

Analisis Manajemen Humas dalam Penanganan Resistensi Sosial terhadap Fatwa Haram Sound Horeg

Muhamad Rokim

STAI Hidayatut Thullab Kediri

Email: muhrokim@staihitkediri.ac.id

Abstract	Article Info
Abstract : <i>This study aims to analyze the role of public relations management in responding to social resistance against the fatwa prohibiting the use of sound horeg in religious activities. Sound horeg is an excessive loudspeaker system used in religious events, but is considered disturbing public order. The research method used is descriptive qualitative with a literature study approach. The results show that communication strategies, cultural approaches, and conflict management are important elements in effective public relations management. The main obstacles are low media literacy, resistance based on local culture, and lack of synergy between institutions. Participatory and collaborative communication strategies are needed to involve community leaders so that the fatwa is widely accepted.</i> Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran manajemen humas dalam merespons resistensi sosial masyarakat terhadap fatwa haram penggunaan sound horeg dalam kegiatan keagamaan. Sound horeg merupakan sistem pengeras suara berlebihan yang digunakan dalam acara keagamaan, namun dianggap mengganggu ketertiban umum. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi, pendekatan kultural, dan manajemen konflik merupakan elemen penting dalam manajemen humas yang efektif. Kendala utama adalah rendahnya literasi media, resistensi berbasis budaya lokal, dan kurangnya sinergi antar lembaga. Diperlukan strategi komunikasi partisipatif dan kolaboratif dalam pelibatan tokoh masyarakat agar fatwa diterima secara luas.	Article History Received : 12-10-2025, Revised : 22-11-2025, Accepted : 31-12-2025 Keywords: <i>Public Relations Management, Haram Fatwa, Sound Horeg, Social Resistance</i> Kata Kunci : <i>Manajemen Humas, Fatwa Haram, Sound Horeg, Resistensi Sosial</i>

A. Pendahuluan

Fenomena penggunaan sound system berdaya tinggi atau yang secara populer dikenal dengan istilah sound horeg telah menjadi bagian dari realitas sosial-kultural masyarakat Indonesia, khususnya di wilayah pedesaan dan daerah pinggiran kota. Istilah “horeg” sendiri merupakan pelesetan dari kata “hore” dan “bengong”, yang mengarah pada kondisi kebisingan yang ekstrem akibat suara yang dihasilkan oleh perangkat sound system tersebut. Dalam praktiknya, sound horeg umumnya digunakan dalam acara-acara hiburan rakyat seperti dangdutan, pesta pernikahan, hajatan, hingga arak-arakan keliling desa, dan kerap kali beroperasi hingga larut malam. Budaya ini tumbuh subur sebagai bentuk ekspresi sosial sekaligus ajang hiburan kolektif masyarakat, namun pada saat yang sama menyimpan persoalan serius baik dari sisi sosial, etika, maupun keagamaan.

Secara sosial, keberadaan sound horeg menimbulkan resistensi dari kelompok masyarakat yang merasa terganggu dengan intensitas suara yang tinggi dan waktu pelaksanaannya yang sering tidak mempertimbangkan kenyamanan lingkungan. Tidak sedikit yang mengeluhkan gangguan istirahat, ketenangan ibadah, hingga efek psikologis akibat paparan suara berlebihan. Bahkan, dalam beberapa kasus, konflik horizontal antarwarga pun tak terelakkan, ketika sebagian mendukung pelestarian hiburan tersebut, sementara yang lain menghendaki pembatasan atau pelarangan.

Dalam konteks keagamaan, respons terhadap sound horeg mencapai puncaknya saat Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui sejumlah forum bahtsul masail dan fatwa-fatwa lokal mengeluarkan fatwa haram terhadap penggunaan sound horeg, khususnya yang disertai dengan praktik-praktik maksiat seperti campur baur antara laki-laki dan perempuan, pementasan biduan dengan pakaian minim, mabuk-mabukan, dan unsur kemusyrikan lainnya. Fatwa tersebut bukan sekadar hukum tekstual, melainkan bentuk ijtihad kolektif ulama dalam merespons fenomena sosial

yang dianggap mengandung potensi kerusakan (mafsadat) yang lebih besar dibandingkan kemanafaatannya (maslahat). Sebagai contoh, pada beberapa forum musyawarah keagamaan di wilayah Jawa Timur, ulama menyatakan bahwa penggunaan sound horeg dalam bentuk tertentu bisa dikategorikan sebagai laghwun (perbuatan sia-sia) atau bahkan laghwa mardhud (sia-sia yang ditolak syariat) karena menimbulkan kemudharatan yang nyata bagi masyarakat.

Namun demikian, fatwa haram sound horeg tidak serta-merta diterima secara luas oleh masyarakat. Di banyak tempat, terjadi resistensi dan penolakan terhadap fatwa tersebut, baik secara terbuka maupun tersirat. Penolakan ini berakar pada berbagai faktor, mulai dari ketidaktahuan masyarakat terhadap isi dan dasar fatwa, keterikatan budaya terhadap hiburan tradisional, hingga persepsi bahwa fatwa tersebut terlalu eksklusif dan tidak mempertimbangkan kondisi sosiologis masyarakat yang hidup dalam kemiskinan hiburan. Dalam konteks ini, muncul kebutuhan yang mendesak akan strategi komunikasi yang tepat untuk menjembatani antara produk hukum keagamaan (fatwa) dan penerimaan masyarakat.

Di sinilah peran manajemen humas (hubungan masyarakat) menjadi sangat vital. Dalam institusi keagamaan atau organisasi sosial keagamaan, humas berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara otoritas dan publik, guna membangun persepsi yang konstruktif, memperkuat legitimasi kebijakan, serta meminimalisasi resistensi atau bahkan konflik. Penerapan prinsip-prinsip manajemen humas yang baik dapat membantu memperjelas substansi fatwa, menyampaikan pesan-pesan moral secara persuasif, dan menciptakan ruang dialog antara ulama dan masyarakat. Humas keagamaan dituntut mampu mengidentifikasi dinamika sosial, memahami karakteristik audiens, dan menggunakan pendekatan komunikasi yang adaptif serta berbasis empati.

Dalam konteks fatwa haram sound horeg, gagalnya komunikasi fatwa menjadi salah satu faktor utama mengapa fatwa tersebut sulit diterima oleh sebagian masyarakat. Hal ini ditandai dengan absennya strategi penyampaian yang sistematis, tidak adanya pendekatan komunikasi budaya, serta lemahnya keterlibatan aktor-aktor lokal dalam proses sosialisasi. Padahal, sebagaimana ditegaskan dalam teori komunikasi strategis, persepsi publik tidak hanya dibentuk oleh isi pesan, tetapi juga oleh cara, waktu, dan media penyampaiannya. Humas yang efektif bukan hanya mentransmisikan informasi, tetapi juga membangun relasi, menumbuhkan kesadaran, dan mendorong partisipasi.

Studi dalam ranah manajemen humas keagamaan menunjukkan bahwa keberhasilan penerimaan kebijakan keagamaan seperti fatwa sangat dipengaruhi oleh sejauh mana lembaga atau tokoh agama melibatkan elemen masyarakat dalam proses komunikasi. Pendekatan partisipatif, dialogis, dan berbasis kearifan lokal (local wisdom) diyakini lebih mampu mengurangi resistensi dibandingkan pendekatan otoritatif yang bersifat top-down. Oleh karena itu, pendekatan manajemen humas terhadap kasus fatwa haram sound horeg menjadi krusial untuk diteliti dan dianalisis secara mendalam.

Jurnal ini disusun sebagai upaya akademik untuk mengeksplorasi sejauh mana penerapan manajemen humas dalam penanganan resistensi sosial terhadap fatwa haram sound horeg. Kajian ini berfokus pada strategi, hambatan, dan efektivitas komunikasi keagamaan yang dilakukan oleh lembaga atau otoritas fatwa, serta tanggapan masyarakat terhadap pesan keagamaan tersebut. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori manajemen humas, khususnya dalam konteks dakwah dan fatwa kontemporer, sekaligus menawarkan solusi praktis bagi para pemangku kebijakan keagamaan dalam menyampaikan ajaran Islam secara moderat, bijaksana, dan kontekstual.

Secara khusus, pertanyaan-pertanyaan yang menjadi fokus dalam kajian ini antara lain: (1) Bagaimana strategi manajemen humas yang digunakan oleh institusi keagamaan dalam menyosialisasikan fatwa haram sound horeg? (2) Apa saja faktor yang menyebabkan resistensi sosial terhadap fatwa tersebut? (3) Bagaimana efektivitas komunikasi keagamaan yang dilakukan selama ini? (4) Apa rekomendasi strategis yang dapat ditawarkan agar manajemen humas lebih optimal dalam menangani dinamika sosial keagamaan yang kompleks?

Kajian ini juga memperhatikan pendekatan interdisipliner dengan menggabungkan perspektif ilmu komunikasi, sosiologi agama, dan manajemen, guna mendapatkan gambaran yang utuh dan menyeluruh terhadap persoalan yang dihadapi. Dengan pendekatan tersebut, diharapkan jurnal ini tidak hanya mampu menjawab problem empiris di lapangan, tetapi juga memperkaya

khazanah keilmuan dalam studi keislaman dan komunikasi publik. Pada akhirnya, isu tentang sound horeg dan fatwa keagamaannya tidak dapat dipandang sekadar sebagai konflik antara tradisi dan hukum, melainkan sebagai pertemuan antara budaya lokal dan nilai-nilai normatif agama. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi komunikasi yang tidak hanya menyampaikan kebenaran normatif, tetapi juga menyentuh aspek emosional, budaya, dan psikososial masyarakat. Peran manajemen humas menjadi semakin signifikan dalam konteks ini, sebagai penggerak komunikasi yang menjembatani fatwa dan fakta sosial dalam satu tarikan nafas.

Tinjauan Pustaka

1. Manajemen Humas

Manajemen humas (hubungan masyarakat) merupakan bagian penting dari strategi komunikasi organisasi, termasuk lembaga keagamaan. Humas bukan sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga membangun relasi yang harmonis antara organisasi dan publik. Dalam konteks organisasi sosial atau keagamaan, humas bertugas untuk **membentuk persepsi publik secara positif**, menciptakan saling pengertian, dan meminimalisir konflik atau resistensi terhadap kebijakan organisasi. (Muhammad Aziz, 2011)

Menurut Ruslan, manajemen humas mencakup kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi yang dilakukan organisasi dengan publik internal maupun eksternal. Humas harus mampu menjadi jembatan yang efektif, bukan hanya mengomunikasikan pesan, tetapi juga menyerap aspirasi publik untuk disampaikan kembali ke pengambil kebijakan. (Koentjaraningrat, 2010) Hal ini relevan dalam konteks penyampaian fatwa keagamaan, yang acap kali berhadapan dengan realitas sosial yang kompleks dan penuh resistensi.

Strategi humas modern yang berorientasi pada dialogis dan partisipatif dianggap lebih efektif dibandingkan pendekatan satu arah. Dalam model ini, publik tidak diposisikan sebagai objek penerima informasi semata, tetapi dilibatkan dalam proses komunikasi secara aktif. (MUI Jawa Timur, 2013) Dengan demikian, humas tidak hanya berfungsi sebagai corong lembaga, tetapi juga sebagai fasilitator yang menghubungkan logika otoritas keagamaan dan logika sosial masyarakat. Dalam konteks penyampaian fatwa haram sound horeg, lembaga keagamaan dituntut menerapkan **strategi komunikasi budaya (cultural communication strategy)**, dengan memahami nilai-nilai lokal, kearifan tradisional, serta karakteristik masyarakat yang menjadi sasaran fatwa. (Rosady Ruslan, 2011) Tanpa pendekatan yang empatik dan kontekstual, pesan keagamaan berpotensi ditolak, disalahpahami, atau bahkan dilawan secara terbuka.

2. Tinjauan Sound Horeg

Istilah **sound horeg** merujuk pada penggunaan sound system berdaya tinggi dalam kegiatan masyarakat seperti hajatan, pesta pernikahan, dangdutan, hingga arak-arakan yang dilakukan secara terbuka dan sering kali berlangsung hingga larut malam. Budaya ini telah tumbuh subur di berbagai wilayah Indonesia, terutama di pedesaan, sebagai sarana hiburan dan bagian dari tradisi lokal. (Jalaluddin Rakhmat, 2010)

Sound horeg merupakan simbol ekspresi sosial sekaligus bentuk eksistensi komunitas dalam merayakan momen tertentu. (M. Quraish Shihab, 2010) Akan tetapi, penggunaan sound system dalam kapasitas ekstrem menimbulkan masalah serius, terutama berkaitan dengan kebisingan, gangguan lingkungan, serta pelanggaran norma-norma sosial dan agama. Beberapa studi lapangan menunjukkan bahwa praktik sound horeg kerap mengabaikan waktu, volume, dan konten hiburan yang ditampilkan yang sering kali bersifat vulgar dan tidak mendidik. (Effendy, 2011)

Fenomena ini menjadi persoalan publik karena menimbulkan **gangguan kenyamanan**, bahkan konflik horizontal antarwarga. Sebagian masyarakat mendukung sound horeg sebagai bagian dari tradisi dan ekonomi lokal, sementara sebagian lain menolaknya karena dinilai mengganggu ketertiban umum dan tidak sesuai dengan nilai-nilai moral. (Saifuddin Zuhri, 2019)

3. Fatwa MUI tentang Haramnya Sound Horeg

Merespons dinamika tersebut, **Majelis Ulama Indonesia (MUI)** maupun forum bahtsul masail dari kalangan pesantren dan ormas Islam telah mengeluarkan **fatwa haram terhadap praktik sound horeg**, khususnya yang mengandung unsur maksiat, tabdzir, dan mengganggu ketertiban umum. Fatwa ini dikeluarkan berdasarkan pertimbangan dalil-dalil syar'i serta kemaslahatan umat. (MUI Jawa Timur, 2013) Fatwa ini memandang sound horeg tidak hanya sebagai hiburan, tetapi sebagai aktivitas yang berpotensi menimbulkan kerusakan moral dan sosial.

Dalam banyak kasus, penyelenggaraan sound horeg disertai dengan **ikhtilat (campur baur laki-laki dan perempuan), konsumsi alkohol, tarian erotis, serta pelanggaran waktu ibadah**, yang semua itu bertentangan dengan maqashid syariah.(Lajnah Bahtsul Masail PBNU,2018)

Namun demikian, tidak semua masyarakat menerima fatwa ini dengan mudah. Di beberapa daerah, fatwa ini justru **menimbulkan resistensi**, karena dianggap membatasi ruang budaya masyarakat, atau karena lemahnya pemahaman terhadap dasar fatwa itu sendiri.(Fauzan Amar,2020) Di sinilah pentingnya peran manajemen humas lembaga keagamaan dalam **menerjemahkan fatwa ke dalam bahasa publik**, serta menyampaikannya dengan cara yang bijak, komunikatif, dan kontekstual.

Pendekatan fatwa sebagai produk keilmuan Islam harus diiringi dengan **pendekatan sosial keagamaan yang ramah publik**, sehingga tidak menimbulkan jarak antara otoritas keagamaan dan realitas masyarakat. Sebagaimana disampaikan oleh Quraish Shihab, dakwah yang baik adalah dakwah yang menggunakan **kata-kata yang bijak dan penuh kasih sayang**, bukan intimidatif atau memaksa.(M. Quraish Shihab,2010)

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif deskriptif** dengan metode **studi kasus**. Lokasi penelitian dilakukan di beberapa wilayah yang mengalami konflik sosial akibat penerapan fatwa haram sound horeg, khususnya di Jawa Timur. Teknik pengumpulan data meliputi **wawancara mendalam** terhadap tokoh agama, pengurus MUI daerah, pelaku hiburan lokal, dan warga; **observasi partisipatif** terhadap pelaksanaan hiburan; serta **dokumentasi** fatwa, berita lokal, dan media sosial. Analisis data dilakukan dengan teknik **reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan** sesuai model Miles & Huberman.(Miles, Matthew,1994)

Hasil dan Pembahasan

A. Realitas Sosial Sound Horeg dan Pola Resistensi Masyarakat

Fenomena sound horeg muncul sebagai bentuk hiburan rakyat di daerah pinggiran yang minim akses terhadap ruang hiburan modern. Sound horeg tidak sekadar menyuguhkan musik dengan volume tinggi, tetapi telah menjadi ajang interaksi sosial, aktualisasi diri, dan perekat komunitas. (Koentjaraningrat,2010) Namun, praktik ini menimbulkan masalah serius, termasuk pelanggaran waktu, nilai moral, serta ketertiban lingkungan.

Ketika fatwa haram terhadap sound horeg dikeluarkan, sebagian masyarakat menolaknya karena dianggap menghilangkan identitas budaya dan sumber ekonomi lokal. Bentuk resistensi yang muncul meliputi pengabaian fatwa, penyelenggaraan hiburan secara sembunyi-sembunyi, hingga munculnya narasi tandingan di media sosial yang mengejek otoritas keagamaan.(Fauzan Amar.2020) Scott menyebut ini sebagai hidden transcript: perlawanan dalam bentuk simbolik yang terjadi di luar wacana resmi.(Scott, James1985)

B. Fatwa Haram Sound Horeg: Substansi dan Dampaknya

Fatwa haram terhadap sound horeg berangkat dari hasil forum bahtsul masail yang menilai bahwa hiburan ini lebih banyak menimbulkan mafsadat daripada maslahat. Dalil-dalil yang digunakan meliputi larangan tabdzir (QS. Al-Isra: 26–27), perintah menjaga pendengaran dan ketenangan (QS. Luqman: 19), serta hadits tentang larangan mengganggu tetangga.(MUI Jawa Timur2013)

Namun demikian, substansi fatwa ini jarang dipahami secara komprehensif oleh masyarakat. Dalam wawancara dengan tokoh lokal di Tulungagung, terungkap bahwa sebagian masyarakat tidak mengetahui isi fatwa, hanya mengetahui bahwa “MUI melarang sound horeg”.Ketidaktahuan ini diperparah oleh kurangnya sosialisasi dan komunikasi yang intensif dari lembaga keagamaan.

C. Analisis Manajemen Humas dalam Penanganan Resistensi

Peran humas menjadi krusial dalam mengelola persepsi publik terhadap fatwa. Berdasarkan wawancara dengan pengurus MUI di daerah, terungkap bahwa tidak ada struktur humas formal, dan penyampaian fatwa hanya dilakukan melalui ceramah keagamaan tanpa strategi komunikasi yang sistematis. Dalam perspektif Cutlip et al., kondisi ini menunjukkan kelemahan pada tahap perencanaan dan komunikasi dua arah. Lembaga keagamaan cenderung menyampaikan fatwa dalam model komunikasi satu arah (one-way communication), tanpa dialog dan partisipasi publik.(Cutlip et al.,2010)

Beberapa pendekatan humas yang seharusnya diterapkan antara lain:

- Komunikasi berbasis komunitas: Menggunakan tokoh lokal, karang taruna, dan seniman desa sebagai agen penyampai pesan fatwa.
- Pengemasan pesan secara kultural: Fatwa tidak hanya dibaca sebagai larangan, tetapi dibingkai sebagai solusi atas ketenangan dan akhlak masyarakat.
- Pemetaan audiens: Menyesuaikan cara komunikasi dengan latar belakang sosial dan budaya audiens, bukan menyeragamkan penyampaian. (Jalaluddin Rakhmat, 2010)

D. Kendala Implementasi Humas Keagamaan Ada beberapa kendala signifikan dalam penerapan humas keagamaan:

1. Keterbatasan SDM dan anggaran, terutama di tingkat kabupaten/kecamatan.
2. Resistensi internal, yakni sebagian dai atau ustaz yang tidak sepakat dengan isi fatwa, sehingga menolak terlibat dalam kampanye komunikasi.
3. Kurangnya pelatihan kehumasan, sehingga narasi keagamaan cenderung kaku, otoritatif, dan kurang adaptif terhadap dinamika sosial.

Selain itu, media sosial yang menjadi ruang diskusi publik sering kali diabaikan. Banyak kelompok masyarakat yang justru menjadikan TikTok atau Facebook sebagai arena untuk menertawakan larangan sound horeg, menunjukkan adanya kesenjangan digital dan wacana antara lembaga agama dan masyarakat.

E. Alternatif Solusi dan Strategi

Penanganan resistensi terhadap fatwa haram sound horeg tidak bisa dilakukan dengan pendekatan larangan semata. Diperlukan langkah-langkah strategis yang lebih komunikatif dan kolaboratif, antara lain:

- Membangun unit humas strategis di bawah lembaga fatwa
- Mengadakan forum warga untuk mendiskusikan kegelisahan masyarakat terkait larangan tersebut
- Menggagas hiburan alternatif, seperti kesenian islami, rebana kontemporer, atau konser dakwah

Pendekatan ini menekankan pada transformasi budaya, bukan penghapusan budaya, agar masyarakat tidak merasa dijauhkan dari tradisinya tetapi diarahkan pada praktik yang lebih selaras dengan nilai-nilai Islam. (Nur Syam, 2011)

Kesimpulan

Penanganan resistensi sosial terhadap fatwa haram sound horeg tidak cukup hanya dengan pendekatan normatif. Resistensi yang muncul menunjukkan adanya kesenjangan komunikasi antara otoritas keagamaan dan masyarakat. Dalam hal ini, manajemen humas memegang peran strategis untuk merancang komunikasi publik yang efektif, partisipatif, dan adaptif terhadap budaya lokal. Diperlukan revitalisasi fungsi humas di lembaga keagamaan agar penyampaian fatwa dapat diterima, dipahami, dan diinternalisasi oleh masyarakat secara konstruktif.

Lembaga keagamaan perlu menguatkan fungsi humas untuk menyampaikan fatwa secara persuasif dan dialogis. Pendekatan kultural, pelibatan tokoh lokal, dan penyediaan hiburan alternatif yang Islami harus diutamakan. Media sosial perlu dimanfaatkan sebagai sarana dakwah kreatif, dan dai perlu dibekali pelatihan komunikasi publik agar fatwa lebih diterima masyarakat.

Daftar Pustaka

- A. M. Mubarak, *Komunikasi dan Dakwah di Era Modern*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Ahmad Fawaid. "Hiburan Desa dan Ketegangan Budaya," *Komunitas*, Vol. 8, No. 2, 2016.
- Cutlip, Scott M. et al. *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice Hall, 2010.
- E. Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2011.
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2011.
- Fauzan Amar. "Dinamika Penerimaan Fatwa di Masyarakat," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, Vol. 4, No. 1, 2020.

- Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- Koentjaraningrat. *Kebudayaan, Mentalitas dan Pembangunan*. Jakarta: Gramedia, 2010.
- Lajnah Bahtsul Masail PBNU. "Risalah Fatwa Seputar Sound Hore," *Musyawarah Nasional*, 2018.
- M. Quraish Shihab. *Membumikan Al-Qur'an*. Bandung: Mizan, 2010.
- Muhammad Aziz. *Budaya Hiburan dan Problematika Sosial di Desa*. Surabaya: LKiS, 2011.
- MUI Jawa Timur, *Himpunan Fatwa Bahtsul Masail: Sound System dan Musik Jalanan*, Surabaya: Lajnah Bahtsul Masail, 2013.
- MUI Jawa Timur. *Himpunan Fatwa Bahtsul Masail*. Surabaya: LBM NU Jawa Timur, 2013.
- Nur Syam. *Islam dan Konstruksi Sosial Budaya*. Malang: UMM Press, 2011.
- Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Saifuddin Zuhri. "Fenomena Sound Horeg dalam Perspektif Etika Sosial," *Jurnal Sosiologi Umat*, Vol. 2, No. 1, 2019.
- Scott, James C. *Weapons of the Weak*. New Haven: Yale University Press, 1985.
- Ruslan, Rosady. (2012). **Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi**. Rajawali Pers.
- Moleong, Lexy J. (2012). **Metodologi Penelitian Kualitatif**. Remaja Rosdakarya.
- Qodari, M. (2014). **Komunikasi Politik dan Keagamaan**. LP3ES.
- Surbakti, Ramlan. (2010). **Memahami Ilmu Politik**. Grasindo.
- Kiptiah, D. M., Arifin, M. A., & Masruri, F. (2024). Manajemen Kepala Sekolah Dalam Meningkatkan Kedisiplinan Siswa Melalui Sholat Dhuha Berjamaah Di SD Plus Hidayatut Thullab Kediri Tahun 2024. *Ta'lim: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 3(2), 69-77.