

PENDIDIKAN ISLAM, NEW MEDIA DAN PERGESERAN OTORITAS KEAGAMAAN

Muhammad Rifdillah¹, Wawan Wahyuddin², Ali Muhtarom³,
Purnomo Mulyosaputro⁴, Vita Vitisia⁵,
UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten^{1,2,3,4,5}
rifdillah17@gmail.com¹

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini untuk menganalisa pendidikan islam, new media dan pergeseran otoritas keagamaan dengan dampak perubahan dalam bidang social, politik, ekonomi dan budaya serta perubahan mendasar dalam seluruh aspek kehidupan manusia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi dan pendalaman pada data yang didapat dari sumber-sumber literatur yang sudah ada sebagai rujukan primer dan menganalisis beberapa fakta serta data lain dari berbagai sumber. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa media baru, yang menggunakan platform untuk menyebarkan Islam, bukan hanya platform untuk otoritas Islam. Muhammadiyah dan Nahdatul Ulama (NU) adalah pengaruh yang signifikan di Indonesia, membentuk masyarakat modern. Agama dapat menciptakan pemahaman yang komprehensif tentang sistem agama, mengubahnya menjadi alat penting untuk memahami dunia. Simpulan penelitian ini bahwa mau tidak mau kita harus mengikuti era digital sebagai media pendidikan Islam dan Keagamaan.

Kata Kunci: *New Media*, Pendidikan Islam, Pergeseran Otoritas Keagamaan

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze Islamic education, new media, and the shift of religious authority with the impact of changes in the social, political, economic, and cultural spheres as well as fundamental changes in all aspects of human life. This research uses qualitative methods. The data collection technique involves observation and in-depth analysis of data obtained from existing literary sources as a primary reference and analysis of some facts as well as other data from various sources. The results of this study reveal that the new media, which uses a platform to spread Islam, is not just a platform for Islamic authorities. Muhammadiyah and Nahdatul Ulama (NU) are significant influences in Indonesia, shaping modern society. Religion can create a comprehensive understanding of the religious system, turning it into an essential tool for understanding the world. The conclusion of this research is that if we don't want to, we must follow the digital age as the media of Islamic education and Religion.

Keywords: *Islamic Education, New Media, Shifting Religious Authority*

PENDAHULUAN

Sistem informasi kita telah berubah secara signifikan akibat kemajuan teknologi. Eksistensi sistem analog berangsur-angsur berubah seiring dengan perkembangan teknologi digital. Teknologi digital digunakan dalam setiap aspek kehidupan untuk mempermudah masyarakat. Dibandingkan sistem analog, sistem digital dianggap lebih efektif. Lebih cepat, tepat, dan efektif. Generasi muda sudah mulai beralih dari teknologi analog ke digital. Generasi yang dianggap paling menerima transformasi ini adalah Generasi Y atau generasi milenial. Masyarakat mampu mengadopsi teknologi baru jika sebelumnya telah mendapatkan pengajaran teknologi digital di sekolah. Namun, internet, komputer, dan perangkat seluler kini sudah menjadi hal yang lumrah (Santoso, 2022).

Kemajuan teknologi informasi mempunyai pengaruh yang signifikan, yang mungkin perlu diteliti lebih lanjut. Perlahan tapi pasti, perilaku manusia berubah. Informasi tersedia bagi semua orang. Kelompok pelanggan utama teknologi ini, generasi milenial, sedang mengalami transisi yang cepat. Untuk tujuan informasi, generasi milenial sering kali beralih ke media baru. Mereka dapat memperoleh informasi dan mengaksesnya dengan cepat. Agar selalu *up to date* dengan berita-berita terkini, gadget menjadi sebuah kebutuhan. Media baru adalah sumber utama perolehan pengetahuan, bukan hanya berita. Bagi generasi milenial, mempelajari hal baru sudah menjadi ciri khas (Santoso, 2022).

Jaringan produksi, transportasi, dan komunikasi semuanya terkena dampak pesatnya kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK). Saat ini, ilmu pengetahuan dan teknologi saling terkait dengan hampir setiap aspek

kehidupan. Cara hidup masyarakat saat ini juga dapat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi mempengaruhi unsur keagamaan selain kepedulian sosial dan aspek kehidupan sehari-hari lainnya (Rahmayani, 2018).

Sebelumnya, selama berabad-abad, para pengkhotbah dan ulama membangun reputasi dan otoritas mereka dengan mendedikasikan waktu bertahun-tahun untuk menghafal dan membaca Al-Quran secara keseluruhan. Umat Islam di Indonesia seringkali lebih taat dan mengindahkan nasehat para pemimpin agama tradisional. Namun, terdapat perubahan nyata dalam menanggapi peningkatan penggunaan media sosial yang luar biasa, yang berdampak pada cara masyarakat mencari sumber pengetahuan baru dan sejalan dengan kecenderungan umat Islam (Rachmadhani, 2021).

Tidak dapat dipungkiri bahwa *new media* membawa dampak perubahan signifikan dalam bidang sosial, politik, ekonomi, dan budaya serta perubahan mendasar dalam seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk hubungan antarpribadi dan perilaku individu. Selain itu, hal ini tidak mengabaikan hubungan yang didasarkan pada standar agama atau perubahan besar dalam praktik keagamaan, fatwa, dan gagasan (Jinan, 2013).

Menurut Teusner dan Cambell, kecenderungan ini menghadirkan tantangan sekaligus alasan bagi agama untuk bersikap optimis. Teknologi modern dan penggunaan *new media* telah memungkinkan berkembangnya ide-ide inovatif dan segar tentang bagaimana merencanakan dan mengoordinasikan revolusi sosial dan gerakan politik yang memiliki dampak cepat di seluruh dunia (Jinan, 2013).

Perubahan otoritas keagamaan dan ikatan antara umat dan pemuka agama yang menjadi panutan dalam kehidupan sehari-hari merupakan dua perubahan lain yang sangat signifikan dalam bidang keagamaan. Guru besar agama, ulama, mursyid, dan ustad sejauh ini memegang kendali atas agama. Pemerintah mempunyai pemahaman yang kuat terhadap otoritas keagamaan berkat Kementerian Agama dan kelompok non-pemerintah seperti Organisasi Massa (ORMAS) keagamaan. Namun, dalam beberapa tahun terakhir terdapat pergerakan menuju *new media* yang terkesan impersonal dan sebagian besar terfokus pada jaringan informasi (internet). Tergantung pada preferensi dan kebutuhan khusus mereka, siapa pun dapat dengan mudah memperoleh pengetahuan. Ulama tidak perlu dipertanyakan secara eksplisit oleh orang yang mencari solusi suatu persoalan. Tidak hanya ulama tradisional yang masih memiliki fatwa agama. Berkat pengetahuan yang diberikan oleh media, setiap orang kini dapat menemukan solusi dan membuat penilaian (Jinan, 2013).

Otoritas tradisional, hukum, dan karismatik adalah tiga jenis otoritas yang diidentifikasi Max Weber. Seorang pemimpin dalam budaya tradisional yang memiliki kekuasaan untuk menafsirkan dan menegakkan hukum yang relevan dikatakan memiliki "otoritas tradisional". Menurut Weber, modernisasi juga akan menggantikan kekuasaan tradisional ini dengan otoritas hukum yang muncul dan tumbuh seperti halnya otoritas birokrasi dalam masyarakat Barat yang waras dan beralasan (Rachmadhani, 2021).

Loyalitas terhadap otoritas hukum didasarkan pada gagasan rasionalisme kontemporer, berbeda dengan otoritas tradisional, yang dikaitkan dengan keyakinan akan kesakralan nilai-nilai

tradisional dan loyalitas kepada pemimpin karena ikatannya dengan pemimpin sebelumnya. Menurut Weber (1947) dan Adair-Totef (2005), otoritas karismatik, disebut juga karomah, mengacu pada penerimaan bahwa pemimpin itu karismatik. Dengan menggunakan perspektif Weber sebagai panduan, kita dapat mengklasifikasikan otoritas Gus Mus sebagai otoritas konvensional atau karismatik (Rachmadhani, 2021).

Dalam Islam, "titik acuan" dan identitas dalam tradisi keagamaan tertentu yang muncul sebagai "pengetahuan", "keyakinan", dan "struktur simbolik" keagamaan yang diwujudkan dalam pengalaman ritual dan komunitas keagamaan disebut sebagai "otoritas agama". Munculnya media baru sejak tahun 1980an juga telah mengubah wajah otoritas agama di Indonesia, seperti halnya masuknya media cetak pada awal abad ke-20 yang mengubah lanskap kekuatan agama di nusantara (Nadzifah, 2020).

Menurut peneliti sebelumnya seperti Dale F. Eickelman, Anderson, dan Bryan S. Turner, pengenalan media baru memecah otoritas agama sekaligus melahirkan pemimpin agama baru. Mereka menekankan bahwa posisi otoritas agama konvensional sebagai penyalur wacana Islam akan berubah ketika otoritas agama baru muncul. Muhammad Qasim Zaman mempunyai pandangan yang berbeda dengan para akademisi di atas, yang menyatakan bahwa meskipun otoritas agama baru telah berkembang, fungsi otoritas agama yang sudah mapan tidak berubah. Namun, otoritas agama tradisional dapat menyesuaikan diri dengan perubahan keadaan. (Rachmadhani, 2021).

Menurut Anderson (2003) yang dikutip dalam Arrobi dan Nadzifah (2020), "penafsir Islam baru" muncul sebagai akibat dari keretakan dan

pluralisasi otoritas agama Islam yang disebabkan oleh disrupsi teknologi media baru. Dua faktor struktural yang saling berhubungan, yaitu gelombang liberalisasi politik-ekonomi pada masa reformasi tahun 1998 dan revolusi teknologi informasi dan komunikasi pada akhir tahun 1990an, memungkinkan munculnya “penerjemah Islam baru” ini di Indonesia. “Penerjemah Islam baru” di Indonesia ini ada kaitannya dengan maraknya “ustadz selebriti” yang diiklankan di televisi nasional pada awal tahun 2000an. Mereka juga mengembangkan reputasi mahir dalam berdakwah melalui teknologi informasi dan komunikasi berbasis internet (Nadzifah, 2020).

Teknik penyampaian ceramah yang diutamakan masih tradisional yaitu dakwah dari mimbar. Namun perkembangan internet dan media baru dalam sepuluh tahun terakhir telah menunjukkan adanya perubahan dalam strategi dan *setting* dakwah. Menurut Haryadi yang mengutip Ansori (2020), dakwah juga dapat dilakukan dengan aksi sosial, kadang disebut pemberdayaan masyarakat melalui penerapan cita-cita dakwah Islam, ungkapan lain dari dakwah dari mimbar (Rachmadhani, 2021).

Kelompok milenial atau generasi muda yang lebih melek teknologi (digital native) dan memiliki intensitas paparan informasi digital yang lebih tinggi sebagian besar menggunakan media baru (misalnya Whatsapp, Instagram, Youtube, Facebook, Podcast, dan Twitter). Generasi milenial dan generasi Z (Gen-Z) langsung belajar mandiri dalam mempelajari agama. Menurut Tempo (2012), 70% pengguna internet di Indonesia yang berusia antara 15 dan 19 tahun menggunakan *Facebook*, menjadikan Indonesia sebagai negara dengan persentase pengguna *Facebook* tertinggi kedua di dunia. Di Indonesia

saat ini, diskusi mengenai agama lazim terjadi di semua platform media sosial (Rachmadhani, 2021).

Sebagian besar cara generasi milenial belajar tentang agama melibatkan media baru. Ini telah berkembang menjadi sumber informasi sekunder dan dalam kasus tertentu menjadi sumber utama untuk mempelajari Islam. Rasa haus generasi milenial terhadap informasi keislaman menyebabkan munculnya beberapa *website*. Berbagai situs Islam dibagi menjadi empat kelompok, termasuk konservatif, Islam politik, multikultural, dan komersial (Santoso, 2022).

Dengan hadirnya internet, kini ada lebih banyak ruang untuk berdebat, mencari informasi, mengatasi krisis identitas, mendapatkan pengalaman spiritual, dan menyebarkan keyakinan agama yang tidak hanya mengandalkan otoritas tertentu. Eickelman dan Anderson menegaskan bahwa pertumbuhan pendidikan massal dan internet, yaitu media baru (media sosial), telah menghasilkan kondisi dialog yang lebih adil di ranah publik. Pembahasan agama adalah salah satunya (Anderson, 2003). Di beberapa situs media sosial, seperti *Instagram*, *Youtube*, *Facebook*, *Podcast*, *Telegram*, dan *WhatsApp*, beragam dakwah dari ustaz, ulama, dan kiai semakin meluas (Rachmadhani, 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif untuk mengkaji permasalahan dan fokus penelitian ini. Metode kualitatif merupakan rangkaian langkah dalam penelitian sosial untuk mendapatkan data deskriptif melalui berbagai media, baik referensi buku, jurnal maupun gambar. Sedangkan teknik pengumpulan data adalah dengan melakukan observasi dan pendalaman pada data yang didapat

dari sumber-sumber literatur yang sudah ada sebagai rujukan primer dan menganalisis beberapa fakta serta data lain dari berbagai sumber lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak *New Media* dalam Pergeseran Otoritas Keagamaan Islam

Pada tahap awal, ulama atau kiyai yang mempunyai pengaruh dan dipandang sebagai orang yang dapat dipercaya dan saleh menjalankan kontrol individu atas agama. Namun seiring berjalannya waktu, mereka yang menguasai Islam bukanlah satu-satunya yang memegang posisi otoritas Islam. Kini, beragam kelompok dengan otoritas keagamaan telah terbentuk. Muhammadiyah dan Nahdatul Ulama (NU) merupakan kelompok yang memiliki pengaruh agama yang signifikan di Indonesia. Dimana masing-masing majelis tarjih Muhammadiyah dan baul masil NU. Selain kedua kelompok tersebut, ada juga Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang berafiliasi dengan pemerintah. Komisi Fatwa merupakan lembaga fatwa yang serupa dengan Muhammadiyah, NU, dan MUI. Biasanya fatwa mengenai masalah pemerintah diminta ke MUI (Rahmayani, 2018).

Masyarakat kini semakin tertarik dengan ulama yang bermunculan di era modern, seperti AA Gym, selain berdirinya organisasi seperti NU, Muhammadiyah, dan MUI. Watson mengeksplorasi bagaimana perubahan otoritas keagamaan terjadi di masyarakat dalam tulisannya "*A Popular Indonesian Preacher: The Signifikansi Aa Gymnastiar.*" AA Gym memimpin pengajian di sana, dan meski keluarganya bukan salah satu ulama tradisional, masyarakat memilih untuk mendengarkannya. Kemajuan teknologi seperti TV, CD, kaset, dan media cetak

semuanya dimanfaatkan AA Gym dalam dakwahnya. Dengan memanfaatkan teknologi tersebut, beliau mampu berdakwah atau menyampaikan khotbah kepada seluruh lapisan masyarakat, baik perkotaan maupun pedesaan, sehingga mereka yang tidak memiliki akses terhadap wisata spiritual dapat mendengarkannya melalui kaset, radio, TV, CD, dan media cetak. Penonton sangat tertarik dengan khotbah yang disampaikan AA Gym berkat teknologi tersebut (Rahmayani, 2018).

Penelitian terbaru mengenai populasi Muslim menyoroti pentingnya *new media* dalam mempengaruhi perilaku Muslim di ranah publik. terutama mengenai bagaimana demokratisasi dan fragmentasi proses publik terjadi sebagai akibat dari kemampuan *new media* untuk melemahkan dominasi tradisional seperti lembaga negara dan agama. Dalam Jinan (2013), Eickelman menyimpulkan bahwa perluasan teknologi informasi baru, termasuk kaset, CD audio, televisi satelit, dan internet, bertepatan dengan penciptaan kelas baru "aktivis Islam" di seluruh dunia Muslim. Ini adalah diskusi segar tentang bagaimana umat Islam menampilkan identitasnya dalam budaya yang selalu berkembang. Sifat agresif media modern mendorong terciptanya struktur dan tatanan baru, yang mempunyai pengaruh besar terhadap runtuhnya otoritas agama konvensional dan perubahan mendasar norma-norma masyarakat (Jinan, 2013).

Sekelompok individu yang bersemangat dan mengandalkan media modern sebagai sumber pengetahuan dikenal sebagai generasi milenial. Ada perbedaan pendapat mengenai definisi dan batasan apa yang disebut media baru. Jika dibandingkan dengan istilah "media lama", maka muncullah frasa "media baru". Banyak pihak yang beragam menggunakan frasa ini dalam

berbagai cara, sehingga memberikan banyak makna dan mencakup konsep, teknologi, dan fungsi yang berbeda. Teknologi komunikasi media massa modern dan komputer digital dianggap sebagai sumber media baru. Media cetak dan analog, seperti surat kabar, film, televisi, dan radio, merupakan andalan media massa sebelum tahun 1980-an (Santoso, 2022).

Di media digital, sering kali terlihat bahwa para pemimpin agama yang sudah lama jauh tertinggal dari para pemimpin agama yang baru muncul dalam hal menduduki forum-forum publik yang baru. Karena tokoh-tokoh penguasa sebelumnya dianggap lamban dan enggan beradaptasi dengan revolusi teknologi digital, pengaruh mereka dalam lanskap keagamaan Indonesia pasca-reformasi semakin melemah. Misalnya, kelompok agama lama seperti Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama dianggap gagap karena mereka meluangkan waktu menggunakan media sosial untuk memperjuangkan kepentingan dan memediasi dakwah mereka. Dengan menggunakan media internet secara aktif dan agresif, para pemimpin agama baru semakin maju dan meninggalkan mereka. Para pengkhotbah baru, datang untuk merebut panggung di tempat-tempat umum baru dengan menggunakan teknik media komunikasi yang baru (Isbah dkk, 2021).

Tidak sepenuhnya benar apa yang dikemukakan atau diasumsikan di atas. Para pemuka agama lama seperti NU dan Muhammadiyah secara perlahan tapi pasti mulai memasuki dan menjelajahi gelombang pertarungan keagamaan di dunia siber, walaupun para pemuka agama lama relatif tertinggal dalam “permulaan” pemuka agama baru dalam menggunakan *new media* untuk membantu operasional dakwah mereka. Penelitian akademis baru-baru ini menunjukkan bahwa kebangkitan *new*

media tidak hanya mengurangi kekuatan otoritas agama tradisional, namun juga memperkuat dan memvalidasinya dalam banyak hal (Isbah dkk, 2021).

Dengan kemajuan teknologi, media baru telah mengambil peran sebagai saluran informasi tradisional termasuk radio, televisi, surat kabar, dan majalah. Ungkapan "*new media*" mengacu pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi digital, terkomputerisasi, atau jaringan. *New media* yang paling populer saat ini berbentuk digital dan disebarluaskan secara *online*. Media ini rentan terhadap manipulasi atau rekayasa. Ketika menggunakan media kuno, muncul skenario yang agak rumit (Santoso, 2022)

Dengan proporsi generasi milenial yang besar dan kondisi geografis yang kepulauan, Indonesia mempunyai kecenderungan yang kuat untuk diterima. Selain itu, banyak di antara mereka yang termasuk dalam kategori sosial ekonomi miskin. Selain itu, juga mencakup mereka yang memiliki kebiasaan membaca yang buruk. Namun, jaringan sosial lebih kuat di komunitas tradisional. Jangkauan media sosial akan memiliki prospek yang paling potensial seiring dengan peningkatan pengguna internet, terutama peningkatan pengguna ponsel. Akibatnya, Indonesia sangat sering menggunakan *new media* (Santoso, 2022).

Meskipun masih memiliki pengguna, media tradisional seperti surat kabar, majalah, radio, dan televisi akan semakin kehilangan daya tariknya. Masyarakat kini telah mencapai titik di mana surat kabar tidak lagi relevan. Seiring berkembangnya teknologi informasi, *new media* akan semakin menggantikan *old media* yang dahulu sukses khususnya di Indonesia. Dibandingkan dengan pencapaian *old*

media dalam jangka waktu yang lebih lama, pengaruh dan jangkauan *New Media* berkembang lebih cepat (Santoso, 2022).

Ketidakkuratan yang beredar bebas di dunia internet seringkali menimbulkan konflik dan ketegangan. Selain itu, narasi-narasi yang bertentangan satu sama lain secara sadar diciptakan di ranah digital. Sebenarnya pesan inti dari seluruh ajaran agama adalah menjalani kehidupan yang tenang, wajar dengan tetap menjunjung tinggi kerukunan dan kasih sayang. Untuk menjaga kesatuan dalam keberagaman, agama mungkin di moderasi (Hefni, 2020).

Tidak dapat disangkal bahwa perkembangan internet sebagai bentuk komunikasi baru bukanlah suatu peristiwa sejarah. Ia masih menggunakan saluran komunikasi lama. Atau dengan kata lain, internet merupakan salah satu tahapan dalam evolusi media komunikasi yang selalu mengalami perkembangan dan perubahan. Oleh karena itu, tidaklah jujur jika menilai pentingnya media baru hanya dari sudut pandang kebaruan. Karena televisi mungkin merupakan sarana komunikasi dan informasi baru ketika pertama kali ditemukan, televisi mungkin juga memiliki komponen baru. Begitu pula dengan berbagai bentuk media (Annazilli, 2018).

Globalisasi tidak diragukan lagi mempunyai pengaruh terhadap komunikasi karena ia telah beralih dari tradisi lisan yaitu pertemuan tatap muka langsung antara informan dan audiens dan menuju penggunaan sarana komunikasi modern. Selain persoalan batas geografis yang dulunya membutuhkan jarak yang jauh untuk ditempuh namun kini tidak menjadi kendala, zaman ini juga dikenal dengan komunikasi yang semakin intens. sebagai hasil dari kemampuan

globalisasi untuk melampaui waktu dan geografi. Kemampuan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak secara langsung melalui audio-visual yang dapat didengar atau dilihat di rumah atau lokasi lain kini menjadi lebih mudah dengan kemajuan teknologi. Selama masih terkoneksi dengan jaringan satelit, baik radio-televisi maupun internet tidak dibatasi pada satu khalayak saja melainkan dapat memiliki banyak khalayak dimanapun berada (Muslim, 2019).

Pengajian saja di masjid atau musala tidak lagi memadai untuk dakwah di era internet karena mereka yang hadir secara fisik di sana hanya bisa mengikuti model ini. Namun, karena teknologi komunikasi saat ini lebih hemat biaya, masyarakat dapat menikmati materi perkuliahan secara efektif dan efisien dengan memanfaatkannya. Kehadiran media ini lebih dari sekedar menyebarkan keyakinan Islam atau melakukan dakwah Islam. Lebih dari itu, media mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi komponen kognitif, emosi, dan perilaku khalayak, sehingga memungkinkan mereka untuk melaksanakan apa yang disampaikan oleh para pengkhotbah (Muslim, 2019).

Ketika kita mempertimbangkan manfaat media baru, menjadi jelas bahwa ada aspek baik dan buruk dari kehadiran media baru saat ini. Sisi positifnya, masyarakat modern sangat dimanjakan dalam hal komunikasi dan pencarian informasi berkat manfaat media baru. Sedangkan kelemahan media modern adalah dapat menimbulkan ketergantungan pada setiap individu. Ketergantungan ini mungkin terwujud ketika seseorang tidak bisa mengalihkan pandangan dari ponsel pintarnya. Suwardi Lubis, salah satu pakar komunikasi, mengatakan bahwasanya terlepas dari semua hal

tersebut, masuknya media baru ke dalam masyarakat bukanlah suatu bencana karena secara umum tidak ada hal yang merugikan dalam media; sebaliknya, konsumen media adalah yang memandang negatif gambaran media tentang diri mereka sendiri (Saleh, 2021).

Selain mudah digunakan dan biaya operasional yang murah, pemanfaatan media sosial untuk dakwah tentunya akan berkontribusi terhadap tersedianya media dakwah untuk menyiarkan kegiatan dakwah. Alhasil, media sosial ini niscaya akan semakin diminati. Tentunya akan lebih mudah bagi para khatib untuk menggunakan media sosial untuk menyiarkan dakwahnya kepada masyarakat umum karena tidak terbatas pada lokasi dan wilayah tertentu bahkan dapat menjangkau negara lain di belahan dunia ini.

Dampak media baru terhadap jaringan Islam, ruang publik Islam, dan otoritas keagamaan konvensional dapat berubah. Cara pandang terhadap agama, fatwa dan praktiknya, serta hubungan yang didasarkan pada standar agama semuanya diubah oleh media baru. Bagi agama, kecenderungan ini menimbulkan masalah sekaligus harapan. perubahan struktur kekuasaan dalam suatu agama dan interaksi antara pengikut dan pemuka agama yang menjadi panutan dalam kehidupan sehari-hari (Marwantika, 2019).

Dampak kedua dari perkembangan media baru adalah polarisasi identitas beberapa kelompok Islam di Indonesia sebagai akibat dari perang wacana dan persaingan dalam mempengaruhi opini publik dari media yang mengidentifikasi diri mereka sebagai media Islam. Di media sosial dan dunia media Islam *online*, adu argumentasi dan wacana serangan balik kerap ditampilkan. Masalah ini muncul karena setiap orang mempunyai akses terhadap informasi dan bebas memberikan komentar dan

pemikiran secara *online*. Atas dasar itu, Kementerian Agama dan sejumlah pesantren se-Indonesia mengadvokasi santri yang melek media. Agar individu menjadi konsumen aktif dan kritis dibandingkan penerima pasif dakwah materi Islami, literasi media diyakini akan membantu membuka percakapan publik. Kontrol masyarakat terhadap literasi media juga diperlukan untuk menangkal *hoax* keagamaan yang dapat mengasingkan pemirsa dan juga ruang gema (*echo chamber*), yang merupakan ruang di mana orang-orang dengan pendapat dan preferensi yang sama dapat berkumpul dan menghambat diskusi produktif (Marwantika, 2019).

Media sosial tentu akan memperluas jangkauan penyebaran materi keagamaan, sehingga para dakwah harus memanfaatkan peluang tersebut sebaik-baiknya untuk menyebarkan dakwahnya. Jangan biarkan teknologi ada tanpa memungkinkannya diterapkan untuk menyebarkan kebaikan dan kebenaran kepada mereka yang membutuhkan.

Pergeseran Pemahaman Agama Akibat Adanya *New Media*

Pada masa milenial saat ini, proses perubahan dari satu arah ke arah yang lain, kemajuan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat ternyata cukup terasa. Sederhananya, kemajuan adalah proses peralihan dari metode lama dalam melakukan sesuatu ke metode yang lebih modern dengan tujuan mempermudah masyarakat memperoleh pengetahuan. Dilihat dari gejalanya, era perluasan dan perkembangan media telah mempengaruhi pola perilaku masyarakat, dan penggunaan media komunikasi dapat dijadikan sebagai buktinya. Saat membandingkan pemanfaatan saluran komunikasi tradisional dan baru, tren pergeseran mungkin terdeteksi. Karena media ini

dapat menyatukan orang-orang secara digital dengan cara yang tidak dapat dilakukan oleh organisasi di dunia nyata, media komunikasi baru ini menunjukkan kualitas politik dalam lingkungan politik, menciptakan ruang dan audiens baru (Muslim, 2019).

Otoritas Keagamaan Tradisional (Otoritas Keagamaan Tradisional) adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan orang-orang yang bersekolah di pesantren, universitas-universitas Islam terkemuka, atau yang secara ketat mengikuti majelis taklim. Orang-orang dengan latar belakang tersebut memiliki kemampuan menyampaikan pesan-pesan keagamaan dan dihormati oleh jamaahnya. Mereka adalah ustadz, kiai, mursyid, dan ulama. Misalnya, pembacaan Al-Quran Bandongan atau Sorogan dari kitab kuning yang menggunakan pendekatan kontekstual substantif dan bukan sekedar pendekatan tekstual dari Al-Quran dan Hadits, merupakan contoh bagaimana otoritas agama tradisional menggunakan media untuk memperoleh pengetahuan agama (Hasyim, 2020).

Otoritas agama Islam memiliki dua kategori yaitu esoteris dan eksoteris. Imam, mursyid, dan guru sufi berperan sebagai otoritas esoteris Islam. Mereka memegang kekuasaan untuk mendidik murid-murid mengenai tradisi keagamaan yang berasal dari Nabi Muhammad SAW dan mewariskan tradisi tersebut kepada generasi mendatang. Agar mereka memenuhi syarat untuk mewariskannya kepada generasi berikutnya, para siswa diharuskan untuk mengikuti jalur yang ditentukan. Seseorang yang telah diakui mempunyai otoritas dalam Islam dikenal dengan otoritas esoteris, seperti ahli hukum setempat, mufti, hakim, dan ulama. Melalui fatwa atau pandangannya, mereka menyikapi permasalahan sosial budaya yang

dihadapi umat Islam dan menjadi teladan bagi mereka dalam menjunjung tinggi syariah dan ketaatan sehari-hari (Santoso, 2022).

Umat Islam pertama kali menemukan kertas dari peradaban Tiongkok pada masa perubahan pertama, yang terjadi pada pertengahan abad ketujuh. Meskipun masih sangat mendasar, pengetahuan dan pesan-pesan Islami dicatat dalam bentuk bungkusan kertas pada saat metode komunikasi dan transmisi pengetahuan berbasis kertas mulai menjadi lebih lazim. Hingga 100 tahun kemudian kertas mulai diproduksi secara massal di Samarkand dan Bagdad, yang antara lain berfungsi sebagai media komunikasi dan sarana penerbitan karya-karya para filosof dan ulama yang kemudian menjadi sangat penting. Perubahan kedua terjadi ketika teknologi percetakan meluas ke seluruh dunia, memungkinkan umat Islam untuk berbagi teks suci mereka seperti Al-Quran, kitab hadis, dan kitab tafsir. Lebih banyak buku interpretatif daripada sebelumnya yang muncul pada masa ini. Tentu saja, banyaknya buku yang diterbitkan menunjukkan bahwa umat Islam sedang membangun berbagai model dan pemahaman, yang masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan (Jinan, 2013).

Otoritas Islam tampaknya terbatas pada ulama dan akademisi yang bisa membaca dan memiliki akses terhadap teks dalam kedua bentuk tersebut. Transisi tingkat ketiga terjadi ketika munculnya teknologi digital memudahkan semua orang mempelajari Islam hanya karena gadgetnya ringan dan portabel. Bagi umat Islam, digitalisasi Al-Quran dalam bentuk CD adalah pilihan terbaik karena memudahkan siapa pun untuk memahami dan menyebarkan ajaran Islam. Tahap transisi ketiga ditandai dengan munculnya otoritas Islam seiring

dengan berkembangnya ruang lingkup bidang profesional Muslim dan ruang publik. Menurut Sardar, otoritas keagamaan dalam Islam masih berkisar pada pemimpin, badan pemerintahan (seperti khalifah), ulama, dan pemikir sukses. Mereka mempunyai kekuasaan untuk mengontrol, menginstruksikan, dan mempromosikan wacana keagamaan Muslim (Jinan, 2013).

Jemaah kini mendapat otoritas baru yang terkesan impersonal dan sebagian besar berbasis pada jaringan informasi (internet), namun otoritas keagamaan juga sedang mengalami transisi (diseminasi). Setiap orang memiliki akses mudah terhadap pengetahuan berdasarkan preferensi dan tuntutan masing-masing. Kekuasaan agama berpindah ke otoritas agama baru melalui media impersonal, seperti situs *web*, *blog*, *Instagram*, *Youtube*, dan *platform* serupa, selain berkurangnya dampak otoritas konvensional. Jika kita berhenti sejenak untuk merenung, mungkin sebagian dari kita pernah melihat siaran dari Telegram atau *WhatsApp* yang mengiklankan *flash disk* berukuran 16 hingga 32 GB yang berisi mushaf Al-Quran. Yang menakjubkan adalah disk ini juga berisi buku-buku baru terbitan ulama Salafi Wahhabi dalam format *ebook* (Hasyim, 2020).

Saat ini siapa saja bisa belajar melalui media tersebut, dan media baru untuk belajar yang paling disukai adalah *Youtube* dan *Instagram*. Cara penyebarannya relatif sederhana, dan klip video dari individu yang membahas agama yang belum banyak diketahui tersedia di platform tersebut. dipertanggungjawabkan, lalu tambahkan beberapa sentuhan akhir pada pengeditan dengan software/aplikasi *kine master*, dan materi media baru siap diposting ke komunitas konten atau media sosial. Orang-orang ini layak mendapat julukan “wirausahawan

religius” karena daya cipta mereka. Alhasil, meski belum pernah bersekolah di pesantren atau pesantren, generasi umat Islam saat ini nampaknya memiliki pemahaman yang kuat terhadap ilmu keislaman. Tanpa bimbingan ulama atau kyai, mereka mempelajari Islam (Hasyim, 2020).

Kemunculan media sosial telah mengubah cara teknologi digital didistribusikan ke seluruh jaringan. Di sisi lain, sejarah penyebaran agama menempatkan teknologi sebagai “alat” dalam transformasi pesan-pesan keagamaan agar dapat diakses oleh khalayak yang lebih luas. Dengan kata lain, teknologi lebih sering digunakan dalam kaitannya dengan media yang merupakan produk teknis. Dalam pengertian ini, teknologi sering kali dianggap ada secara independen dari upaya penyebaran agama. Dengan demikian, teknologi berfungsi sebagai “pelayan” untuk tujuan keagamaan tertentu. Sebaliknya, penggunaan teknologi informasi dan teknologi lainnya dipandang dari sudut pandang yang berbeda sebagai semacam kolaborasi antara manusia dan perangkat teknologi (Saleh, 2021).

Akibatnya, menurut sudut pandang ini, interaksi antara agen-agen yang terlibat dalam penggunaan teknologi dalam keberadaan manusia terutama terdiri dari bagaimana mereka menyepakati tujuan bersama, berkolaborasi untuk membuat rencana tindakan, dan akhirnya berinteraksi satu sama lain. melimpahkan. Objek teknologi ini menunjukkan perilaku aktif yang dapat bernegosiasi sedemikian rupa sehingga tidak ada “tuan” atau “pelayan”, melainkan mengembangkan entitas baru. Alih-alih menjadi alat yang dipandang sebagai sesuatu yang “menaati” orang, objek teknis tersebut justru menampilkan perilaku aktif (Saleh, 2021).

Semakin mudah menerima ajaran dan nasihat yang diberikan oleh otoritas agama melalui tempat ceramah tradisional atau audio visual (internet, YouTube, Instagram), yang merupakan hasil alamiah yang biasanya ditemukan ketika otoritas agama berpindah. Agar dakwahnya mudah dipahami maka disampaikan secara sederhana. Karena sinkron dengan realitas sosial, pernyataan-pernyataan yang disampaikan para seniman atau individu yang merantau terkesan lebih kekinian (Haryadi, 2020).

Menurut budaya teknologi, agama dan komponen budaya lainnya menghadapi persaingan yang sangat besar. Pesan-pesan keagamaan tidak lagi disampaikan dengan cara yang sama seperti dulu, dan hal ini telah menyebabkan banyak perubahan dalam cara penyampaiannya. Hal ini seringkali menyulitkan mereka yang telah mengadopsi budaya teknologi untuk mengakses agama. Teknik penyebaran ajaran agama dalam konteks ini “disempurnakan” oleh teknologi. Selain itu, ada pula yang berpendapat bahwa teknologi adalah upaya untuk “mengatasi” keterbatasan manusia, seperti ketidakmampuan sebagian orang menyerap ajaran agama saat bersosialisasi secara tatap muka (Saleh, 2021).

Hambatan-hambatan tersebut dapat dihilangkan melalui teknologi, sehingga masyarakat dapat mengakses dan menyerap konten keagamaan di sela-sela aktivitas sehari-hari mereka sebagai makhluk modern. Perubahan budaya sebagian besar disebabkan oleh teknologi komunikasi. Fase pertumbuhan manusia sangat dipengaruhi oleh media karena merupakan perpanjangan atau kehadiran pikiran manusia. Dalam lingkungan sosio teknik, perilaku manusia dan teknologi berinteraksi. Akibatnya, dapat

dikatakan bahwa ketika TI mengambil bentuk baru, hal itu akan berdampak pada proses sosial, metode komunikasi, masyarakat, dan budaya. Dan keberadaan media baru secara tidak langsung dapat mengubah struktur masyarakat. Masyarakat Indonesia dapat dikatakan mengikuti kerangka sosial kuno, atau yang kadang-kadang disebut tradisional (Saleh, 2021).

Hubungan Otoritas Keagamaan Tradisional terhadap Munculnya Otoritas Keagamaan di Era *New Media*

Kesetaraan dalam hal berbicara di ranah publik, termasuk wacana keagamaan, muncul sebagai akibat dari tumbuhnya pendidikan massal dan internet melalui produk-produknya, terutama media baru (media sosial), klaim Eickelman dan Anderson. Fenomena munculnya ustad baru sebagai dampaknya sudah banyak diketahui melalui platform media sosial antara lain Instagram, *Youtube*, *Facebook*, *podcast*, *Telegram*, dan *WhatsApp* (Haryadi, 2020).

Para intelektual dan akademisi tradisional tidak sepakat mengenai apakah Islam akan menjadi komoditas di Indonesia. Mereka mengeluhkan kenyataan bahwa banyak pengkhotbah terkenal tidak memiliki pendidikan Islam yang kuat. Selain itu, selebriti yang buta huruf Islam yang ditampilkan secara mencolok sering kali tersandung saat mengucapkan terminologi atau ajaran Muslim (Haryadi, 2020).

Untuk mengarusutamakan moderasi beragama, lingkungan teknologi informasi digital digunakan sebagai platform narasi digital, atau kisah keagamaan yang dikemas secara cermat dan metodis dalam materi tertentu sebelum dibagikan secara *online*. Kehidupan artifisial, jaringan, dan keterlibatan *real-time* hanyalah

beberapa dari perluasan cara hidup yang dapat dikembangkan oleh cerita digital. Untuk dapat mengembangkan jati diri dan tujuan hidup, penguatan hidup tingkat sederhana dimasukkan dalam ranah digital teknologi informasi. Akibatnya, teknologi informasi berperan sebagai tandingan terhadap cerita keagamaan yang mengendalikan fakta. Teknologi menurut Heidegger (1971), dapat membuka, memperluas, dan memengaruhi pola dan cara pandang seseorang, namun teknologi juga dapat menimbulkan kecemasan, ketidakbahagiaan, dan pengurungan (Hefni, 2020).

Ponsel “menemani” orang kemanapun mereka pergi karena merupakan teknologi yang paling dekat hubungannya dengan manusia. Manusia modern semakin bergantung pada ponsel dan perangkat serupa lainnya seperti teman setia. Mereka memperoleh pengetahuan, mendapatkan hiburan, berbagi kegembiraan, dan seterusnya. Selain bersifat pribadi dan unik, teknologi SMS menawarkan fitur penting lainnya, yaitu bersifat asynchronous, atau pertukaran yang tidak memerlukan perhatian penuh dari kedua orang yang berkomunikasi. Fenomena SMS mencontohkan sifat *asynchronous* karena memungkinkan akses informasi tanpa menuntut 100% perhatian penerima. Akibatnya, meskipun pesan SMS tidak diterima pada saat diterima, pesan tersebut mungkin masih dapat dilihat oleh seseorang (Saleh, 2021).

Siapa pun yang mendapat pesan melalui SMS bebas membacanya kapan saja ia mau dan tidak wajib segera melakukannya. Tidak seperti teknologi media lain seperti surat kabar, radio, atau televisi, yang memerlukan perhatian penuh kita untuk memperoleh informasi yang diungkapkan, teknologi ini tidak memerlukannya. Praktisnya, pesan-

pesan dalam isi SMS tauhid bisa berupa tausiah singkat yang berkaitan dengan kata-kata bijak Aa Gym, ayat-ayat Al-Quran dan hadis yang khas menggugah pikiran, atau nasihat yang konkrit, mawas diri, dan memotivasi. Sesuai dengan namanya, SMS Tauhid tausiah-tausiah menekankan pada prinsip tauhid praktis yaitu keikhlasan, kesederhanaan, dan kejujuran (Saleh, 2021).

Topik ceramah yang dinilai lebih aplikatif bagi generasi milenial menjadi salah satu faktor daya tariknya. Ketika dipaparkan para pembicara ini, kehidupan sehari-hari, nilai-nilai, bahkan percintaan menjadi babak yang seru. Pembicara biasa, yang sering dipandang “dogmatis”, berbeda dengan hal ini. Meski terkadang beberapa instruktur masih bersikap seperti itu. Banyak generasi hijrah bermunculan dari para da’i tersebut. Dipimpin oleh para selebritis, gerakan hijrah semakin “menyebar”. Gerakan emigrasi generasi muda juga muncul di kota-kota besar dan kecil. Beberapa dari mereka bahkan menampung preman lingkungan. Masih ditemukan tanda-tanda penandaan, seperti tato, lubang anting, dan luka akibat benda tajam (Santoso, 2022).

Bagi agama, kemunculan dunia maya dengan sesaji ibarat pedang bermata dua yang terkadang menguntungkan manusia, namun terkadang juga merugikan. Oleh karena itu, dalam situasi seperti ini, masyarakat sebenarnya membutuhkan waktu untuk merenungkan dan mempertimbangkan manfaat dan kerugian dari tindakannya. sehingga kekhawatiran bahwa “manusia diperbudak oleh pekerjaannya” dapat dihilangkan. Segala sesuatu yang berlebihan perlu dihindari karena akan merugikan seseorang. Penggunaan komputer dan teknologi canggih lainnya oleh manusia, serta kecanduannya terhadap komputer, termasuk dalam kategori ini. Oleh karena itu, hal ini

berdampak pada budaya yang bergerak cepat dan nyaman (Hasyim, 2020).

Kesenjangan yang semakin besar antara otoritas agama yang sudah mapan dan otoritas agama yang baru muncul mempengaruhi cara masyarakat memandang agama. Akibatnya, dalam situasi ini, terdapat kesadaran dangkal terhadap agama yang berujung pada pemahaman yang lebih mendalam terhadap agama dalam konteksnya. Hal ini mungkin terjadi jika praktik pembelajaran agama melalui media modern tidak didasari oleh pemahaman agama yang mendalam sebelumnya. Dan pada akhirnya akan timbul kesalahpahaman atas pemahaman tersebut. Ketika kita sulit membedakan antara agama dan budaya, besar kemungkinan penafsiran di masa depan akan terungkap karena kebiasaan memanfaatkan media baru mempunyai kekuatan untuk mengubah mentalitas yang menganggap agama sebagai produk budaya (Hasyim, 2020).

Kebenaran tentang internet dan berbagai media turunannya terungkap dalam setting ritualitas, yang bisa saja terjadi di tempat ibadah. Hal ini akan menjadi kesulitan yang signifikan di kemudian hari karena dikhawatirkan mampu mengubah praktik ibadah umat. Namun kapasitas media baru dalam membangun tempat suci atau rumah ibadah virtual baru di dunia maya tidak akan mampu menggantikan tempat ibadah atau tempat suci yang memiliki aspek lebih rumit, khususnya dimensi interior, semangat, kesucian, kesucian, ketuhanan, dan spiritualitas. Tempat suci yang nyata memiliki kompleksitas aspek (perasaan, emosi, pesona) yang tidak dapat ditangkap sedikit demi sedikit oleh teknologi virtual saat ini (Hasyim, 2020).

Di negara-negara tertentu, terjadi perubahan signifikan dalam praktik keagamaan. Masyarakat lebih memilih memanfaatkan media sosial saat ini

untuk mencari informasi keagamaan. Media dan komunitas agama memiliki hubungan yang saling menguntungkan. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat memang telah menjadikan media sebagai agama dalam beberapa hal. Bagi khalayak (budaya) tertentu, media menciptakan teologi baru. Ketika media berubah, keadaan ini juga akan berubah. Masyarakat benar-benar mempersepsikan barang budaya yang dihasilkan media sebagai agama.

Penjelasan di atas cukup untuk menunjukkan bagaimana agama dan budaya berinteraksi satu sama lain dan mempengaruhi semua faktor lainnya. Untuk memulainya, segala sesuatu yang dapat mengangkut dan mengkomunikasikan pikiran kepada seseorang adalah sistem simbol. Konsep-konsep dan gambaran-gambaran ini bersifat publik, artinya meskipun memasuki kepala seseorang, konsep-konsep dan gambaran-gambaran tersebut mungkin tetap independen dari otak individu tersebut. Kedua, agama menginspirasi orang untuk bertindak, merasakan, atau termotivasi untuk mencapai tujuan tertentu melalui simbol-simbol tersebut. Individu yang memiliki motivasi akan mengikuti serangkaian nilai-nilai inti yang akan membantunya membuat penilaian sendiri mengenai apa yang baik dan apa yang merugikan. Ketiga, agama dapat mengembangkan gagasan komprehensif tentang sistem nilai yang melandasi seluruh keberadaannya. Dalam pandangan ini, agama dipandang sebagai sesuatu yang terfokus pada makna tertinggi, yaitu tujuan yang jelas bagi dunia. Keempat, gagasan-gagasan dan dorongan-dorongan tersebut merupakan ekspresi nilai-nilai nyata yang Geertz bagi menjadi dua kategori: agama sebagai “etos” dan agama sebagai “pandangan hidup”. Kelima, pancaran nilai-nilai sejati akan memunculkan ritual-ritual

kelas yang menempati tempat tertentu dalam hierarki nilai, yang dipandang masyarakat lebih penting dibandingkan segala pertimbangan lainnya (Rustandi, 2020).

SIMPULAN

Generasi milenial, khususnya generasi milenial muslim, merupakan mayoritas pengguna media yang kini berkembang. Karena sifatnya yang otonom dan *real-time*, media baru menjadi bentuk media yang disukai. Berbeda dengan media tradisional yang seringkali membosankan dan sedikit lambat.

Upaya para pengkhotbah untuk mempromosikan pengaruh agama mereka terus mengikuti perubahan media. Sebagian besar generasi milenial yang berkecimpung di dunia internet menjadi target khalayak para dakwah saat ini. Oleh karena itu, mereka harus mengadopsi media ini, suka atau tidak suka. Para dakwah juga harus memanfaatkan *Youtube* dan Instagram sebagai media dakwah karena kedua *platform* populer ini banyak digandrungi generasi milenial

DAFTAR PUSTAKA

- Annazilli, H. (2018). Relasi Antara Agama dan Media Baru. *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 18(2), 26-44. <http://dx.doi.org/10.29300/syr.v18i2.1677>
- Arrobi, M. Z. (2021). *Otoritas Agama di Era Media Baru: Pemetaan Isu dan Tren Kajian*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta
- Arrobi, M. Z., & Nadzifah, A. (2020). Otoritas Agama di Era Korona: dari Fragmentasi ke Konvergensi? *MAARIF*, 15(1), 197–215. <https://doi.org/10.47651/mrf.v15i1.85>
- Haryadi, D. (2020). Otoritas Keagamaan Baru: Habitasi dan Arena Dakwah Era Digital. *Islamic Insights Journal*, 2(2), 69-82. <https://doi.org/10.21776/ub.ijj.2020.002.02.01>
- Hasyim, N. M. (2020). *New Media dan Transformasi Keagamaan (Studi Fenomena Agama dalam Prespektif Pengaruh New Media)*. UIN Sunan Kalijaga Press. Yogyakarta
- Hefni, W. (2020). Moderasi beragama dalam ruang digital: Studi pengarusutamaan moderasi beragama di perguruan tinggi keagamaan Islam negeri. *Jurnal Bimas Islam*, 13(1), 1-22. <https://orcid.org/0000-0003-2549-3684>
- Isbah, M. F., & Wibawanto, G. R. (2021). *Perspektif Ilmu-Ilmu Sosial di Era Digital: Disrupsi, Emansipasi, dan Rekognisi*. UGM Press. Yogyakarta
- Jinan, M. (2013). Intervensi New Media dan Impersonalisasi Otoritas Keagamaan di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Islam (Journal of Islamic Communication)*, 3(2), 321-348. <https://doi.org/10.15642/jki.2013.3.2.321-348>
- Mahyudin, M., Habib, M. A. F., Silvianjayanti, S. (2022). Dinamika Pengarusutamaan Moderasi Beragama dalam Perkembangan Masyarakat Digital. *Asketik: Jurnal Agama dan Perubahan Sosial*. 6(1). 1-15. <https://jurnalfuda.iainkediri.ac.id/index.php/asketik/article/download/181/109/294>
- Marwantika, A. I. (2019). Potret dan Segmentasi Mad'u dalam Perkembangan Media di Indonesia. *Al-Adabiya: Jurnal Kebudayaan Dan*

- Keagamaan*, 14(01), 1-14.
<https://doi.org/10.37680/adabiya.v14i01.100>
- Mas'ula, W., Hakim, A. M. (2023). Islamci Eduacation in the Era of Digitalization. *Proceeding of 1st International Conferecne on Education, Society and Humanity*. 1(1). 35-40
<https://www.ejournal.unuja.ac.id/index.php/icesh/article/download/5585/2045>
- Muslim, A. (2019). Pergeseran Otoritas Ulama Magetan Akibat Fragmetsi Media Dakwah Baru Yang Ekonomis. *Jurnal Ilmiah Spiritualis: Jurnal Pemikiran Islam Dan Tasawuf*, 5(1), 30-48.
<https://doi.org/10.53429/spiritualis.v5i1.59>
- Mustofa, M. Y., Mas'ud, A., Elizabeth, M. Z. (2023). Hybrid Pesantren in Indonesia; Analyzing the Transformation of Islamic Religious Education in the Digital Age. *At-JPI: Jurnal Pendidikan Islam*. 14(1). 79-104.
<http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/tadzkiyyah/article/download/16928/6268>
- Rachmadhani, A. (2021). Otoritas Keagamaan di Era Media Baru: Dakwah Gusmus di Media Sosial. *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat*, 5(2), 150–169.
<https://doi.org/10.14421/panangkaran.v5i2.2636>
- Rahmayani, T. (2018). Pergeseran Otoritas Agama dalam Pembelajaran Al-Qur'an. *MAGHZA: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, 3(2), 189-201.
<https://doi.org/10.24090/maghza.v3i2.2133>
- Ronaldi, A., Saidek, A. R., Lestirim W. (2023). New Media as an Ideological Transmission Opportunity for Religious Authorities in Indonesia. *Jurnal Indo-Islamika*, 13(2). 90-140.
<https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/indo-islamika/article/viewFile/33667/pdf>
- Rustandi, L. R. (2020). Disrupsi Nilai Keagamaan dalam Dakwah Virtual di Media Sosial Sebagai Komodifikasi Agama di Era Digital. *Sangkep: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan*, 3(1), 23-34.
<https://doi.org/10.20414/sangkep.v3i1.1036>
- Saleh, M. (2021). Pengaruh New Media Handphone Terhadap Penyampaian Pesan Dakwah Pada Masyarakat Kota Lhokseumawe. *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam*, 11(1), 62-82.
<https://journal.iainlhokseumawe.ac.id/index.php/liwauldakwah/article/view/260>
- Santoso, J. (2022). Media Baru dan Otoritas Keagamaan Generasi Milenial Muslim. *MAARIF*, 17(2).
<http://dx.doi.org/10.47651/mrf.v17i2.196>