

## TRANSFORMASI OTORITAS KEAGAMAAN DI ERA DIGITAL, ANALISIS SOSIOLOGIS TERHADAP PERGESERAN POLA OTORITAS ULAMA DI MEDIA SOSIAL

Budi Nurhamidin<sup>1</sup>, Sabil Mokodenseho<sup>2</sup>, Haslinda Mokodompit<sup>3</sup>,  
Amaludin Bahansubu<sup>4</sup>, Prasetio Rumondor<sup>5</sup>

Institut Agama Islam Muhammadiyah Kotamobagu

Email: [budinurhamidin@iaimkotamobagu.ac.id](mailto:budinurhamidin@iaimkotamobagu.ac.id)<sup>1</sup>, [sabil.mokodenseho@gmail.com](mailto:sabil.mokodenseho@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[haslindamokodompit@iaimkotamobagu.ac.id](mailto:haslindamokodompit@iaimkotamobagu.ac.id)<sup>3</sup>,  
[amaludinhansubu@iaimkotamobagu.ac.id](mailto:amaludinhansubu@iaimkotamobagu.ac.id)<sup>4</sup>,  
[prasetiorumondor@iaimkotamobagu.ac.id](mailto:prasetiorumondor@iaimkotamobagu.ac.id)<sup>5</sup>

### Abstract

#### Keywords:

*Transformation of  
Religious Authority,  
Digital Scholars,  
Sociology of Religion,  
Social Media.*

*This study aims to analyze the transformation of religious authority in the digital era by highlighting the shift in the legitimacy of ulama (Islamic scholars) from traditional bases to social media. The study focuses on how modernization, individualization, and the development of information technology are reshaping the structure of religious authority in contemporary Muslim society. This study uses library research with a descriptive qualitative approach, examining various academic literature, scientific articles, and sociological theories of religion, such as Max Weber's charismatic authority and Pierre Bourdieu's concept of symbolic capital. The results show that social media has become a new arena for the emergence of religious authority that is charismatic, popular, and participatory. Digital ulama gain legitimacy not from sanad (traditional lineage) or formal institutions, but from personal appeal, public interaction, and the power of algorithms. This shift has had a significant impact on traditional religious institutions, giving rise to symbolic conflict, and changing the way society understands religious truth. Sociologically, this study emphasizes the importance of digital religious literacy and the ethics of da'wah (preaching) in cyberspace as an effort to maintain the authenticity and social responsibility of ulama amidst the commodification and fragmentation of religious authority.*

### Abstrak

#### Kata Kunci :

*Transformasi Otoritas  
Keagamaan,  
Ulama Digital,  
Sosiologi Agama,  
Media Sosial.*

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis transformasi otoritas keagamaan di era digital dengan menyoroti pergeseran pola legitimasi ulama dari basis tradisional menuju ruang media sosial. Fokus kajian diarahkan pada bagaimana modernisasi, individualisasi, dan perkembangan teknologi informasi membentuk ulang struktur otoritas keagamaan dalam masyarakat Muslim kontemporer.*

---

*Penelitian ini menggunakan metode library research dengan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu mengkaji berbagai literatur akademik, artikel ilmiah, dan teori sosiologi agama seperti otoritas karismatik Max Weber serta konsep modal simbolik Pierre Bourdieu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi arena baru bagi lahirnya otoritas keagamaan yang bersifat karismatik, populer, dan partisipatif. Ulama digital memperoleh legitimasi bukan dari sanad atau institusi formal, melainkan dari daya tarik personal, interaksi publik, dan kekuatan algoritma. Pergeseran ini berdampak signifikan terhadap lembaga keagamaan tradisional, memunculkan konflik simbolik, serta mengubah cara masyarakat memahami kebenaran agama. Secara sosiologis, penelitian ini menegaskan pentingnya literasi digital keagamaan dan etika dakwah di ruang maya sebagai upaya menjaga otentisitas dan tanggung jawab sosial ulama di tengah arus komodifikasi dan fragmentasi otoritas keagamaan*

*This is an open access article under the [CC BY-NC-SA 4.0](#) license*



---

## PENDAHULUAN

Perubahan besar dalam lanskap sosial keagamaan dewasa ini tidak dapat dilepaskan dari arus deras digitalisasi. Di era digital, otoritas keagamaan tidak lagi bersandar secara eksklusif pada tradisi sanad keilmuan, institusi keagamaan formal, atau kedalaman ilmu syar'i yang diwariskan secara turun-temurun. Sebaliknya, media sosial telah membuka ruang baru yang menantang batas-batas lama otoritas tersebut. Pergeseran ini mengindikasikan adanya perubahan paradigma tentang siapa yang dianggap "berhak" menafsirkan, menyampaikan, dan memengaruhi pemahaman keagamaan masyarakat. Transformasi ini bukan hanya bersifat teknologis, tetapi juga sosiologis menyentuh struktur legitimasi, relasi kuasa, dan bahkan persepsi publik tentang kebenaran agama itu sendiri.

Dalam konteks historis, otoritas ulama tradisional dibangun di atas pondasi epistemologis yang kuat: sanad keilmuan, legitimasi lembaga, serta reputasi moral dan spiritual. Seorang ulama mendapatkan keabsahan sosial karena pengakuan komunitas dan lembaga keagamaan yang menilai otoritasnya berdasarkan keilmuan dan akhlak. Namun, dalam era digital, pola tersebut bergeser menuju otoritas berbasis visibilitas dan popularitas. Ulama yang aktif di media sosial seringkali memperoleh pengaruh luas bukan karena sanad atau keilmuan mendalam, melainkan karena kemampuan berkomunikasi, gaya retorik, serta kemampuannya membangun kedekatan emosional dengan pengikutnya. Hal ini menandai pergeseran dari otoritas berbasis tradisi menuju otoritas berbasis performativitas dan interaksi publik.

Fenomena munculnya *ulama digital* atau *religious influencer* merupakan cermin dari dinamika tersebut. Platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok kini berfungsi sebagai "mimbar" baru, tempat dakwah dan diskursus keagamaan berlangsung secara terbuka dan interaktif (Muhibudin et al., 2025). Ulama virtual memainkan peran ganda:



sebagai penyampai nilai-nilai keislaman sekaligus sebagai *content creator* yang bergulat dengan algoritma dan logika pasar digital. Popularitas mereka sering kali ditentukan oleh algoritma dan engagement, bukan lagi oleh otoritas keilmuan tradisional. Ruang digital akhirnya menjadi arena legitimasi baru di mana otoritas keagamaan dinegosiasikan antara ulama, pengikut, dan teknologi yang mengaturnya.

Dari perspektif sosiologi agama, mekanisme legitimasi ini dapat dibaca melalui teori otoritas karismatik Max Weber (Chairi, 2019). Dalam kerangka ini, pengaruh seorang ulama digital tidak bergantung pada legalitas formal atau tradisi, melainkan pada daya tarik personal karisma yang muncul dari gaya komunikasi, narasi moral, atau bahkan gaya hidupnya. Pierre Bourdieu melengkapi analisis ini dengan konsep *modal simbolik* dan *field*, yang menjelaskan bahwa otoritas di ruang digital lahir dari akumulasi pengakuan sosial: jumlah pengikut, tingkat engagement, dan pencitraan religius yang berhasil menciptakan kapital simbolik (Richardus, 2020). Masyarakat, melalui interaksi virtualnya komentar, *likes*, dan *shares* secara tak langsung berperan dalam membentuk serta meneguhkan otoritas keagamaan baru.

Transformasi ini membawa dampak luas terhadap struktur sosial-keagamaan. Lembaga keagamaan tradisional seperti pesantren, majelis taklim, dan organisasi Islam kini menghadapi tantangan untuk mempertahankan otoritasnya di tengah derasnya arus informasi digital. Konflik simbolik pun tak terhindarkan: antara ulama tradisional yang menekankan otoritas ilmiah dengan ulama digital yang menekankan otoritas komunikatif. Perbedaan ini menimbulkan fragmentasi pemahaman keagamaan di masyarakat. “Kebenaran” agama menjadi plural, tergantung pada siapa yang menyuarakannya dan sejauh mana pesan itu tersebar di ruang digital. Maka, ruang digital tidak lagi hanya sekadar medium, melainkan medan baru perebutan makna dan kekuasaan simbolik keagamaan.

Meski demikian, digitalisasi juga membawa peluang positif bagi penyebaran nilai-nilai Islam. Dakwah kini dapat menjangkau audiens lintas generasi, geografis, dan kelas sosial. Generasi muda yang dulu dianggap apatis terhadap isu-isu keagamaan kini terlibat aktif melalui konten dakwah ringan, edukatif, dan inspiratif. Demokratisasi akses ilmu agama ini memungkinkan terbentuknya ruang publik keagamaan yang lebih inklusif. Namun, di sisi lain, muncul pula risiko komodifikasi agama, di mana pesan dakwah disesuaikan dengan selera pasar dan logika algoritma. Agama bisa tereduksi menjadi *konten* yang dikapitalisasi untuk *engagement*, bukan lagi sebagai sarana pencerahan spiritual.

Dari perspektif *state of the art*, penelitian mengenai transformasi otoritas keagamaan di era digital menunjukkan bahwa fenomena ini bukan sekadar tren lokal, melainkan bagian dari gelombang global. Di berbagai negara Muslim, muncul pola serupa: pergeseran legitimasi dari ulama institusional ke *influencer* religius yang tumbuh dalam ruang digital. Studi-studi mutakhir, seperti yang dilakukan oleh Gary Bunt (2022) dan Charles Hirschkind (2020), menunjukkan bahwa otoritas Islam kini bersifat terdesentralisasi, terbuka, dan berbasis jaringan (*networked authority*) (Zaini & Bashori, 2025). Dengan demikian, topik ini memiliki relevansi akademik tinggi untuk memahami dinamika sosiologis Islam kontemporer dan posisi ulama dalam masyarakat yang kian terdigitalisasi.

Urgensi membahas tema ini berakar pada kekhawatiran normatif dan sosiologis terhadap masa depan otoritas keagamaan. Jika otoritas agama tidak lagi berlandaskan legitimasi keilmuan dan moral, melainkan ditentukan oleh *trending topic* dan jumlah

pengikut, maka akan muncul ketegangan antara substansi agama dan mekanisme popularitas digital. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji secara normatif bagaimana ulama dan institusi keagamaan menavigasi perubahan ini tanpa kehilangan otentisitas spiritual dan tanggung jawab sosialnya. Penelitian ini menjadi relevan tidak hanya bagi akademisi Islam, tetapi juga bagi masyarakat luas yang tengah berhadapan dengan derasnya arus informasi dan interpretasi keagamaan di dunia maya.

Akhirnya, penelitian ini dimaksudkan sebagai upaya memahami eksistensi otoritas keagamaan dalam konteks sosiologis yang terus berubah. Dengan menggabungkan pendekatan *Islamic studies* dan teori sosiologi agama, kajian ini berusaha menjelaskan bagaimana ulama sebagai aktor sosial bernegosiasi dengan teknologi, masyarakat, dan dirinya sendiri dalam mempertahankan wibawa keagamaan di era digital. Lebih dari sekadar analisis teoretis, penelitian ini juga diharapkan menjadi refleksi normatif: bahwa otoritas agama sejati bukanlah milik mereka yang paling viral, melainkan mereka yang paling bertanggung jawab terhadap kemaslahatan umat di tengah kebisingan dunia digital.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini dirancang secara kualitatif dengan pendekatan kombinatif antara kajian pustaka intensif dan etnografi digital (*digital ethnography*) untuk menangkap dinamika transformasi otoritas keagamaan di ruang media sosial. Kajian pustaka berfungsi sebagai fondasi historis dan teoritis mengumpulkan sumber primer dan sekunder berupa buku, artikel jurnal, fatwa lembaga, serta arsip digital yang kemudian dipadukan dengan pengamatan langsung pada platform-platform utama (mis. YouTube, Instagram, TikTok, X/Twitter) sebagai arena praktik sosial kontemporer. Sampel akun ulama/ influencer religius dipilih secara purposive dan snowball: kriteria inklusi meliputi tingkat pengikut, frekuensi unggahan dakwah, variasi format (video ceramah, Q&A, story), dan keterlibatan audiens (*engagement rate*). Selain itu, penelitian ini juga mengambil dokumen institusional (pedoman pesantren, SK lembaga, pernyataan resmi organisasi keagamaan) untuk melihat respons kelembagaan terhadap fenomena digitalisasi. Metode pengumpulan data meliputi arsip digital postingan selama kurun waktu tertentu (mis. 24 bulan terakhir), analisis thread/perbincangan publik, observasi partisipatif pada sesi-sesi live streaming, serta wawancara mendalam semi-terstruktur dengan aktor kunci: ulama tradisional, ulama digital, pengelola lembaga keagamaan, dan sampel pengikut pengguna media sosial. Etika penelitian dijaga dengan prosedur informed consent tertulis untuk wawancara, anonimisasi data sensitif, serta pemetaan risiko terkait privasi dan potensi represi sosial; khusus untuk data publik di media sosial, peneliti tetap menerapkan prinsip kehati-hatian dalam pengutipan dan penyajian konteks agar tidak mereproduksi narasi yang dapat menimbulkan bahaya sosial.

Analisis data dilakukan melalui triangulasi metode dan sumber agar hasil yang disajikan memiliki kedalaman interpretatif dan kredibilitas ilmiah. Secara operasional, seluruh data kualitatif yang terkumpul akan ditranskrip, dikodekan secara manual dan dengan bantuan perangkat lunak analisis kualitatif (mis. NVivo/Atlas.ti) menggunakan langkah-langkah open coding, axial coding, dan selective coding untuk menumbuhkan tema-tema utama yang relevan dengan kerangka teoretis (otoritas karismatik Weber, modal simbolik dan field Bourdieu, serta teori jaringan sosial kontemporer). Analisis wacana juga diterapkan pada teks-teks dakwah untuk menangkap strategi retorik, repertori simbolis, dan narasi legitimasi yang dibangun. Validitas temuan diperkuat

melalui teknik member checking dengan beberapa informan kunci, peer debriefing dengan rekan sejawat, serta audit trail untuk mencatat keputusan metodologis selama proses penelitian. Untuk aspek normatif, penelitian ini menggunakan pendekatan evaluatif yang berhati-hati menginterogasi implikasi etis dari komodifikasi agama dan fragmentasi otoritas tanpa mengabaikan kompleksitas konteks lokal; keterbatasan studi, seperti keterwakilan sampel digital dan dinamika algoritmik yang berubah cepat, akan diuraikan secara transparan agar pembaca memahami ruang lingkup generalisasi temuan.

### ***Pendekatan dan Jenis Penelitian***

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis kajian pustaka (library research) yang berorientasi pada analisis konseptual dan reflektif terhadap fenomena transformasi otoritas keagamaan di era digital. Pendekatan ini dipilih karena relevan untuk mengkaji ide, konsep, dan konstruksi sosial yang berkembang dalam wacana keagamaan tanpa keterlibatan langsung pada lapangan empiris. Kajian pustaka ini berupaya menginterpretasi ulang dinamika sosial-keagamaan dengan menggunakan teori-teori klasik dan kontemporer dalam sosiologi agama, seperti otoritas karismatik Max Weber dan modal simbolik Pierre Bourdieu, sebagai perangkat analisis utama (Nasyirudin, 2025). Metode ini memungkinkan peneliti mengurai fenomena pergeseran otoritas ulama dari basis tradisional menuju ruang digital dengan mempertimbangkan aspek historis, sosial, dan epistemologis. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga interpretatif menawarkan pemahaman mendalam tentang hubungan antara agama, teknologi, dan legitimasi sosial di tengah transformasi budaya digital.

### ***Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data***

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder yang seluruhnya diperoleh melalui penelusuran literatur. Data primer mencakup karya ilmiah yang secara langsung membahas tema otoritas keagamaan dan transformasi digital, seperti artikel jurnal bereputasi, buku ilmiah, disertasi, dan hasil penelitian lembaga keislaman. Sedangkan data sekunder mencakup berita daring, unggahan media sosial, transkrip ceramah digital, serta dokumen resmi lembaga keagamaan seperti MUI, Nahdlatul Ulama, dan Muhammadiyah yang relevan dengan perubahan pola dakwah digital. Proses pengumpulan data dilakukan melalui empat tahap: (1) eksplorasi literatur akademik menggunakan basis data seperti Google Scholar, Scopus, dan DOAJ; (2) penyaringan literatur dengan kriteria relevansi, kebaruan, dan kredibilitas sumber; (3) pencatatan sistematis menggunakan *citation manager* (Zotero atau Mendeley); serta (4) penyusunan kerangka tematik berdasarkan konsep otoritas, legitimasi sosial, dan ruang digital. Pendekatan ini memastikan bahwa seluruh data yang digunakan memiliki kekuatan argumentatif dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

### ***Teknik Analisis Data***

Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis isi (*content analysis*) yang bersifat kualitatif dan interpretatif. Setiap literatur dianalisis melalui tahapan reduksi data, kategorisasi tema, dan penarikan makna konseptual. Proses reduksi dilakukan untuk memilih literatur yang paling relevan dengan fokus penelitian, kemudian dilakukan pengkodean terhadap ide-ide utama seperti otoritas, karisma, legitimasi sosial, dan digitalisasi agama. Selanjutnya, analisis dilakukan dengan membandingkan pandangan



antar penulis untuk menemukan pola persamaan, kontradiksi, dan kecenderungan teoretis yang berkembang. Pendekatan teoritis Weber dan Bourdieu dijadikan pisau analisis dalam menafsirkan data yang telah dikumpulkan, sementara pendekatan *hermeneutika sosial* digunakan untuk memahami konteks makna di balik transformasi otoritas keagamaan tersebut (Badrudin et al., 2024). Untuk menjaga validitas dan objektivitas, peneliti menerapkan teknik triangulasi sumber, yakni dengan mengonfirmasi konsistensi data dari berbagai literatur akademik dan sumber digital terpercaya. Dengan demikian, hasil analisis tidak hanya bersandar pada data tekstual, tetapi juga merepresentasikan dinamika sosial yang lebih luas dalam konteks keislaman kontemporer.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Pergeseran Paradigma Otoritas Keagamaan*

Pada era pra-modern, otoritas keagamaan bersandar pada sistem sanad dan silsilah keilmuan yang jelas. Legitimasi seorang ulama diperoleh melalui jalur transmisi ilmu yang terverifikasi, lembaga keagamaan seperti pesantren, serta penguasaan terhadap ilmu syar'i. Struktur sosial tradisional menempatkan ulama sebagai sumber kebenaran yang hampir tak terbantahkan karena diikat oleh norma sosial dan kepercayaan kolektif masyarakat. Namun, transformasi sosial akibat modernisasi dan globalisasi secara perlahan mengubah pola penerimaan terhadap otoritas tersebut. Masyarakat modern yang semakin rasional, individualis, dan otonom tidak lagi menerima otoritas semata-mata berdasarkan status genealogis atau lembaga, melainkan pada kapabilitas komunikasi dan relevansi pesan keagamaan dengan realitas kehidupan.

Memasuki era digital, otoritas keagamaan bergeser dari model *traditional-based* menuju *network-based authority*. Media sosial menjadi ruang baru tempat otoritas diproduksi, dipertukarkan, dan dinegosiasikan secara terbuka. Para penceramah yang aktif di ruang digital memperoleh legitimasi bukan lagi melalui sanad keilmuan, tetapi melalui kemampuan membangun kedekatan emosional dan retorika yang menarik bagi audiens virtual. Fenomena ini memperlihatkan bahwa kapital sosial dan simbolik di dunia maya mampu menggantikan fungsi lembaga tradisional dalam menentukan siapa yang dianggap layak berbicara atas nama agama. Pergeseran ini memperlihatkan proses *demokratisasi otoritas keagamaan*, di mana setiap individu dapat tampil sebagai representasi keilmuan tanpa harus melalui institusi formal.

Konteks sosial yang melatarbelakangi fenomena ini tidak terlepas dari tiga faktor besar: modernisasi, individualisasi, dan perkembangan teknologi informasi. Modernisasi telah melahirkan generasi yang terbiasa berpikir kritis dan menuntut akses langsung terhadap sumber keagamaan. Individualisasi menjadikan manusia modern sebagai subjek otonom yang menafsirkan nilai-nilai keagamaan secara personal. Sementara teknologi informasi menyediakan medium untuk menyalurkan tafsir dan opini keagamaan secara instan dan luas. Akibatnya, otoritas keagamaan tidak lagi bersifat vertikal dan terpusat, tetapi horizontal dan terbuka, di mana "siapa saja bisa menjadi ulama" selama mampu merebut perhatian publik digital.

### *Digitalisasi Agama dan Kemunculan Ulama Virtual*

Fenomena "ulama digital" menandai babak baru dalam sejarah otoritas keagamaan Islam. Para *influencer religius* di media sosial hadir dengan gaya dakwah yang adaptif, komunikatif, dan sering kali dikemas dalam bentuk hiburan. Mereka bukan hanya mengajarkan nilai agama, tetapi juga membentuk identitas religius baru yang lebih pop dan kontekstual dengan budaya digital. Ulama digital ini menggunakan platform

seperti YouTube, Instagram, dan TikTok untuk menjangkau generasi muda yang semakin jauh dari otoritas keagamaan tradisional. Dalam konteks ini, agama tidak lagi disampaikan melalui mimbar dan kitab, melainkan melalui *feed*, *story*, dan *live streaming*, sehingga otoritas menjadi bersifat performatif dan visual (Istiqomah et al., 2025).

Media sosial kemudian berfungsi sebagai arena dakwah sekaligus medan legitimasi keagamaan. Para pengguna tidak hanya menjadi audiens pasif, tetapi juga partisipan aktif yang menilai, menyebarkan, dan bahkan mengoreksi pandangan ulama digital. Proses dakwah berubah menjadi dialog publik yang sangat dinamis dan sering kali menantang hierarki otoritas tradisional. Ulama yang dahulu berbicara satu arah kini berhadapan dengan ruang digital yang memungkinkan perdebatan terbuka. Maka, dakwah digital bukan sekadar penyebaran ajaran Islam, melainkan juga proses negosiasi sosial tentang siapa yang berhak menjadi pembawa pesan agama yang otentik.

Lebih jauh lagi, logika algoritma turut membentuk peta otoritas keagamaan baru. Popularitas, *engagement*, dan *virality* kini menjadi ukuran pengaruh yang sering kali menggantikan kedalaman ilmu. Sistem rekomendasi media sosial cenderung mengangkat konten yang menarik perhatian emosional, bukan yang memiliki bobot keilmuan (Migotuwio et al., 2025). Dengan demikian, ulama digital memperoleh legitimasi bukan semata karena ilmunya, tetapi karena daya tarik personal dan kemampuannya menyesuaikan diri dengan ritme budaya digital. Ini menimbulkan paradoks: semakin populer seorang ulama di media sosial, semakin besar pula risiko terjadinya penyederhanaan ajaran dan reduksi nilai-nilai keagamaan yang kompleks.

#### ***Analisis Sosiologis terhadap Mekanisme Legitimasi***

Dalam perspektif Max Weber, munculnya otoritas keagamaan baru di dunia digital dapat dipahami melalui konsep *otoritas karismatik* (Hidayatullah, 2024). Para ulama digital sering kali memperoleh kepercayaan publik bukan karena legalitas institusional, melainkan karena daya tarik personal karisma. Karisma ini terbangun dari kemampuan retorika, kesederhanaan, humor, hingga gaya hidup yang dianggap “relatable” oleh pengikutnya. Di ruang digital, otoritas menjadi produk dari performativitas dan persepsi, bukan dari sanad keilmuan. Weber menyebut fenomena ini sebagai bentuk transisi dari *traditional authority* menuju *charismatic authority*, yang bersandar pada pengakuan emosional masyarakat terhadap figur tertentu.

Selain itu, teori Pierre Bourdieu mengenai *modal simbolik* dan *field* juga relevan digunakan untuk memahami bagaimana otoritas keagamaan diproduksi di ruang digital (Mustofa, n.d.). *Followers*, *likes*, dan *engagement rate* menjadi sumber modal simbolik yang menentukan posisi seseorang dalam *field* keagamaan maya. Mereka yang memiliki modal simbolik besar berhak mendefinisikan kebenaran dan menegaskan “otoritas” versi digital. Dengan demikian, media sosial tidak sekadar menjadi alat dakwah, melainkan arena kompetisi untuk memperoleh legitimasi. Branding religius, gaya berpakaian, hingga pemilihan kata dalam unggahan menjadi strategi simbolik untuk mempertahankan posisi dalam *field* tersebut.

Namun, penting untuk disadari bahwa otoritas di ruang digital tidak bersifat mutlak. Ia selalu dinegosiasikan melalui interaksi publik, komentar, dan partisipasi virtual. Masyarakat berperan aktif dalam membentuk, mempertahankan, bahkan menjatuhkan otoritas seorang ulama digital. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran dari *otoritas yang diberikan* (granted authority) menjadi *otoritas yang dinegosiasikan* (negotiated authority). Dalam konteks ini, otoritas keagamaan di era digital bersifat cair, dinamis, dan berorientasi pada persepsi sosial, bukan pada sistem

sanad atau legitimasi institusional.

### ***Dampak Sosial terhadap Struktur Keagamaan***

Transformasi otoritas keagamaan di era digital membawa implikasi besar terhadap struktur sosial lembaga-lembaga keagamaan tradisional seperti pesantren, majelis taklim, dan organisasi Islam. Lembaga yang selama ini menjadi pilar transmisi ilmu agama mulai menghadapi tantangan eksistensial. Santri dan jamaah kini memiliki akses langsung terhadap sumber-sumber pengetahuan keagamaan melalui kanal digital tanpa harus berguru secara formal. Pola relasi antara guru dan murid yang sebelumnya hierarkis kini berubah menjadi lebih egaliter dan partisipatif. Perubahan ini menimbulkan ambiguitas baru: di satu sisi memperluas jangkauan dakwah, namun di sisi lain melemahkan otoritas kolektif lembaga keagamaan yang dahulu menjadi penjaga ortodoksi dan ortopraxis umat.

Di tengah dinamika tersebut, muncul pula ketegangan simbolik antara ulama tradisional dan ulama digital. Ulama tradisional menilai sebagian ulama digital telah menyalahi etika keilmuan karena kurang memiliki sanad dan disiplin metodologis dalam menyampaikan fatwa. Sebaliknya, ulama digital menilai pendekatan tradisional terlalu kaku dan tidak relevan dengan kebutuhan generasi modern. Konflik simbolik ini bukan semata soal siapa yang lebih berilmu, melainkan siapa yang berhak menafsirkan agama di ruang publik. Benturan otoritas ini merepresentasikan pertarungan antara *habitus lama* dan *habitus baru* dalam istilah Pierre Bourdieu antara sistem simbolik pesantren yang berbasis keilmuan tekstual dan sistem digital yang berbasis representasi visual serta interaksi emosional.

Lebih jauh, dampak sosial dari pergeseran ini juga tercermin dalam cara masyarakat memahami kebenaran agama. Pluralitas sumber otoritas di ruang digital menciptakan fragmentasi pengetahuan keagamaan. Setiap individu kini dapat memilih “ustaz favorit” sesuai selera ideologis atau gaya penyampaian yang disukai, sehingga kebenaran agama menjadi relatif dan terfragmentasi (Mayasari, 2025). Muncul fenomena *echo chamber* di mana jamaah hanya mengonsumsi pandangan keagamaan yang sejalan dengan preferensinya. Akibatnya, ruang publik keagamaan menjadi semakin polar dan rentan terhadap misinformasi. Di titik inilah sosiologi agama melihat bahwa digitalisasi tidak hanya mengubah cara berdakwah, tetapi juga mendefinisikan ulang struktur sosial keagamaan dan hubungan antara pengetahuan, kekuasaan, dan keimanan dalam masyarakat Muslim kontemporer.

### ***Implikasi dan Tantangan***

Transformasi otoritas keagamaan di era digital tidak sepenuhnya bersifat destruktif. Sebaliknya, terdapat sejumlah implikasi positif yang patut diapresiasi. Pertama, digitalisasi membuka ruang demokratisasi pengetahuan agama. Setiap individu memiliki kesempatan yang sama untuk mengakses ilmu, tanpa dibatasi jarak geografis atau status sosial. Dakwah dapat menjangkau audiens global dalam waktu singkat dan mendorong kesadaran spiritual di kalangan generasi muda yang lebih akrab dengan dunia digital. Kedua, platform digital memungkinkan munculnya kreativitas dalam penyampaian pesan dakwah melalui podcast, video pendek, hingga diskusi interaktif yang memperkaya bentuk komunikasi keagamaan. Dalam konteks ini, ulama digital menjadi agen transformasi budaya yang membawa ajaran Islam ke dalam ranah komunikasi modern tanpa kehilangan ruh spiritualitasnya.

Namun, di sisi lain, fenomena ini juga menghadirkan tantangan serius bagi integritas keilmuan dan otentisitas dakwah Islam. Komodifikasi agama menjadi salah satu



persoalan paling mencolok, ketika dakwah berubah menjadi konten yang diukur berdasarkan jumlah *views* dan *ads revenue*. Tekanan algoritma dan logika popularitas membuat sebagian ulama digital terjebak dalam produksi pesan-pesan instan yang dangkal secara teologis namun menarik secara visual. Kondisi ini berpotensi menggeser fungsi dakwah dari ibadah menuju industri. Fragmentasi otoritas pun makin nyata: setiap akun dakwah membangun “mazhab” digitalnya sendiri, sehingga batas antara ilmu dan opini pribadi menjadi kabur. Di tengah kebisingan digital ini, masyarakat kehilangan orientasi terhadap siapa yang layak menjadi panutan dalam urusan agama.

Oleh karena itu, tantangan etis yang muncul harus direspons melalui penguatan literasi digital keagamaan, baik bagi para dai maupun bagi umat sebagai audiens. Ulama perlu memahami etika bermedia, menjaga autentisitas pesan dakwah, dan menghindari manipulasi simbol-simbol agama demi kepentingan popularitas. Sementara umat perlu dibekali kemampuan kritis dalam memilah sumber keagamaan yang kredibel. Dalam konteks akademik, literasi digital keagamaan menjadi konsep strategis untuk menyeimbangkan antara kebebasan berekspresi dengan tanggung jawab moral. Rekomendasi sosiologisnya ialah perlunya kolaborasi antara lembaga pendidikan Islam, ormas, dan pemerintah dalam merumuskan pedoman etika dakwah digital agar ruang maya tidak hanya menjadi arena hiburan spiritual, tetapi juga wadah pembentukan kesadaran keagamaan yang mendalam dan beradab.

## KESIMPULAN

Transformasi otoritas keagamaan di era digital merupakan fenomena sosial yang menandai pergeseran fundamental dalam cara masyarakat Muslim memahami, menerima, dan memproduksi pengetahuan keagamaan. Dari hasil kajian pustaka yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa otoritas ulama tidak lagi bersifat statis dan hierarkis sebagaimana dalam sistem tradisional yang bertumpu pada sanad keilmuan dan lembaga formal, tetapi kini bersifat dinamis, cair, dan terbuka. Media sosial telah menjadi arena baru tempat otoritas keagamaan dipertukarkan, dinegosiasikan, bahkan diperebutkan melalui interaksi digital yang sangat cepat. Dalam konteks ini, ulama digital muncul sebagai aktor sosial baru yang memperoleh legitimasi bukan melalui sanad, melainkan melalui popularitas, kredibilitas simbolik, dan daya tarik personal yang dibentuk oleh algoritma serta persepsi publik.

Perubahan tersebut membawa dampak sosiologis yang luas terhadap struktur keagamaan umat Islam. Lembaga-lembaga tradisional seperti pesantren, majelis taklim, dan ormas Islam menghadapi tantangan eksistensial di tengah penetrasi budaya digital yang mengubah pola belajar, cara berdakwah, dan cara beragama. Pergeseran ini menciptakan ruang demokratisasi keilmuan yang positif, namun sekaligus menimbulkan fragmentasi otoritas dan risiko komodifikasi agama. Masyarakat kini tidak hanya menjadi penerima pasif ajaran agama, melainkan juga turut menentukan siapa yang dianggap layak berbicara atas nama Islam. Dengan demikian, fenomena ini tidak sekadar perubahan teknologis, tetapi juga transformasi epistemologis yakni pergeseran dari otoritas berbasis sanad menuju otoritas berbasis jaringan sosial dan kapital simbolik.

Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan bahwa tantangan utama di era digital bukanlah pada keberadaan teknologi itu sendiri, melainkan pada kemampuan umat dan ulama untuk menavigasi etika dan integritas dalam ruang digital. Literasi digital keagamaan menjadi kebutuhan mendesak agar dakwah tetap berorientasi pada nilai-nilai kebenaran, keilmuan, dan tanggung jawab sosial. Para ulama perlu mengintegrasikan

keilmuan tradisional dengan keterampilan komunikasi digital, sedangkan masyarakat harus meningkatkan kesadaran kritis dalam menyaring informasi keagamaan. Hanya dengan keseimbangan antara otentisitas dan adaptasi inilah, transformasi otoritas keagamaan di era digital dapat menjadi momentum untuk memperkuat peradaban Islam yang terbuka, rasional, dan berkeadaban di tengah derasnya arus modernitas dan globalisasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badruddin, S., Halim, P., Wulandari, F. T., & IP, S. (2024). *Pengantar sosiologi*. Zahir Publishing.
- Chairi, E. (2019). Ketiadaan Otoritas Terpusat dalam Fenomena Kontemporer di Indonesia. *SANGKÉP: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan*, 2(2), 197–215. <https://doi.org/10.20414/sangkep.v2i2.666>
- Hidayatullah, R. (2024). Otoritas Keagamaan Digital: Pembentukan Otoritas Islam Baru di Ruang Digital. *Jurnal Ilmu Ushuluddin*, 10, 1–12.
- Istiqomah, D., Rusidi, M., & Yensi, O. (2025). Tafsir Digital: Antara Adaptasi dan Krisis Otoritas Keagamaan. *Lathaif: Literasi Tafsir, Hadis Dan Filologi*, 4(1), 41. <https://doi.org/10.31958/lathaif.v4i1.15416>
- Mayasari, L. D. (2025). KONTESTASI OTORITAS KEAGAMAAN DALAM TAFSIR GENDER DI WEBSITE (STUDI MUSLIMAHNEWS.NET DAN BINCANGMUSLIMAH.COM). *SETARA: Jurnal Studi Gender Dan Anak*, 6(01), 21–38. <https://doi.org/10.32332/jsga.v6i01.8147>
- Migotuwio, N., Giovanni, T. A., & Prayogi, R. (2025). Instrumentasi Viralitas Pada Konten Digital Marketing. *Jurnal Sains Informatika Terapan*, 4(2), 118–128. <https://doi.org/10.62357/jsit.v4i2.553>
- Muhibudin, M., Almusawa, H. N., Imansah, R. K. S., Lallo, L., Marwan, A., Uyuni, B., Nazih, A. G., Wulansari, I., Evalinda, E., & Atieqoh, S. (2025). *Model Dakwah Minoritas Berbasis Maqasid Syariah: Membangun Harmoni dan Keberlanjutan Sosial*. Tren Digital Publishing.
- Mustofa, M. Y. (n.d.). *Pesantren hybrid: studi transformasi tradisi intelektual pesantren di Indonesia*.
- Nasyirudin, M. (2025). Liniage and Symbolic Power. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 14(1), 66–78.
- Richardus, W. N. C. (2020). Ruang Sosial Bourdieusian. *Gerak Kuasa*, 293.
- Zaini, M., & Bashori, B. (2025). Tradisi Tilawah dalam Literatur Tafsir dan Perubahannya di Era Digital: Studi Analisis Kualitatif. *MAHABBAH: Jurnal Ilmu Ushuluddin Dan Pemikiran Islam*, 1(2), 181–192.