



Transformasi Otoritas Keagamaan di Era Dakwah Viral: Kajian *Mediatization of Religion* dengan Perspektif Etik *Mahabbah Rabi'ah al-'Adawiyah*

Muhammad Arifin

Pascasarjana Universitas Islam Tribakti Lirboyo Kediri

arifinjunaidy550@gmail.com

Abstrak:

Penelitian ini mengkaji transformasi otoritas keagamaan di era dakwah viral melalui kajian Mediatization of Religion serta menganalisis relevansi konsep Mahabbah Rabi'ah al-'Adawiyah sebagai perspektif etik dakwah di tengah dominasi media sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif berbasis studi literatur dengan data primer berupa literatur berupa Mediatization of Religion dan pemikiran Rabi'ah al-'Adawiyah, dan data sekunder yang berupa studi kasus empiris mengenai praktik dakwah di media sosial hasil penelitian menunjukkan bahwa proses mediatization telah mentransformasi legitimasi otoritas keagamaan dari yang semula bertumpu pada kompetensi keilmuan menjadi semakin dipengaruhi oleh media digital, seperti algoritman, popularitas, dan performativitas digital. Dalam konteks tersebut, konsep mahabbah Rabi'ah al-'Adawiyah menawarkan perspektif etik yang menegaskan dakwah harus berlandaskan keikhlasan dan murni cinta kepada Allah bukan karena popularitas. Integrasi kedua perspektif ini menghasilkan kerangka etik dakwah yang relevan untuk memperkuat integritas otoritas keagamaan di tengah dinamika media digital.

Kata Kunci: Otoritas Keagamaan, Mediatization of Religion, Mahabbah Rabi'ah al-'Adawiyah, Etika Da'wah, Dakwah Digital

Abstract:

This study examines the transformation of religious authority in the era of viral digital da'wah through the perspective the Mediatization of Religion and analyzes the relevance of Rabi'ah al-'Adawiyah's concept of mahabbah as an ethical framework for da'wah amid the dominance of social media. This research employs a qualitative library research approach, using primary sources on the Mediatization of Religion and the thought of Rabi'ah al-'Adawiyah, while secondary sources consist of empirical studies on da'wah practices across social media platforms. The findings reveal that the process of mediatization has transformed the legitimacy of religious authority from one primarily grounded in scholarly competence to one increasingly shaped by media logic, including algorithms, popularity, and digital performativity. In this context, Rabi'ah al-'Adawiyah's concept of mahabbah offers an ethical perspective that emphasizes da'wah should be grounded in sincerity and pure love for God rather than the pursuit of popularity. The integration of these two perspectives provides an ethical framework for da'wah that strengthens the integrity of religious authority in the dynamic landscape of digital media.

Keywords: Religious authority, Mediatization of Religion, Mahabbah Rabi'ah al-'Adawiyah, Ethics of Da'wah, Digital Da'wah

Pendahuluan

Pendidikan keagamaan dalam tradisi Islam Nusantara, khususnya di lingkungan pesantren, ditujukan untuk menciptakan putra bangsa yang beradab dan berkompeten dalam bidang keagamaan, yang dibangun melalui proses panjang dengan cara mempelajari kitab klasik secara mendalam dengan ulama selama bertahun-tahun, sehingga memiliki sanad keilmuan yang jelas, mampu memahami ilmu agama dengan maksimal, serta mampu menjadi otoritas keagamaan yang sesuai dengan tuntunan syari'at Islam. Dengan demikian, otoritas ini tidak muncul secara instan, melainkan otoritas ini muncul secara perlahan melalui kedalaman spiritual dan disiplin intelektual yang dihasilkan dari mempelajari ilmu agama melalui ahlinya di lembaga keagamaan.

Perkembangan digital pada beberapa dekade terakhir menunjukkan perubahan yang signifikan. Platform media sosial atau media digital dakwah lainnya telah membuka ruang baru untuk penyebaran agama, yang menjadikan pola lama dalam pendidikan keagamaan mulai terkikis. Pembelajaran agama tidak hanya melalui lembaga keagamaan, melainkan mulai bermunculan pembelajaran agama melalui influencer keagamaan di media sosial. Figur keagamaan yang mendapatkan legitimasi bukan dari keahliannya, akan tetapi dari kepopulerannya di media sosial, gaya berbicara yang menarik, atau bahkan hanya karena penampilan visual yang dianggap menarik, membuat publik tertarik pada mereka tanpa perlu memperhatikan kompetensi keilmuannya.¹

Masyarakat awam yang begitu tertarik dengan konsep dakwah di media digital, tanpa memperhatikan atau mengkaji kebenaran apa yang disampaikan oleh pendakwah tersebut. Semakin viral seorang pendakwah di media digital, maka masyarakat umum akan semakin menyukainya. Pendakwah viral seperti ini sangat mudah muncul di algoritma media sosial kita, sehingga dengan berjalannya waktu masyarakat menjadi suka dengan pendakwah yang menguasai media digital. Hal seperti ini membuat ulama tradisional yang sangat ahli dalam bidang agama tetapi tidak paham dengan teknologi, semakin sepi peminatnya. Padahal ilmu yang dimiliki ulama tradisional seperti ini ilmu agamanya sangat matang, karena biasanya mereka selalu mengkaji kitab-kitab turost Islam.

Kondisi praktik tersebut dikenal dengan *mediatization of religion*, yaitu praktik keagamaan bukan lagi dibentuk oleh otoritas keagamaan dengan tradisi keilmuan yang terpecaya, tetapi melalui konten-konten dakwah di media digital,

¹ Mónica Andok, "The Impact of Online Media on Religious Authority," *Religions* 15, no. 9 (2024): 1103, <https://doi.org/10.3390/rel15091103>.

yang mana kebenaran ilmunya belum diketahui sumbernya.² Dalam konteks dakwah Islam pola ini sering muncul di era digital, pendakwah yang mendapatkan legitimasi melalui popularitas di media sosial lebih dikenal publik dibanding ulama pesantren yang memiliki ilmu agama yang jelas sanad keilmuannya. Akibatnya, masyarakat awam lebih memperhatikan pendakwah dari kepopulerannya bukan dari kedalaman ilmunya. Karena algoritma media sosial lebih mengutamakan konten yang menarik visual, *engagement* pengguna, dan koneksi personal berdasarkan minat.³

Fenomena seperti ini menimbulkan paradoks. Di satu sisi, ulama pesantren yang ahli dalam bidang agama seperti hadis, akidah, fikih, dan ilmu syari'at klasik sangat banyak di Indonesia, hanya saja mereka tidak populer di kalangan masyarakat awam, karena mereka tidak tampil di media, kehadiran mereka kalah populer dengan pendakwah digital yang sebenarnya kurang kompeten dalam bidang agama. Hal ini berdampak pada anggapan masyarakat awam bahwa ulama di Indonesia zaman modern tidak kompeten dalam ilmu agama, sebuah anggapan yang terbentuk dari apa yang mereka lihat di media, bukan dari kenyataan yang ada lapangan. Padahal jika diteliti lebih dalam, sangat banyak pendakwah yang masih mengedepankan substansi keilmuan dan integritas moral daripada popularitas.⁴

Di sinilah *mediatization of religion* memiliki peran besar, di satu sisi, *mediatization* memungkinkan dakwah menjadi mudah dijangkau khalayak luas dan memudahkan akses terhadap pengajian agama. Namun disisi lain, logika media bisa berdampak negatif, karena menjadikan agama sebagai produk, pendakwah menjadi selebritas, dan otoritas keagamaan menjadi komoditas. Media tidak hanya menjadi penyebar dakwah, tetapi membangun struktur otoritas sendiri, pendakwah yang fotogenik atau sekedar retorik dan motivatif menjadi representasi agama bagi jutaan masyarakat, sementara ulama yang ahli, tetapi tidak paham digital menjadi tidak tampak. Hal ini berakibat menjadikan agama

² Stig Hjarvard, "The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change," *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook* 6, no. 1 (2008): 9–26, https://doi.org/10.1386/nl.6.1.9_1.

³ Putra Hikmah Febryan et al., "ANALISIS PENGGUNAAN AI DALAM ALGORITMA SOSIAL MEDIA: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW," *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)* 9, no. 1 (2024): 1095–102, <https://doi.org/10.36040/jati.v9i1.12613>.

⁴ Andok, "The Impact of Online Media on Religious Authority."

hanya sebagai konten atau motivasi ringan yang tidak relevan dengan nilai agama sesungguhnya.⁵

Keadaan seperti ini dibutuhkan kerangka perspektif yang bersumber pada tradisi spiritual klasik untuk membedah secara konseptual dan normatif. Pendekatan yang relevan salah satunya adalah konsep *mahabbah* dari Rabi'ah al-'Adawiyah yaitu ibadah bukan hanya karena takut akan siksa neraka dan nikmatnya surga, tetapi beribadah atas dasar cinta kepada Allah. Dalam konsep ini *mahabbah* dipahami sebagai cinta murni kepada Allah menjauhkan diri dari sifat pamrih dalam beribadah tanpa rasa takut dengan neraka atau menginginkan surga.⁶ Hal ini menjadi kritik terhadap pendakwah yang menginginkan kepopuleran dalam menyebarkan agama tanpa mendalami terlebih dahulu ilmu yang ingin disampaikan. Dengan menerapkan kerangka ini, penelitian ini ingin menunjukkan bahwa otoritas keagamaan yang benar dan sah sebaiknya tidak hanya diukur dengan popularitas ataupun visibilitas, tetapi diukur juga dari kedalaman keilmuan dan integritas spiritual yang kuat.

Studi yang membahas otoritas keagamaan di era dakwah media digital telah banyak dilakukan oleh penelitian sebelumnya. Akan tetapi, para peneliti tersebut tidak secara khusus mengaitkan transformasi otoritas keagamaan di era media digital dengan kajian *Mediatization of Religion* dan Perspektif Etik *Mahabbah* Rabi'ah al-'Adawiyah, hal ini menjadi celah penting untuk mengisi kekosongan yang belum disentuh secara tajam oleh penelitian sebelumnya. Banyak peneliti hanya membahas otoritas keagamaan di ruang digital, mereka lebih cenderung fokus pada karakteristik dan proses pembentukan otoritas keagamaan di ruang digital.⁷ Dengan demikian penelitian ini mengisi kekosongan tersebut, dengan mengkaji secara kritis bagaimana *mediatization of religion* dan konsep *mahabbah* Rabi'ah al-'Adawiyah dapat menjadi tolak ukur dan kritik terhadap fenomena otoritas religius di era digital.

Definisi Operasional

1. Mediatization of religion

Mediatization dalam konteks agama merupakan sebuah proses transformatif jangka panjang di mana masyarakat secara bertahap menjadi

⁵ Hanung Sito Rohmawati et al., "Mediatization and Hypermediation in Digital Religion and the Transformation of Indonesian Muslim Religious Practices through Social Media Usage," *Jurnal Sosiologi Agama* 18, no. 2 (2025): 133–50, <https://doi.org/10.14421/jsa.2024.182-01>.

⁶ Fahrudin Faiz, *Jatuh Cinta Kepada-Nya*, 2nd ed. (Jagakarsa: Noura Books, 2025), 280.

⁷ Rahmat Hidayatullah, "Otoritas Keagamaan Digital: Pembentukan Otoritas Islam Baru di Ruang Digital," *Jurnal Ilmu Ushuluddin* 10, no. 2 (2024), <https://doi.org/DOI:%252010.15408/ushuluna.v10i02.%252042831>.

semakin bergantung pada algoritma dan logika media digital dalam mengenali atau memahami agama. Sedangkan dalam konteks dakwah, media dijadikan sebagai otoritas keagamaan, yang mana legitimasi terbesar dihasilkan dari visual pendakwah, retorika, dan juga algoritma media sosial, bukan lagi dari dalamnya keilmuannya dalam bidang keagamaan seperti ulama tradisional.⁸

2. Pergeseran Otoritas Keagamaan

Pergeseran otoritas keagamaan merupakan transformasi wewenang dalam menentukan, mengajarkan, dan menafsirkan ajaran agama, bergeser dari lembaga agama seperti pesantren atau lembaga majelis agama tradisional beralih ke sumber baru, seperti halnya media sosial, karena tuntutan zaman yang mengedepankan teknologi, sehingga ahli agama ataupun lembaga keagamaan yang kompeten untuk mengajarkan nilai-nilai agama seperti tafsir, hadis dan ilmu syari'at secara mendalam tidak lagi memiliki otoritas keagamaan secara mutlak.⁹

3. Mahabbah Rabi'ah al-'Adawiyah

Konsep *mahabbah* Rabi'ah al-'Adawiyah merupakan konsep beragama yang dikenal dengan istilah cinta Ilahi, yaitu beribadah kepada Allah murni atas dasar cinta kepada-Nya bukan karena takut dengan siksa neraka ataupun ingin surga. Sehingga seseorang yang mengedepankan konsep Rabi'ah ia akan beribadah seolah-olah ia berada di sisi Allah dan beribadah tanpa mengharapkan sesuatu apapun. Karena ia beribadah atas dasar cinta kepada Allah, bukan atas dasar pamrih ataupun keuntungan duniawi.¹⁰

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif konseptual analitis melalui studi literatur (*library research*) dari artikel ilmiah terbaru terkait *mediatization*, dakwah digital, otoritas keagamaan, dan mahabbah Rabi'ah al-'Adawiyah yang memadukan konsep *mediatization of religion*, serta perspektif mahabbah Rabi'ah al-'Adawiyah. Metode ini digunakan sebagai data primer untuk mengeksplorasi informasi serta mengkaji bagaimana pergeseran otoritas keagamaan di era dakwah viral dengan konsep *mediatization of religion*, serta etika mahabbah Rabi'ah al-'Adawiyah dapat menjadi tolak ukur dan kritik terhadap fenomena otoritas religius di era digital dari berbagai sumber tertulis, seperti jurnal akademik, artikel, buku, dan dokumen resmi. Penelitian ini juga menggunakan

⁸ Hjarvard, "The Mediatization of Religion."

⁹ Hidayatullah, "Otoritas Keagamaan Digital: Pembentukan Otoritas Islam Baru di Ruang Digital."

¹⁰ Faiz, *Jatuh Cinta Kepada-Nya*.

data sekunder yang berupa studi kasus empiris mengenai praktik dakwah di media sosial seperti youtube, instagram, dan tiktok tentang pola popularitas pendakwah digital.

Dengan menggabungkan konsep komunikasi modern, konsep etik tasawuf klasik, dan riset empiris terkini. penelitian ini membangun argumen secara konseptual dan fokus dalam mengkritisi fenomena otoritas pendakwah viral serta marginalisasi otoritas ulama pesantren. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui analisis dokumen dengan mengkaji beberapa jurnal bereputasi SINTA, buku, serta konten media digital secara sistematis.¹¹ Analisis data digunakan melalui tiga pendekatan, (analisis isi kualitatif) sebagai pemetaan pola dakwah viral di media digital,¹² (analisis *hermeneutika sufistik*) untuk menjelaskan konsep *mahabbah* yang dihubungkan dengan etika dakwah, serta (analisis wacana) guna mengungkapkan konstruksi otoritas yang dibentuk oleh algoritma media digital dan performatif media digital. Keabsahan data di uji melalui triangulasi sumber dengan membandingkan teori *mediatization* dengan konsep *mahabbah* Rabi'ah al-'Adawiyah, serta data konten digital. Keabsahan data juga dijaga melalui triangulasi teori yang bertujuan untuk meminimalkan bias interpretatif. Pendekatan ini memberikan kerangka kajian yang sistematis dan komprehensif sesuai standar penulisan artikel ilmiah bereputasi.

Hasil dan Pembahasan

Pola *Mediatization of Religion* dan Reformasi Otoritas Keagamaan

Konsep *mediatization* merupakan proses *transformasi* sosial yang mana proses budaya seperti pendidikan, politik, agama, dan lainnya menjadi semakin erat ketergantungannya pada logika media, baik dalam bentuk praktik sosial, cara berkomunikasi, atau dalam bentuk simbolik. Sedangkan *mediatization* dalam konsep agama (*mediatization of religion*) merujuk pada proses media yang bertujuan untuk membentuk ulang praktik, otoritas, pemaknaan agama, serta sebagai sarana penyebaran nilai-nilai keagamaan. Dalam teori Hjarvard media mengambil alih fungsi dalam penyebaran praktik keagamaan seperti moralitas, spiritual, dan komunitas. Sehingga otoritas agama tidak bergantung pada ahli agama, tetapi bergantung pada pendakwah yang populer di media sosial.¹³

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dihasilkan Rohmawati bahwa media sosial telah mengubah pola pikir masyarakat Indonesia dalam mempraktikkan dan memahami agama, yang mana dapat mempengaruhi komunitas keagamaan

¹¹ Lori Simons et al., *The Application of Racial Identity Development in Academic-Based Service Learning*, n.d.

¹² Philipp Mayring, "Qualitative Content Analysis," *Forum: Qualitative Social Research* 1, no. 2 (2000).

¹³ Hjarvard, "The Mediatization of Religion."

dengan menentang otoritas ahli agama melalui kemunculan pendakwah di media sosial.¹⁴ Dalam konteks keagamaan, *mediatization* memicu transformasi mendasar dalam struktur otoritas keagamaan. Pada dasarnya otoritas keagamaan dibangun melalui proses panjang melalui pendalaman kitab klasik, sanad keilmuan, dan pengakuan komunitas ulama. Akan tetapi saat ini otoritas keagamaan ditentukan oleh kepopuleran di media digital, melalui strategi daya tarik visual, narasi persuasif, serta produksi video yang menarik, bukan melalui kedalaman ilmu agama.¹⁵

Mediatization of religion berakibat ketidakseimbangan antara pendakwah viral yang memiliki otoritas media digital dan ulama pesantren yang memiliki otoritas keilmuan keagamaan. Masyarakat Indonesia di era digital lebih tertarik pada pendakwah yang tampil dengan gaya dan visual yang menarik serta bahasa yang ringan, meskipun kedalaman ilmunya masih samar. Hal ini memicu masyarakat awam beranggapan bahwa ulama di zaman sekarang tidak memiliki ilmu yang berkualitas tinggi, padahal faktanya di Indonesia masih memiliki banyak ulama yang kompeten pada ilmu agama, hanya saja mereka tidak menyebarkan agama berdasarkan logika viralitas. Dengan artian, *mediatization* telah mengurangi makna otoritas agama dari kualitas keilmuan menjadi kualitas dalam ruang digital.¹⁶

Proses seperti ini juga disebut dengan *deinstitutionalisasi otoritas keagamaan* yaitu pergeseran secara signifikan otoritas keagamaan dari otoritas keilmuan tradisional yang mengedepankan sanad dan kevaliditasan ilmu menuju otoritas digital yang mengedepankan kepopuleran.¹⁷ Dalam ekosistem digital, otoritas agama menjadi disintegrasi, karena seseorang yang mampu membangun algoritma serta membangun citra di media sosial dapat menjadi pengaruh secara signifikan tanpa harus memperdalam ilmu agama melalui lembaga yang tervalidasi seperti pesantren dan lembaga keagamaan lainnya. otoritas yang dahulu dibangun melalui proses yang sangat panjang kini dapat dihasilkan dengan

¹⁴ Sito Rohmawati et al., "Mediatization and Hypermediation in Digital Religion and the Transformation of Indonesian Muslim Religious Practices through Social Media Usage."

¹⁵ MOCH. KHAFFIDZ FUAD RAYA, "DIGITAL RELIGION: THE PACKAGING AND PERSUASION OF CELEBRITY PREACHERS IN CONTEMPORARY INDONESIA," *Journal for the Study of Religions and Ideologies* 23, no. 67 (2024): 80–94.

¹⁶ Ahmad Nur Malik Panigoro, "Islam Digital dan Negosiasi Otoritas Keagamaan," *Alhamra: Jurnal Studi Islam* 6, no. 1 (2025): 71–90, <https://doi.org/10.30595/ajsi.v6i1.20916>.

¹⁷ Lukman Hakim and Zainal Mukhlis, "Otoritas Agama di Ruang Siber: Fragmentasi dan Kontestasi," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 13, no. 2 (2023): 119–32, <https://doi.org/10.15642/jik.2023.13.2.119-132>.

waktu yang singkat melalui satu konten yang viral, sehingga berakibat struktur legitimasi agama menjadi rapuh.¹⁸

Transformasi seperti ini membawa konsekuensi serius, karena masyarakat awam akan beranggapan bahwa pendakwah yang viral di media sosial mencerminkan kualitas ulama Indonesia secara umum. Padahal faktanya, ulama Indonesia yang kompeten untuk memegang otoritas keilmuan keagamaan masih sangat banyak, hanya saja mereka tidak populer di media sosial, karena ulama pesantren lebih fokus mengajarkan ilmu agama secara mendalam daripada kepopuleran di media sosial. Dengan demikian *mediatization* bukan hanya fenomena teknologi, tetapi juga merupakan fenomena epistemologis yang dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat terhadap individual atau golongan yang layak dijadikan cerminan dan dianggap sebagai pemegang otoritas agama.

Perspektif Etik Mahabbah Rabi'ah al-'Adawiyah atas Dakwah Viral di Era Digital

Rabi'ah al-'Adawiyah lahir di kota Bashrah (714-796 M) sebagai anak keempat dari sebuah keluarga yang seluruh anaknya perempuan. Ia merupakan seorang sufi perempuan yang menjadi sentral dalam sejarah tasawuf klasik. Ia dikenal dalam dunia tasawuf sebagai pencetus konsep berinteraksi kepada Allah, yang dikenal dengan *mahabbah* (cinta). Beberapa sufi menganggap *mahabbah* merupakan kedudukan spiritual paling tinggi. Karena seseorang yang telah mencapai kedudukan *mahabbah* berarti orang tersebut telah melewati kedudukan spiritual sebelumnya, seperti *maqam* tobat, zuhud, sabar, dan seterusnya sampai menemukan *maqam* terakhir yaitu *mahabbah*.¹⁹

Konsep *mahabbah ilahiyyah* yang dicetuskan oleh Rabi'ah al-'Adawiyah merupakan *mahabbah* atau cinta kepada Allah secara tulus tanpa pamrih atau takut dengan hal selain Allah. Ia menolak segala bentuk ibadah yang didasarkan karena takut siksa neraka atau mengharap imbalan surga. Sebagaimana doa yang sangat terkenal darinya: “*Ya Allah, jika aku menyembah-Mu karena takut neraka, bakarlah aku di dalamnya. Dan jika aku menyembah-Mu karena mengharap surga, buanglah aku darinya. Tapi jika aku menyembah-Mu murni karena Engkau semata, janganlah Engkau enggan memperlihatkan keindahan wajah-Mu*

¹⁸ Dina Istiqomah et al., “Tafsir Digital: Antara Adaptasi dan Krisis Otoritas Keagamaan,” *Lathaif: Literasi Tafsir, Hadis dan Filologi* 4, no. 1 (2025), <https://doi.org/10.31958/lathaif.v4i1.15416>.

¹⁹ Fahrudin Faiz, *Jatuh Cinta Kepada-Nya*, 2nd ed. (Jagakarsa: Noura Books, 2025), 260.

yang abadi padaku” dalam do’a ini Rabi’ah menegaskan bahwa cinta sejati kepada Allah itu murni tanpa rasa pamrih dan tanpa motivasi duniawi.²⁰

Era digital telah membawa perubahan signifikan, yang mana media digital mendominasi dakwah keagamaan di kalangan masyarakat awam. Dakwah atau pembelajaran keagamaan di era digital tidak lagi berlangsung secara tatap muka dalam majelis pesantren atau majelis keagamaan tradisional, tetapi dakwah lebih didominasi oleh pendakwah yang menggunakan media sosial melalui video singkat, *live streaming*, atau *youtube*. Yang mana, mereka hanya mementingkan kepopuleran atau *engagement* tanpa mendalami ilmu yang akan disampaikan terlebih dahulu, hal ini sering disebut dengan *mediatization*. Fenomena seperti *mediatization* memicu transformasi dalam struktur otoritas keagamaan atau dikenal dengan “otoritas digital”. Mereka yang mampu berpenampilan menarik dan mampu memanfaatkan algoritma media menjadi acuan publik. Hal seperti ini lebih-lebih bergantung pada popularitas di media sosial daripada kedalaman ilmu, sanad, dan kualitas keilmuan.²¹

Otoritas semacam ini dipandang dari perspektif *mahabbah* Rabi’ah memunculkan problem epistemik dan etik. Jika tujuan otoritas dan niat dakwah dibangun atas dasar popularitas atau pencitraan media, maka yang mendasari dakwah ini adalah pamrih duniawi, seperti pengikut dan ketenaran, bukan berdasarkan atas niat tulus untuk menyebarkan ilmu Allah. Efeknya, keikhlasan dan iman pendakwah dapat tergeser oleh logika estetika media dan komersial. Kondisi seperti ini dapat mengurangi nilai keagamaan, yang mulanya sebagai nilai spiritual yang tinggi menjadi hiburan spiritual yang minim refleksi dan dangkal secara substansi. Pada dasarnya Islam mengajarkan bahwa otoritas keagamaan bisa terjadi melalui integritas moral, kedalaman dan sanad keilmuan, serta niat ikhlas karena Allah.²²

Konsep *mahabbah* Rabi’ah berfungsi sebagai kritik etis terhadap praktik dakwah di era digital yang lebih mementingkan keviralan. *Pertama*, *mahabbah* Rabi’ah menegaskan bahwa ibadah harus dilakukan murni karena Allah bukan karena hal duniawi. Dengan demikian, tujuan utama dakwah menjadi lebih jelas, yaitu untuk mengajarkan nilai-nilai Islam dan motivasi untuk mendekatkan diri kepada Allah, bukan ditujukan untuk memenuhi selera pasar atau mendapatkan keuntungan finansial. *Kedua*, konsep *mahabbah* menentang terhadap eksploitasi agama untuk pencitraan diri (*self-branding*). Dalam ilmu tasawuf hal ini dianggap

²⁰ Faiz, *Jatuh Cinta Kepada-Nya*, 280.

²¹ Hidayatullah, “Otoritas Keagamaan Digital: Pembentukan Otoritas Islam Baru di Ruang Digital.”

²² Badrah Uyuni et al., *Islam dan Ilmu Pengetahuan*, 1st ed. (Padang: GET PRESS INDONESIA, 2025), 6.

sebagai penghalang antara hamba dan Allah. Ketenaran merupakan hal yang dapat merusak spiritualitas seseorang, karena ia akan disibukkan dengan urusan duniawi sehingga melupakan Allah. Hal ini sejalan dengan konsep *mediatized of religion* di mana logika media telah menggeser hakikat otoritas keagamaan.²³

Ketiga, dari perspektif *mahabbah*, dakwah seharusnya berangkat dari niat yang bersih, tidak boleh dipengaruhi oleh kepentingan duniawi apapun. Spiritual Rabi'ah menuntut rendah hati terhadap pujian publik dan pelabelan sosial. Pendakwah seharusnya mendorong dirinya agar tidak menjadikan popularitas sebagai sumber legitimasi. *Keempat*, *mahabbah* dapat memberikan sebuah etika dakwah alternatif di tengah dakwah di era digital. Etika ini meletakkan kerendahan hati spiritual, komitmen pada kebenaran, dan keteladanan akhlak sebagai otoritas keagamaan, bukan dari jumlah pengikut di media sosial atau keindahan citra visual.²⁴ Dengan demikian konsep *mahabbah* berfungsi sebagai titik kritis yang mengembalikan nilai dakwah pada asalnya, menginspirasi umat agar menghadirkan ibadah sebagai bentuk cinta, bukan hanya sebagai konsumsi konten.

Mediatization of Religion dan Perspektif Etik Mahabbah Rabi'ah al-'Adawiyah

Integrasi antara konsep *mediatization of religion* dan konsep *mahabbah Rabi'ah al-'Adawiyah* menjadi penting untuk dipelajari secara komprehensif, bagaimana pergeseran otoritas keagamaan di era media digital terjadi. Teori *mediatization* yang dikemukakan oleh Hjarvard (2008) menyatakan media tidak hanya dijadikan sebagai alat penyebaran dakwah, tetapi sebagai aktor struktural yang membentuk otoritas, norma, dan seleksi pendakwah. Sehingga yang menonjolkan visualitas dan viralitas di media cenderung lebih diterima publik ketimbang otoritas ulama tradisional yang memiliki legitimasi keilmuan. Di era digital dakwah tidak lagi dinilai oleh kualitas keilmuan atau otoritas tradisi ulama tradisional, tetapi dari performa di media sosial.²⁵ Beberapa penelitian di Indonesia telah menguatkan fenomena ini, seperti penelitian Budi (2025) bahwa

²³ Hjarvard, "The Mediatization of Religion."

²⁴ Budi Nurhamidin et al., "TRANSFORMASI OTORITAS KEAGAMAAN DI ERA DIGITAL, ANALISIS SOSIOLOGIS TERHADAP PERGESERAN POLA OTORITAS ULAMA DI MEDIA SOSIAL," *AL-MUQADDIMAH – Journal Of Educational and Religious Perspectives* 1, no. 1 (2025): 39–48.

²⁵ Giulia Evolvi and Maria Chiara Giorda, "Introduction: Islam, Space, and the Internet," *Journal of Religion, Media and Digital Culture* 10, no. 1 (2021): 1–12, <https://doi.org/10.1163/21659214-bja10047>.

transformasi otoritas keagamaan bukan lagi dari sanad ataupun legitimasi keilmuan, tetapi melalui daya tarik personal.²⁶

Akan tetapi, teori *mediatization* hanya membahas transformasi otoritas secara struktural, teori ini belum memberikan kerangka etik untuk mengkritik arah transformasi tersebut. Pada titik inilah peran etik *mahabbah* Rabi'ah untuk mengkritiki fenomena *mediatization*. *Mahabbah* sebagai orientasi ibadah yang ditujukan hanya kepada Allah menolak akan segala bentuk ibadah yang ditujukan atas dasar pamrih, seperti popularitas ataupun keuntungan materi. *Mahabbah* menuntun kemurnian niat ibadah atas dasar ikhlas dan menolak segala bentuk *riya'* sebagai mana *self-branding* yang menjadi karakter dari dakwah viral. *Mahabbah* Rabi'ah menempatkan spritualitas tertinggi adalah cinta kepada Allah tanpa rasa pamrih.²⁷ Sebagaimana penelitian yang dilakukan Aggra bahwa Rabi'ah bisa kita jadikan cerminan dalam beribadah, yaitu beribadah murni karena Allah tanpa tujuan duniawi.²⁸

Integrasi dua perspektif ini membuka jalan untuk menghasilkan kerangka kajian dan etis yang lebih mendalam mengenai transformasi otoritas keagamaan di era digital. *Mediatization* membantu memahami transformasi media membentuk otoritas keagamaan.²⁹ Sedangkan *mahabbah* Rabi'ah al-'Adawiyah memberikan arahan etik untuk mengembalikan dakwah pada orientasi murni atas dasar nilai-nilai agama, bukan viralitas.³⁰ Dengan menggabungkan keduanya, penelitian ini menunjukkan bahwa di era digital harus memanfaatkan media digital, akan tetapi media hanya menjadi alat untuk menyebarkan nilai-nilai agama tanpa harus tunduk pada algoritma logika media dan tetap mempertahankan integritas spritualitas. Karena pendakwah yang mengikuti ritme algoritma, akan berisiko terjebak dengan kenyamanan keviralitas tanpa mempertahankan integritas nilai-nilai agama.³¹

²⁶ Budi Nurhamidin et al., "TRANSFORMASI OTORITAS KEAGAMAAN DI ERA DIGITAL, ANALISIS SOSIOLOGIS TERHADAP PERGESERAN POLA OTORITAS ULAMA DI MEDIA SOSIAL."

²⁷ Faiz, *Jatuh Cinta Kepada-Nya*, 280.

²⁸ Anggra Agastyassa Owie, "Prophetic Value in Da'wah Islamiyah Rabiah Al Adawiyah (Paul Ricoeur's Hermeneutical Study in the Book *Mahabbah Cinta Rabiah Al Adawiyah* Written by Asfari MS and Otto Sukatno)," *Jurnal Mediakita Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 6, no. 2 (2022): 196–213, <https://doi.org/10.30762/mediakita.v6i2.48>.

²⁹ Hjarvard, "The Mediatization of Religion."

³⁰ Owie, "Prophetic Value in Da'wah Islamiyah Rabiah Al Adawiyah (Paul Ricoeur's Hermeneutical Study in the Book *Mahabbah Cinta Rabiah Al Adawiyah* Written by Asfari MS and Otto Sukatno)."

³¹ Panigoro, "Islam Digital dan Negosiasi Otoritas Keagamaan."

Penggabungan dua perspektif ini menawarkan paduan normatif serta menghasilkan perspektif etika dalam berdakwah. *Mediatization*, jika dipahami dengan cermat dapat memperluas ruang dakwah, sehingga memudahkan ruang akses bagi publik yang tidak mampu hadir pada pengajian atau majelis agama yang diberikan oleh pesantren ataupun lembaga lainnya secara tatap muka. Akan tetapi, pemanfaatan media digital tersebut, perlu adanya batasan moral, agar legitimasi keagamaan tetap terjaga. Dalam hal ini, *mahabbah* Rabi'ah al-'Adawiyah dapat dijadikan dasar dalam menyampaikan nilai-nilai agama di media sosial, sehingga dengan memahami konsep *mahabbah* Rabi'ah pendakwah tetap mengutamakan ketulusan hati dalam menyampaikan nilai agama murni karena Allah, sehingga ia menyampaikan ilmu agama dengan berhati-hati sesuai ajaran Islam dan tidak ada niatan sedikitpun untuk kepentingan duniawi.

Dengan demikian, integrasi antara teori *mediatization* dan konsep *mahabbah* Rabi'ah al-'Adawiyah memadukan dua kekuatan penting, yaitu antara kajian struktural dan perspektif spiritual. Teori *mediatization* membantu menggambarkan transformasi otoritas keagamaan, sedangkan konsep *mahabbah* Rabi'ah mengingatkan bahwa kunci dasar dari dakwah adalah ikhlas serta niat murni untuk menyebarkan ilmu Allah. Integrasi keduanya menjadi kontribusi orisinal dalam menciptakan metode dakwah baru yang dapat disebut dengan etika dakwah berbasis *mahabbah*, yaitu dakwah yang memanfaatkan media, tetapi menjadikan nilai spiritual agama sebagai pusat orientasi. Dalam model ini otoritas tidak dibangun melalui popularitas, akan tetapi dari akhlak, ilmu, dan keikhlasan pendakwah. Model ini sekaligus menjadi perspektif di era digital, bahwa media tidak boleh menjadi penentu indikator dakwah, karena orientasi utama dakwah adalah membawa manusia mendekat kepada Allah bukan kepada algoritma media.

Transformasi Persepsi Keulamaan di Era Dakwah Viral

Transformasi otoritas keagamaan yang diakibatkan oleh *mediatization* tidak hanya mempengaruhi struktur keilmuan, tetapi juga berdampak luas pada praktik keagamaan dan pergeseran otoritas keilmuan dalam persepsi publik terhadap siapa yang layak disebut ahli agama di masyarakat umum. Munculnya pendakwah yang viral di publik meski tidak kompeten dalam ilmu agama dapat menciptakan reduksi terhadap kerumitan ajaran Islam, karena nilai keagamaan tidak lagi dikemas dengan moral dan kultur pesantren, tetapi dikemas dengan tujuan meraih algoritma media sosial. Akibatnya, pemahaman keagamaan dari masyarakat menjadi fragmentaris, rendah, dan rentan terhadap sensasionalisme.³²

³² Sito Rohmawati et al., "Mediatization and Hypermediation in Digital Religion and the Transformation of Indonesian Muslim Religious Practices through Social Media Usage."

Hal seperti ini mengakibatkan lembaga-lembaga tradisional yang memiliki legitimasi keagamaan yang jelas, seperti pesantren dan *majelis ta'lim* keagamaan yang selama ini menjadi pusat diseminasi keilmuan Islam yang sistematis, berbasis sanad, dan hierarkis menjadi lemah dan jarang dilirik oleh masyarakat. Situasi seperti ini berakibat berubahnya keberagamaan menjadi hiburan semata, bukan usaha komprehensif dalam memahami nilai agama. Selain itu, transformasi otoritas keagamaan turut mempengaruhi hubungan antara pendakwah viral dan ulama tradisional. Ulama pesantren yang memiliki otoritas keagamaan mulai tersisih dari ruang publik digital karena tidak mengikuti algoritma media digital yang kompetitif dan cepat.

Studi dalam kajian agama digital menunjukkan bahwa media sosial mampu memproduksi ulang struktur legitimasi keagamaan, tidak hanya sekedar menyebarkan konten keagamaan. Hal ini terbukti dengan beberapa penelitian yang menyebutkan bahwa media digital saat ini telah menjadi penentu atas pengakuan kewibawaan seseorang yang dipengaruhi seberapa sering ia muncul di media, bukan karena pengakuan dari lembaga-lembaga atau komunitas yang kredibel dalam keagamaan.³³ Media digital memiliki kekuatan untuk menentukan figur otoritatif versi mereka sendiri. Hal ini membuat ketergantungan publik pada *knowledge legitimacy* berkurang, publik lebih bergantung pada *visibility legitimacy*. Hal ini berakibat tersingkirnya ulama yang berkompeten pada bidang agama dari ruang publik.

Pergeseran otoritas keilmuan di era digital ini berakibat secara drastis dan nyata terhadap pola pikir yang dangkal masyarakat pada agama, karena mereka hanya mempelajari agama melalui konten singkat di media sosial yang belum diketahui sanad keilmuan dan kevaliditasannya tanpa mempelajari secara langsung di institusi atau lembaga agama kepada pakarnya. Dalam jangka panjang, hal ini berpotensi mentransformasi wajah Islam di Indonesia pada ruang publik, karena generasi digital telah mengubah secara perlahan metode dakwah melalui popularitas dan performatif, yang mulanya metode dakwah dijaga kredibilitasnya dengan tradisi ilmiah dan sanad oleh ulama tradisional. Hal ini akan berdampak pada generasinya selanjutnya, mereka akan tumbuh dengan kerangka agama yang sensasional, pragmatif, dan permisif.³⁴

³³ Budi Nurhamidin et al., "TRANSFORMASI OTORITAS KEAGAMAAN DI ERA DIGITAL, ANALISIS SOSIOLOGIS TERHADAP PERGESERAN POLA OTORITAS ULAMA DI MEDIA SOSIAL."

³⁴ Maria Patricia Tjasmadi and Christianto, "Segmentasi Interaksi Sosial Negative Stereotype di Era Algoritma: Analisis Dampak Echo Chamber pada Platform Daring," *Jurnal Shanan* 9, no. 2 (2025): 130–46, <https://doi.org/10.33541/shanan.v9i2.7302>.

Mengingat krisis dan pergeseran otoritas keilmuan tersebut di era digital, sebagaimana yang telah dibahas pada bab sebelumnya, penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi antara teori *mediatization* dan perspektif etik *mahabbah* Rabi'ah al-'Adawiyah memiliki relevansi krusial sebagai upaya mencegah rekonstruksi otoritas keagamaan. Tanpa kesadaran kritis terhadap pergeseran otoritas keilmuan, dakwah melalui media digital bisa terus memproduksi dan memodifikasi agama. Oleh sebab itu, pemulihan otoritas agama berbasis ilmu, adab, karakter keilmuan pesantren, serta niat murni karena Allah sangat penting, agar agama tidak kehilangan esensialnya, walaupun disebarkan melalui media digital. Dengan demikian penelitian ini menekankan bahwa transformasi media tidak hanya menuntut adaptasi teknis, tetapi perlu reorientasi spiritual masyarakat untuk mengenali dan memahami otoritas keagamaan.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena dakwah viral di era digital telah menciptakan transformasi otoritas keagamaan. Melalui teori *mediatization of religion*, otoritas keagamaan tidak lagi bertumpu pada kedalaman dan sanad keilmuan, atau reputasi keulamaan, tetapi otoritas keagamaan ditentukan oleh popularitas, daya tarik visual, dan kemampuan pendakwah untuk mengikuti alur algoritma media sosial. Hal ini mengakibatkan banyaknya bermunculan pendakwah keagamaan yang populer meskipun secara kapasitas keilmuan masih dianggap tidak kompeten. Sehingga timbul persepsi masyarakat awam, bahwa kualitas ulama di Indonesia tidak lagi kompeten, padahal faktanya masih banyak ulama yang kompeten dibidang agama, hanya saja tidak populer di media digital yang sangat kompetitif. Di tengah transformasi tersebut, konsep *mahabbah* Rabi'ah al-'Adawiyah menawarkan perspektif etik yang menempatkan keikhlasan dan cinta murni kepada Allah sebagai landasan utama dakwah.

Integrasi antara konsep *mediatization of religion* dan *mahabbah* Rabi'ah menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif. *Mediatization* menerangkan bagaimana media mengubah praktik keagamaan, sementara *mahabbah* menjelaskan bagaimana transformasi itu seharusnya disikapi secara etis. Dari sinilah muncul konsep etika dakwah berbasis *mahabbah*, yaitu kerangka normatif dakwah yang memanfaatkan media tanpa harus bergantung pada algoritma media sosial dengan tujuan popularitas, tetapi murni karena ingin menyebarkan nilai-nilai agama secara ikhlas dan menjadikan ilmu serta akhlak sebagai fondasi otoritas keagamaan. Pada akhirnya, penelitian ini menegaskan bahwa dakwah di era digital memiliki tantangan berupa popularitas, tetapi poin utama dari dakwah tetap harus dijaga dengan menjaga integritas otoritas keagamaan dan memastikan bahwa media digital menjadi alat untuk mendekatkan hamba kepada Allah, bukan untuk hal duniawi. Penelitian ini juga membuka peluang kajian lanjutan

bagaimana lembaga keagamaan dan masyarakat dapat membangun ekosistem dakwah yang sesuai dengan ajaran Islam di tengah berkembangnya media digital.

Daftar Pustaka

- Andok, Mónica. “The Impact of Online Media on Religious Authority.” *Religions* 15, no. 9 (2024): 1103. <https://doi.org/10.3390/rel15091103>.
- Budi Nurhamidin, Sabil Mokodenseho, and Haslinda Mokodompit. “Transformasi Otoritas Keagamaan Di Era Digital, Analisis Sosiologis Terhadap Pergeseran Pola Otoritas Ulama Di Media Sosial.” *AL-MUQADDIMAH – Journal Of Educational and Religious Perspectives* 1, no. 1 (2025): 39–48.
- Evolvi, Giulia, and Maria Chiara Giorda. “Introduction: Islam, Space, and the Internet.” *Journal of Religion, Media and Digital Culture* 10, no. 1 (2021): 1–12. <https://doi.org/10.1163/21659214-bja10047>.
- Faiz, Fahrudin. *Jatuh Cinta Kepada-Nya*. 2nd ed. Noura Books, 2025.
- Hakim, Lukman, and Zainal Mukhlis. “Otoritas Agama di Ruang Siber: Fragmentasi dan Kontestasi.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 13, no. 2 (2023): 119–32. <https://doi.org/10.15642/jik.2023.13.2.119-132>.
- Hidayatullah, Rahmat. “Otoritas Keagamaan Digital: Pembentukan Otoritas Islam Baru di Ruang Digital.” *Jurnal Ilmu Ushuluddin* 10, no. 2 (2024). <https://doi.org/DOI:%252010.15408/ushuluna.v10i02.%252042831>.
- Hikmah Febryan, Putra, Arya Kusuma Negara, and Muhammad Farell Altivan Ramadhan. “Analisis Penggunaan AI dalam Algoritma Sosial Media : Systematic Literature Review.” *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)* 9, no. 1 (2024): 1095–102. <https://doi.org/10.36040/jati.v9i1.12613>.
- Hjarvard, Stig. “The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change.” *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook* 6, no. 1 (2008): 9–26. https://doi.org/10.1386/nl.6.1.9_1.
- Istiqomah, Dina, Muhammad Rusidi, and Opi Yensi. “Tafsir Digital: Antara Adaptasi dan Krisis Otoritas Keagamaan.” *Lathaif: Literasi Tafsir, Hadis dan Filologi* 4, no. 1 (2025). <https://doi.org/10.31958/lathaif.v4i1.15416>.

- Mayring, Philipp. "Qualitative Content Analysis." *Forum: Qualitative Social Research* 1, no. 2 (2000).
- Owie, Anggra Agastyassa. "Prophetic Value in Da'wah Islamiyah Rabiah Al Adawiyah (Paul Ricoeur's Hermeneutical Study in the Book Mahabbah Cinta Rabiah Al Adawiyah Written by Asfari MS and Otto Sukatno)." *Jurnal Mediakita Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 6, no. 2 (2022): 196–213. <https://doi.org/10.30762/mediakita.v6i2.48>.
- Panigoro, Ahmad Nur Malik. "Islam Digital dan Negosiasi Otoritas Keagamaan." *Alhamra: Jurnal Studi Islam* 6, no. 1 (2025): 71–90. <https://doi.org/10.30595/ajsi.v6i1.20916>.
- Raya, Moch. Khafidz Fuad. "Digital Religion: The Packaging And Persuasion Of Celebrity Preachers In Contemporary Indonesia." *Journal for the Study of Religions and Ideologies* 23, no. 67 (2024): 80–94.
- Simons, Lori, Lawrence Fehr, Nancy Black, Francis Hogerwerff, Denise Georganas, and Brittany Russell. *The Application of Racial Identity Development in Academic-Based Service Learning*. n.d.
- Sito Rohmawati, Hanung, Zulkifli, and Nashrul Hakiem. "Mediatization and Hypermediation in Digital Religion and the Transformation of Indonesian Muslim Religious Practices through Social Media Usage." *Jurnal Sosiologi Agama* 18, no. 2 (2025): 133–50. <https://doi.org/10.14421/jsa.2024.182-01>.
- Tjasmadi, Maria Patricia and Christianto. "Segmentasi Interaksi Sosial Negative Stereotype di Era Algoritma: Analisis Dampak Echo Chamber pada Platform Daring." *Jurnal Shanan* 9, no. 2 (2025): 130–46. <https://doi.org/10.33541/shanan.v9i2.7302>.
- Uyuni, Badrah, Sandi Pratama, and Winda Jubaidah. *Islam dan Ilmu Pengetahuan*. 1st ed. GET PRESS INDONESIA, 2025.