (December 29, 2018): 167. https://doi.org/10.29240/jhi.v3i2.444.

Salma Humaira Supratman, Rodliyah Khuza'I, dan Hendi Suhendi. "Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Nilai-Nilai Keberagamaan." *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, July 6, 2022, 10–14. https://doi.org/10.29313/jrkpi.v2i1.748.

Syafaah, Darisy, Ahmad Barizi, dan Umi Sumbulah. "From Pulpit to Screen : The

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Evolution of Islamic Scholars ' Roles in the Digital Age" 19, no. 1 (2024): 11–25.

Yusuf, Al-Qaradawi. "Fiqh Al-Awlawiyyāt: Dirāsah Jadīdah Fī Ḍawʾ Al-Qurʾān Wa Al-Sunnah," 29–35. Kairo: Maktabah Wahbah, 1995.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.