

Dari Mimbar ke Algoritma: Politik Identitas dan Produksi Otoritas Agama di Era Digital

Suhudi^{1✉}, Uswatun Hasanah², Nyimas Umi Kalsum³

IAI Nusantara Ash-Shiddiqiyah, Indonesia

Email: suhudie.alfanie@gmail.com, uswatunhasanah_uin@radenfatah.ac.id²,

nyimasumikalsum_uin@radenfatah.ac.id³

Abstrak

Perkembangan media sosial telah mengubah pola otoritas agama dalam masyarakat Muslim kontemporer dari yang sebelumnya berbasis institusi dan sanad keilmuan menuju legitimasi yang dibentuk melalui popularitas digital dan budaya algoritmik. Fenomena munculnya ustaz digital, dakwah viral, dan kontestasi narasi keagamaan di ruang media sosial menunjukkan bahwa algoritma turut berperan dalam membentuk otoritas agama baru. Penelitian ini bertujuan menganalisis relasi antara algoritma media sosial, politik identitas, dan produksi otoritas agama di era digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kepustakaan (library research). Data dikumpulkan melalui dokumentasi berbagai jurnal, buku, dan konten digital, kemudian dianalisis menggunakan analisis wacana kritis dan pendekatan genealogis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa algoritma media sosial berfungsi sebagai mekanisme produksi legitimasi keagamaan yang memperkuat echo chamber, polarisasi identitas, dan krisis otoritas keilmuan. Penelitian ini menegaskan pentingnya literasi digital keagamaan serta rekonstruksi moderasi beragama sebagai respons terhadap budaya algoritmik di era digital.

Kata Kunci: algoritma digital; media sosial; moderasi beragama; otoritas agama; politik identitas.

Abstract

The rapid growth of social media has transformed religious authority in contemporary Muslim societies from institution-based legitimacy into digitally constructed authority shaped by algorithmic culture. The emergence of digital preachers, viral religious content, and ideological contestation on social media indicates that algorithms play a significant role in producing new forms of religious authority. This study aims to analyze the relationship between social media algorithms, identity politics, and the production of religious authority in the digital era. The research employs a qualitative approach through library research methods. Data were collected from academic journals, books, and digital media content, then analyzed using critical discourse analysis and a genealogical approach. The findings reveal that social media algorithms function as mechanisms for producing religious legitimacy, strengthening echo chambers, identity polarization, and the crisis of scholarly religious authority. This study highlights the importance of religious digital literacy and the reconstruction of religious moderation as strategic responses to algorithmic culture in the digital era.

Keywords: digital algorithm; identity politics; religious authority; religious moderation; social media.

Copyright (c) 2026 Suhudi.

✉ Corresponding author: Suhudi

Email Address: suhudie.alfanie@gmail.com

Pendahuluan

Transformasi digital telah membawa perubahan mendasar dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam pola keberagamaan dan pembentukan otoritas agama. Perkembangan internet serta media sosial telah menggeser sumber legitimasi keagamaan yang sebelumnya bertumpu pada sanad keilmuan, pesantren, majelis taklim, dan institusi keagamaan menuju bentuk otoritas yang lebih cair dan terbuka. Dalam ruang digital, legitimasi agama tidak lagi semata-mata dibangun melalui pengakuan institusional dan kedalaman keilmuan, tetapi semakin dipengaruhi oleh popularitas, jumlah pengikut, tingkat keterlibatan audiens (*engagement*), serta visibilitas yang dibentuk oleh algoritma media sosial. Perubahan ini menunjukkan bahwa otoritas agama di era digital tidak hanya ditentukan oleh kapasitas keilmuan, melainkan juga oleh kemampuan aktor agama mengelola perhatian publik dalam ekosistem media yang berbasis data dan algoritma.

Fenomena tersebut terlihat dari munculnya ustaz digital, influencer agama, dakwah viral, serta meningkatnya konsumsi konten keagamaan melalui platform seperti YouTube, TikTok, Instagram, Facebook, dan X. Potongan ceramah pendek, kutipan religius, video dakwah berdurasi singkat, dan narasi keagamaan yang bersifat emosional menjadi bentuk komunikasi agama yang banyak dikonsumsi masyarakat digital. Laporan Digital 2024 menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi salah satu sumber utama informasi bagi masyarakat global, termasuk informasi keagamaan. Dalam konteks Indonesia, tingginya penetrasi internet dan penggunaan media sosial mendorong berkembangnya praktik keberagamaan digital yang semakin intensif. Akibatnya, figur agama yang mampu menghasilkan konten menarik, mudah dibagikan, dan memperoleh interaksi tinggi cenderung lebih mudah memperoleh pengaruh publik dibandingkan figur yang hanya mengandalkan otoritas tradisional. Situasi ini memperlihatkan bahwa algoritma media sosial turut berperan dalam menentukan narasi agama yang memperoleh visibilitas dan legitimasi di ruang publik digital.

Kajian mengenai agama dan media digital telah berkembang cukup luas dalam beberapa tahun terakhir. Pertama, penelitian tentang digital religion menunjukkan bahwa teknologi digital telah mengubah praktik keberagamaan, pola interaksi komunitas religius, dan hubungan masyarakat dengan otoritas agama (Campbell, 2021a; Hoover, 2016). Kedua, penelitian mengenai media sosial dan otoritas agama menjelaskan terjadinya pergeseran legitimasi dari institusi keagamaan menuju figur publik yang memiliki kemampuan komunikasi digital dan visibilitas media yang tinggi (Hjarvard, 2016; Nisa, 2018). Ketiga, penelitian mengenai politik identitas, echo chamber, dan polarisasi digital menunjukkan bahwa algoritma media sosial dapat memperkuat segregasi sosial, membentuk algorithmic enclaves, serta mendorong berkembangnya mobilisasi identitas berbasis agama dan ideologi (Lim, 2017; Mietzner, 2020; Sunstein, 2018). Berbagai penelitian tersebut memperlihatkan bahwa media digital memiliki pengaruh signifikan terhadap dinamika keberagamaan kontemporer.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih menempatkan media sosial sebagai sarana dakwah digital, politik identitas sebagai instrumen mobilisasi sosial-politik, atau algoritma sebagai persoalan teknologis semata. Kajian yang menghubungkan secara integratif relasi antara algoritma media sosial, produksi otoritas agama, politik identitas, serta implikasinya terhadap moderasi beragama dan pendidikan Islam masih relatif terbatas. Padahal, dalam ekosistem digital kontemporer, algoritma tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme distribusi informasi, tetapi juga berperan dalam menentukan visibilitas wacana, membentuk legitimasi figur agama, dan memengaruhi cara masyarakat memahami kebenaran keagamaan. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menempatkan algoritma sebagai mekanisme produksi otoritas agama dalam masyarakat digital sekaligus menjelaskan keterkaitannya dengan penguatan politik identitas dan polarisasi keagamaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini difokuskan pada tiga pertanyaan utama, yaitu: bagaimana transformasi otoritas agama terjadi di era digital; bagaimana algoritma media sosial memproduksi legitimasi dan wacana keagamaan; serta bagaimana politik identitas digital berimplikasi terhadap moderasi beragama dan pendidikan Islam. Secara teoretis, penelitian ini

berkontribusi pada pengembangan kajian agama dan media digital melalui pembacaan algoritma sebagai mekanisme produksi otoritas agama. Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan arah bagi penguatan literasi digital keagamaan, moderasi beragama, dan pengembangan pendidikan Islam yang responsif terhadap dinamika budaya algoritmik di era digital.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (library research) yang bercorak analisis kritis. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan memahami secara mendalam transformasi otoritas agama di era digital melalui telaah konseptual dan interpretatif terhadap hubungan antara algoritma media sosial, politik identitas, dan produksi legitimasi keagamaan. Kajian dilakukan dengan memadukan perspektif studi agama digital, teori otoritas, serta analisis kritis terhadap dinamika keberagamaan dalam ruang media sosial. Dalam penelitian ini, fokus kajian diarahkan pada transformasi otoritas agama, mekanisme algoritmik dalam produksi wacana keagamaan, serta implikasinya terhadap moderasi beragama dan pendidikan Islam.

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer berupa konten digital yang merepresentasikan praktik keberagamaan di media sosial, meliputi video dakwah, potongan ceramah viral, narasi identitas keagamaan, dan konten keagamaan yang beredar pada platform YouTube, TikTok, Instagram, dan Facebook. Penelusuran data digital dilakukan menggunakan kata kunci seperti “dakwah digital”, “ustaz viral”, “ceramah viral”, “agama dan media sosial”, serta “politik identitas agama” pada konten yang dipublikasikan dalam rentang tahun 2020–2025. Pemilihan periode tersebut didasarkan pada meningkatnya penggunaan media sosial dan berkembangnya fenomena dakwah digital pascapandemi. Adapun data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah bereputasi, buku akademik, laporan penelitian, dan publikasi ilmiah yang membahas digital religion, budaya algoritmik, politik identitas, otoritas agama, dan moderasi beragama.

Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, studi pustaka, dan penelusuran digital. Dokumentasi dilakukan dengan menghimpun berbagai sumber akademik yang relevan dari database Google Scholar, Scopus, Dimensions, dan jurnal nasional terakreditasi. Studi pustaka dilakukan secara sistematis dengan mempertimbangkan relevansi tema, kredibilitas sumber, dan kontribusi teoritis terhadap penelitian. Penelusuran digital dilakukan untuk mengidentifikasi pola distribusi konten keagamaan, praktik dakwah digital, narasi identitas agama, serta bentuk-bentuk interaksi yang menunjukkan keterkaitan antara algoritma, viralitas, dan legitimasi keagamaan. Sumber yang dipilih merupakan konten yang memiliki relevansi langsung dengan fokus penelitian dan menunjukkan keterhubungan dengan isu otoritas agama di ruang digital.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu reduksi data, kategorisasi tema, interpretasi kritis, dan penarikan kesimpulan. Analisis Wacana Kritis (Critical Discourse Analysis/CDA) model Fairclough digunakan untuk mengidentifikasi bagaimana narasi keagamaan dikonstruksi, diproduksi, dan disebarluaskan dalam ruang digital. Sementara itu, pendekatan genealogi Michel Foucault digunakan untuk menelusuri perubahan historis struktur otoritas agama dari model berbasis institusi menuju legitimasi yang dipengaruhi mekanisme algoritmik. Kedua pendekatan tersebut digunakan secara komplementer, yaitu CDA untuk menganalisis bentuk dan praktik diskursif, sedangkan genealogi digunakan untuk menjelaskan relasi kuasa dan produksi pengetahuan yang melatarbelakangi munculnya otoritas agama digital. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan triangulasi teori. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data digital, literatur akademik, dan hasil penelitian terdahulu, sedangkan triangulasi teori dilakukan dengan mengintegrasikan perspektif Foucault, Weber, serta kajian budaya algoritmik dalam studi media digital.

Berikut merupakan desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini:



Desain tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital menjadi titik awal perubahan struktur otoritas agama dalam masyarakat kontemporer. Media sosial dan algoritma berperan sebagai mekanisme distribusi sekaligus produksi legitimasi keagamaan yang kemudian memunculkan politik identitas dan polarisasi digital. Pada akhirnya, fenomena tersebut memberikan implikasi penting terhadap moderasi beragama dan pengembangan pendidikan Islam di era digital.

Hasil dan Pembahasan

Pergeseran Otoritas Agama di Era Digital

Transformasi digital telah mengubah secara signifikan pola otoritas agama dalam masyarakat Muslim kontemporer. Berdasarkan hasil analisis terhadap berbagai literatur dan fenomena dakwah digital di media sosial, penelitian ini menemukan bahwa legitimasi keagamaan tidak lagi sepenuhnya bertumpu pada sanad keilmuan, institusi pendidikan Islam, maupun otoritas ulama tradisional. Otoritas agama kini increasingly dibentuk melalui logika visibilitas digital, keterlibatan audiens (*engagement*), dan viralitas konten di media sosial.

Fenomena munculnya ustaz digital dan influencer agama memperlihatkan adanya pergeseran mekanisme legitimasi dari model tradisional menuju model populistik-digital. Platform seperti YouTube, TikTok, Instagram, dan Facebook memungkinkan figur agama memperoleh pengaruh publik secara cepat tanpa harus melalui proses legitimasi institusional yang panjang. Dalam ruang digital, jumlah pengikut, tingkat interaksi, tayangan video, serta kemampuan membangun koneksi emosional dengan audiens menjadi indikator penting dalam membentuk otoritas agama baru.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa karakteristik utama otoritas agama digital terletak pada kemampuan figur agama mengelola perhatian publik. Konten dakwah yang bersifat ringkas, emosional, visual, dan mudah dikonsumsi cenderung memperoleh respons lebih tinggi dibanding diskursus keagamaan yang mendalam dan argumentatif. Kondisi ini menyebabkan struktur legitimasi agama mengalami perubahan mendasar karena kapasitas komunikasi digital sering kali lebih menentukan popularitas dibanding kedalaman keilmuan agama.

Tabel 1. Transformasi Otoritas Agama Tradisional dan Digital

Aspek	Otoritas Tradisional	Otoritas Digital
Sumber legitimasi	Sanad keilmuan	Viralitas dan engagement
Basis otoritas	Pesantren/institusi	Media sosial
Relasi dengan audiens	Tatap muka	Virtual dan algoritmik
Media distribusi	Majelis taklim	YouTube, TikTok, Instagram
Faktor pengaruh	Kapasitas intelektual	Popularitas digital

Tabel tersebut menunjukkan adanya pergeseran struktur legitimasi keagamaan dari model berbasis otoritas ilmiah menuju model berbasis performativitas digital. Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya menjadi sarana distribusi dakwah, tetapi juga ruang produksi legitimasi sosial.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa transformasi otoritas agama juga berdampak pada pola konsumsi pengetahuan agama masyarakat. Pengguna media sosial cenderung lebih memilih konten yang cepat, praktis, dan emosional dibanding kajian keagamaan yang reflektif. Fenomena ini mendorong munculnya budaya keberagamaan instan (*instant religiosity*) yang dibangun melalui konsumsi konten digital secara cepat dan fragmentaris.

Algoritma sebagai Mekanisme Produksi Wacana

Temuan penelitian menunjukkan bahwa algoritma media sosial memiliki peran sentral dalam memproduksi, mereproduksi, dan mendistribusikan narasi keagamaan di ruang digital. Algoritma bekerja melalui sistem personalisasi yang menyeleksi konten berdasarkan perilaku pengguna seperti klik, komentar, jumlah tayangan, dan durasi menonton. Mekanisme tersebut menyebabkan ruang digital tidak bersifat netral karena sistem media sosial secara aktif menentukan narasi mana yang memperoleh visibilitas lebih besar.

Dalam praktiknya, algoritma cenderung memprioritaskan konten yang menghasilkan keterlibatan tinggi. Akibatnya, konten keagamaan yang provokatif, kontroversial, dan emosional lebih mudah viral dibandingkan wacana agama yang argumentatif dan moderat. Fenomena ini memperlihatkan bahwa logika algoritmik bekerja berdasarkan ekonomi perhatian (*attention economy*) yang menjadikan engagement sebagai ukuran utama distribusi informasi.

Penelitian juga menemukan bahwa algoritma media sosial membentuk fenomena filter bubble dan echo chamber. Pengguna media sosial cenderung menerima informasi yang sesuai dengan preferensi ideologis dan identitas kelompoknya. Dalam konteks agama, kondisi ini memperkuat homogenitas pandangan dan mempersempit ruang dialog antar kelompok.

Diagram Mekanisme Algoritma Media Sosial



Diagram tersebut menunjukkan bahwa algoritma tidak hanya berfungsi sebagai alat distribusi informasi, tetapi juga sebagai mekanisme produksi legitimasi sosial dan epistemologis. Narasi agama yang terus memperoleh interaksi akan direproduksi secara berulang sehingga membentuk persepsi publik mengenai siapa yang dianggap memiliki otoritas keagamaan.

Fenomena echo chamber juga berdampak pada meningkatnya segregasi sosial berbasis identitas agama. Pengguna media sosial cenderung hanya berinteraksi dengan kelompok yang memiliki kesamaan ideologis sehingga memperkuat polarisasi sosial. Dalam kondisi tersebut, ruang digital kehilangan fungsi deliberatifnya sebagai ruang dialog publik dan berubah menjadi arena afirmasi identitas kelompok.

Politik Identitas di Ruang Digital

Penelitian ini menemukan bahwa media sosial telah berkembang menjadi arena strategis bagi politik identitas berbasis agama. Agama tidak lagi semata dipahami sebagai sistem nilai spiritual, tetapi juga sebagai simbol politik yang digunakan untuk membangun solidaritas kelompok sekaligus menciptakan batas sosial dengan kelompok lain.

Narasi politik identitas di ruang digital umumnya dibangun melalui simplifikasi agama menjadi dikotomi sederhana seperti “kami versus mereka”, “umat versus musuh agama”, atau “kelompok benar versus kelompok sesat”. Simplifikasi tersebut membuat isu agama lebih mudah dikonsumsi publik karena dibangun melalui pendekatan emosional dan simbolik.

Fenomena ini melahirkan apa yang dalam penelitian ini disebut sebagai emotional religiosity, yaitu bentuk keberagamaan yang lebih didominasi emosi kolektif dibanding refleksi kritis dan pendalaman intelektual. Konten keagamaan di media sosial sering kali memanfaatkan rasa takut, marah, dan kebanggaan identitas untuk meningkatkan keterlibatan audiens.

Tabel 2. Karakteristik Politik Identitas Digital

Karakteristik	Bentuk Manifestasi
Simplifikasi agama	Dikotomi hitam-putih
Mobilisasi emosi	Narasi marah dan takut
Polarisasi identitas	Segregasi kelompok
Simbolisasi agama	Slogan dan atribut digital
Viralitas ideologi	Penyebaran cepat narasi identitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa algoritma media sosial memperkuat politik identitas melalui sistem personalisasi informasi. Narasi yang memicu emosi dan kontroversi cenderung memperoleh engagement tinggi sehingga lebih sering direproduksi oleh sistem digital.

Fenomena tersebut menyebabkan agama semakin mudah digunakan sebagai alat mobilisasi sosial-politik dibanding ruang refleksi spiritual. Dalam jangka panjang, kondisi ini berpotensi memperkuat intoleransi digital dan mempersempit ruang moderasi beragama dalam masyarakat plural.

Fragmentasi Otoritas Keagamaan

Transformasi digital juga melahirkan fragmentasi otoritas keagamaan dalam masyarakat Muslim kontemporer. Ruang media sosial memungkinkan munculnya banyak figur agama baru dengan basis pengikut masing-masing. Otoritas agama menjadi semakin cair, kompetitif, dan tidak lagi terpusat pada institusi tertentu.

Salah satu implikasi utama dari fenomena ini adalah munculnya “otoritas instan”, yaitu figur agama yang memperoleh legitimasi publik secara cepat melalui popularitas digital tanpa proses verifikasi keilmuan yang memadai. Dalam banyak kasus, kemampuan retorika dan estetika visual lebih menentukan pengaruh dibanding kapasitas keilmuan agama yang mendalam.

Penelitian menemukan adanya krisis verifikasi keilmuan di ruang digital. Masyarakat sering kali kesulitan membedakan antara figur agama yang memiliki basis akademik kuat dengan influencer yang hanya mengandalkan viralitas media sosial. Kondisi tersebut menyebabkan otoritas agama menjadi mudah diperebutkan oleh berbagai aktor digital dengan kepentingan ideologis maupun politik tertentu.

Tabel 3. Dampak Fragmentasi Otoritas Keagamaan

Dampak	Konsekuensi Sosial
Otoritas instan	Legitimasi tanpa verifikasi
Kompetisi digital	Perebutan perhatian publik
Krisis otoritas ilmiah	Melemahnya sanad keilmuan
Polarisasi keagamaan	Konflik narasi agama
Simplifikasi agama	Penurunan kualitas diskursus

Temuan tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya mengubah cara dakwah dilakukan, tetapi juga mengubah struktur epistemologi agama dalam masyarakat Muslim kontemporer.

Pembahasan

Perspektif Michel Foucault: Relasi Kuasa dan Pengetahuan

Temuan penelitian ini dapat dibaca melalui perspektif Michel Foucault mengenai relasi kuasa dan pengetahuan (*power/knowledge*). Pengetahuan tidak pernah netral karena selalu berkaitan dengan mekanisme kuasa yang memproduksi kebenaran tertentu dalam masyarakat (Foucault, 1980).

Dalam konteks media digital, algoritma dapat dipahami sebagai apparatus modern yang bekerja mengatur distribusi pengetahuan agama. Algoritma tidak hanya menentukan konten apa yang muncul di linimasa pengguna, tetapi juga membentuk persepsi publik mengenai siapa yang dianggap memiliki otoritas keagamaan.

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa legitimasi agama kini *increasingly* diproduksi melalui mekanisme algoritmik yang bekerja berdasarkan logika popularitas dan keterlibatan pengguna. Narasi agama yang memperoleh engagement tinggi akan terus direproduksi sehingga memperoleh legitimasi sosial lebih besar. Dalam konteks ini, algoritma berfungsi sebagai mekanisme produksi kebenaran digital.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Beer (Beer, 2017) yang menegaskan bahwa budaya algoritmik memiliki kemampuan membentuk preferensi sosial melalui proses seleksi informasi yang tidak sepenuhnya disadari masyarakat. Algoritma bekerja sebagai teknologi kuasa modern yang menentukan visibilitas wacana sekaligus mengontrol distribusi perhatian publik.

Fenomena echo chamber dalam penelitian ini juga memperlihatkan bagaimana algoritma memperkuat segregasi epistemologis dalam masyarakat digital. Pengguna media sosial hanya menerima informasi yang sesuai dengan keyakinan kelompoknya sehingga ruang dialog kritis menjadi semakin sempit.

Perspektif Max Weber: Transformasi Otoritas Karismatik

Selain perspektif Foucault, penelitian ini juga dapat dipahami melalui teori otoritas karismatik Max Weber. Otoritas karismatik muncul dari kemampuan individu membangun pengaruh emosional dan pengakuan sosial dari pengikutnya (Weber, 1978).

Dalam ruang digital, bentuk karisma mengalami transformasi karena legitimasi tidak lagi hanya dibangun melalui kapasitas keilmuan, tetapi juga performativitas media sosial. Ustaz digital dan influencer agama memperoleh legitimasi melalui citra visual, gaya komunikasi, dan kemampuan mengelola atensi publik.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah mengubah struktur hubungan masyarakat dengan otoritas agama. Jika sebelumnya legitimasi dibangun melalui proses pembelajaran langsung dan sanad keilmuan, maka di era digital legitimasi *increasingly* dibentuk melalui konsumsi konten cepat dan interaksi virtual.

Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan kajian Campbell (Campbell, 2021b) mengenai digital religion yang menunjukkan bahwa media digital telah mengubah praktik keberagamaan dan pola hubungan masyarakat dengan otoritas agama. Namun, penelitian ini

menawarkan kebaruan dengan menempatkan algoritma sebagai aktor epistemologis yang secara aktif memproduksi legitimasi keagamaan.

Implikasi terhadap Moderasi Beragama

Temuan penelitian menunjukkan bahwa polarisasi digital yang diperkuat algoritma memberikan tantangan serius terhadap moderasi beragama. Algoritma media sosial cenderung mempromosikan konten yang memicu emosi dan kontroversi karena lebih efektif meningkatkan engagement pengguna. Akibatnya, narasi keagamaan yang ekstrem atau provokatif lebih mudah memperoleh visibilitas dibanding diskursus moderat yang argumentatif dan reflektif. Kondisi ini menyebabkan ruang digital cenderung memperkuat intoleransi algoritmik dan segregasi identitas berbasis agama.

Moderasi beragama dalam konteks digital tidak lagi cukup dipahami sebagai sikap toleransi sosial semata, tetapi harus diposisikan sebagai strategi epistemologis dalam menghadapi budaya algoritmik. Penguatan moderasi memerlukan kemampuan kritis masyarakat dalam memahami cara kerja media sosial dan memverifikasi informasi agama secara reflektif. Implikasi praktis penelitian ini menunjukkan pentingnya pengembangan kebijakan literasi digital keagamaan dalam ruang pendidikan maupun masyarakat umum. Institusi pendidikan dan organisasi keagamaan perlu membangun kesadaran kritis terhadap relasi agama, media digital, dan kekuasaan algoritmik.

Implikasi terhadap Pendidikan Islam

Penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan Islam menghadapi tantangan baru dalam era algoritma digital. Pendidikan Islam tidak lagi cukup berfokus pada transmisi pengetahuan normatif, tetapi perlu mengembangkan literasi digital keagamaan sebagai kompetensi utama masyarakat Muslim kontemporer. Literasi digital keagamaan penting untuk membekali peserta didik dengan kemampuan memahami cara kerja algoritma, mengevaluasi validitas otoritas agama, serta mengembangkan sikap reflektif terhadap berbagai narasi keagamaan di media sosial.

Hasil penelitian juga menunjukkan perlunya rekonstruksi epistemologi moderat dalam pendidikan Islam. Pendidikan Islam perlu membangun pendekatan yang lebih dialogis, kritis, dan terbuka terhadap dinamika teknologi digital. Kontribusi teoretis penelitian ini terletak pada pengembangan perspektif baru mengenai algoritma sebagai mekanisme produksi legitimasi agama. Sementara itu, kontribusi praktisnya terlihat pada pentingnya penguatan literasi digital dan moderasi beragama dalam menghadapi polarisasi algoritmik di era media sosial.

Meski demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian menggunakan pendekatan kepustakaan sehingga tidak melibatkan observasi lapangan secara langsung terhadap perilaku pengguna media sosial. Kedua, penelitian lebih berfokus pada konteks masyarakat Muslim Indonesia sehingga generalisasi temuan ke konteks global perlu dilakukan secara hati-hati. Ketiga, dinamika algoritma media sosial bersifat sangat cepat berubah sehingga interpretasi dalam penelitian ini memiliki keterbatasan temporal. Oleh karena itu, penelitian lanjutan disarankan menggunakan pendekatan etnografi digital atau analisis big data media sosial agar dapat memahami secara lebih empiris bagaimana algoritma bekerja dalam membentuk otoritas agama dan politik identitas di ruang digital kontemporer.

Simpulan

Transformasi digital telah mengubah secara fundamental struktur otoritas agama dalam masyarakat Muslim kontemporer. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial dan algoritma tidak lagi sekadar berfungsi sebagai sarana distribusi dakwah, tetapi telah berkembang menjadi mekanisme produksi legitimasi keagamaan. Algoritma media sosial bekerja melalui sistem personalisasi, viralitas, dan engagement yang menentukan visibilitas narasi agama sekaligus membentuk figur-figur otoritas baru dalam ruang digital. Akibatnya, legitimasi agama increasingly dibangun berdasarkan popularitas digital dibandingkan verifikasi keilmuan tradisional.

Penelitian ini juga menemukan bahwa transformasi digital memicu fragmentasi otoritas keagamaan melalui kemunculan ustaz digital dan influencer agama yang memperoleh legitimasi

secara instan. Kondisi tersebut diperkuat oleh budaya echo chamber dan filter bubble yang mendorong polarisasi identitas serta mempersempit ruang dialog keagamaan yang moderat. Politik identitas berbasis agama semakin menguat karena media sosial memungkinkan mobilisasi sentimen emosional dan simplifikasi narasi keagamaan secara masif.

Dalam perspektif teoritis, penelitian ini menegaskan bahwa algoritma media sosial berfungsi sebagai apparatus modern yang memproduksi pengetahuan dan kebenaran digital. Oleh karena itu, moderasi beragama tidak lagi cukup dipahami sebagai sikap sosial semata, tetapi perlu direkonstruksi secara epistemologis melalui penguatan literasi digital keagamaan, pendidikan Islam kritis, serta kemampuan masyarakat memahami relasi antara agama, media digital, dan kekuasaan algoritmik di era kontemporer.

Daftar Pustaka

- Beer, D. (2017). The social power of algorithms. *Information, Communication & Society*, 20(1), 1–13. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1216147>
- Campbell, H. A. (2021). *Digital religion: Understanding religious practice in digital media worlds* (2nd ed.). Routledge.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2018). *The mediated construction of reality*. Polity Press.
- Eisenlohr, P. (2017). *Sounding Islam: Voice, media, and sonic atmospheres in an Indian Ocean world*. University of California Press.
- Esposito, J. L. (2018). *Islam and politics* (6th ed.). Syracuse University Press.
- Fairclough, N. (2015). *Language and power* (3rd ed.). Routledge.
- Fuchs, C. (2021). *Social media: A critical introduction* (3rd ed.). Sage Publications.
- Foucault, M. (1980). *Power/knowledge: Selected interviews and other writings 1972–1977*. Pantheon Books.
- Hjarvard, S. (2016). Mediatization and the changing authority of religion. *Media, Culture & Society*, 38(1), 8–17. <https://doi.org/10.1177/0163443715615412>
- Hoover, S. M. (2016). *The media and religious authority*. Penn State University Press.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2018). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York University Press.
- Kitchin, R. (2017). Thinking critically about and researching algorithms. *Information, Communication & Society*, 20(1), 14–29. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1154087>
- Lim, M. (2017). Freedom to hate: Social media, algorithmic enclaves, and the rise of tribal nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies*, 49(3), 411–427. <https://doi.org/10.1080/14672715.2017.1341188>
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2018). *New media: A critical introduction* (3rd ed.). Routledge.
- Mietzner, M. (2020). Rival populisms and the democratic crisis in Indonesia. *Australian Journal of International Affairs*, 74(4), 420–438. <https://doi.org/10.1080/10357718.2020.1725426>
- Mietzner, M., & Muhtadi, B. (2018). Explaining the 2016 Islamist mobilization in Indonesia: Religious intolerance, militant groups and the politics of accommodation. *Asian Studies Review*, 42(3), 479–497. <https://doi.org/10.1080/10357823.2018.1473335>
- Nasrullah, R. (2020). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nisa, E. F. (2018). Creative and lucrative da'wa: The visual culture of Instagram amongst female Muslim youth in Indonesia. *Asiascape: Digital Asia*, 5(1–2), 68–99. <https://doi.org/10.1163/22142312-12340085>
- Pariser, E. (2019). *The filter bubble: How the new personalized web is changing what we read and how we think*. Penguin Books.
- Prensky, M. (2018). *Education to better their world: Unleashing the power of 21st-century kids*. Teachers College Press.
- Rahman, F. (2019). Otoritas keagamaan di era media baru. *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(2), 145–162. <https://doi.org/10.15642/jki.2019.9.2.145-162>

- Ritzer, G. (2018). *The McDonaldization of society* (9th ed.). Sage Publications.
- Sardar, Z. (2020). *Mecca: The sacred city*. Bloomsbury Publishing.
- Setia, P. (2021). Politik identitas dan media sosial dalam kontestasi keagamaan di Indonesia. *Jurnal Dakwah*, 22(1), 55–74. <https://doi.org/10.14421/jd.2212021.3>
- Sunstein, C. R. (2018). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.
- Syahputra, I. (2017). Demokrasi virtual dan perang siber di media sosial: Perspektif netizen Indonesia. *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), 457–475. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.141>
- Tapscott, D. (2017). *The digital economy: Promise and peril in the age of networked intelligence* (2nd ed.). McGraw-Hill Education.
- Van Dijck, J. (2018). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- We Are Social, & Meltwater. (2024). *Digital 2024: Global overview report*. <https://wearesocial.com>
- Weber, M. (2019). *Economy and society: A new translation*. Harvard University Press.
- Zulli, D., & Zulli, D. J. (2020). Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. *New Media & Society*, 24(8), 1872–1890. <https://doi.org/10.1177/1461444820983603>