

Fatwa Di Era Disrupsi Digital: Studi Tentang Otoritas Agama Dan Pengaruh Media Sosial Terhadap Penetapan Hukum Islam

Riski Ari Wibowo¹, Irwan Triadi²

^{1,2}Universitas Pembangunan Veteran Nasional, Jakarta

Email: riskiariwibowo204@gmail.com

Article Info

Article history:

Pengajuan : 20 Oktober 2025
Diterima : 25 Oktober 2025
Diterbitkan : 01 November 2025

Keywords:

Fatwa Digital, Otoritas Islam, Media Sosial, Maqāṣid al-Sharī'ah, Epistemologi Digital.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara kritis bagaimana otoritas keagamaan Islam telah mengalami transformasi signifikan di era disrupsi digital, terutama dalam konteks produksi dan penyebaran fatwa melalui media sosial. Di tengah perkembangan platform digital seperti TikTok, YouTube, dan Instagram, fatwa tidak lagi didominasi oleh lembaga resmi seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI), tetapi juga diproduksi oleh figur non-institusional yang memperoleh legitimasi dari popularitas dan interaksi digital. Hal ini menimbulkan tantangan serius terhadap validitas metodologis dan integritas epistemologis hukum Islam, serta mengeksplorasi bagaimana modal simbolik digital, algoritma, dan logika viralitas membentuk bentuk baru otoritas keagamaan yang lebih bersifat impresionis daripada ilmiah. Dengan pendekatan kualitatif dan desain studi kasus, metode netnografi diterapkan untuk mengamati dinamika interaksi antara cendekiawan digital dan audiens mereka di ruang online. Data diperoleh melalui pengamatan pasif, dokumentasi konten fatwa digital, dan wawancara semi-terstruktur dengan pemimpin agama dan pengikutnya. Hasil penelitian menunjukkan desentralisasi otoritas agama dan munculnya "fiqh publik" yang partisipatif, namun berisiko mengalami fragmentasi epistemik. Penelitian ini juga menemukan bahwa maqāṣid al-sharī'ah dapat digunakan sebagai kerangka normatif dalam menilai kualitas fatwa digital agar tetap valid, etis, dan kontekstual. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendorong rekonstruksi epistemologis hukum Islam di era digital dan menawarkan parameter evaluatif untuk otoritas agama berbasis algoritma.

Corresponding Author:

Riski Ari Wibowo
Universitas Pembangunan Veteran Nasional, Jakarta
Email: riskiariwibowo204@gmail.com

Pendahuluan

Era disrupsi digital telah secara signifikan mengubah cara manusia berinteraksi dengan informasi, termasuk dalam ranah keagamaan. Bagi umat Islam, akses terhadap pengetahuan keagamaan, terutama hukum Islam, tidak lagi terbatas pada buku-buku klasik atau ceramah langsung, tetapi kini tersebar luas melalui media digital. Fatwa, yang sebelumnya merupakan hasil ijtihad dari ulama otoritas formal, kini menjadi desentralisasi seiring dengan munculnya platform digital yang memungkinkan siapa pun, termasuk individu non-ulama, untuk menyampaikan pendapat keagamaan kepada publik yang lebih luas.

Dalam konteks Indonesia, dinamika ini terlihat jelas dengan semakin banyaknya figur keagamaan non-institusional di media sosial seperti TikTok, YouTube, dan Instagram. Individu-individu ini, meskipun tidak selalu memiliki latar belakang pendidikan syariah formal, memperoleh legitimasi dari jumlah pengikut yang besar dan interaksi digital mereka. Fenomena ini menunjukkan pergeseran dasar otoritas keagamaan dari ilmu formal ke popularitas digital, seperti yang

diungkapkan oleh Hamdani dalam studinya tentang mufti online dan otoritas alternatif di era digital (Hamdani, 2023),

Pengaruh media sosial terhadap penyebaran dan penerimaan fatwa menjadi semakin kompleks seiring dengan peran algoritma dan ekonomi perhatian yang mulai berperan. Shuhufi dkk. (2022) mencatat bahwa fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) kini bersaing ketat dengan pendapat keagamaan para influencer digital yang mampu mengemas hukum Islam dalam bentuk konten singkat yang mudah dipahami oleh masyarakat umum, meskipun dengan tingkat kedalaman analisis hukum yang minimal (Shuhufi dkk., 2022).

Fenomena ini menunjukkan desentralisasi otoritas agama, seperti yang dicatat oleh Eickelman dan Anderson (2003) dalam konsep “media baru, publik baru”, di mana media baru menciptakan ruang-ruang diskursus alternatif yang memungkinkan produksi makna agama oleh aktor-aktor non-tradisional. Dalam konteks Indonesia, hal ini tercermin dalam munculnya berbagai platform *da'wah* digital yang tidak berada di bawah otoritas lembaga resmi, melainkan memperoleh legitimasi publik melalui mekanisme pasar digital dan interaksi sosial online. Mekanisme ini pada akhirnya menghasilkan bentuk otoritas agama yang horizontal dan partisipatif, berlawanan dengan pola otoritas hierarkis dan institusional tradisional.

Situasi ini menandai fragmentasi otoritas di ruang digital keagamaan. Bourdieu menyebut pergeseran semacam ini sebagai transformasi modal simbolik, di mana individu memperoleh kekuatan simbolik bukan melalui otoritas tradisional, melainkan melalui pengakuan sosial dan representasi digital. Dalam konteks ini, Suaedy berargumen bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk mendistribusikan fatwa, tetapi juga sebagai arena pembentukan legitimasi keagamaan baru (Suaedy dkk., 2023).

Selain itu, media sosial menciptakan publik terhubung yang terdiri dari komunitas-komunitas yang saling terhubung dan berinteraksi satu sama lain, serta secara kolektif menghasilkan makna-makna keagamaan. Dalam kerangka ini, otoritas keagamaan tidak lagi bersifat satu arah dari ulama kepada umat, melainkan menjadi dialogis dan terbuka untuk debat publik. Konsep ini memperkuat argumen bahwa transformasi otoritas tidak hanya bersifat teknologi, tetapi juga sosiologis.

Namun, desentralisasi ini juga membawa risiko epistemologis. Fatwa digital sering muncul tanpa proses *ijtihad* yang komprehensif dan cenderung bersifat populis. Wahid (2024) dalam ulasannya mengungkapkan bahwa kualitas fatwa di ruang digital sering menurun karena lebih mengutamakan sensasi dan kecepatan penyebaran daripada validitas hukum berdasarkan metodologi *ushul fiqh* (Wahid, 2024).

Meskipun menghadirkan tantangan, transformasi ini juga membuka peluang untuk merekonstruksi epistemologi hukum Islam agar lebih responsif terhadap dinamika zaman. Islamy menunjukkan bahwa pendekatan *maqāsid al-sharī'ah* dapat menjadi kerangka normatif untuk mengevaluasi dan menyaring fatwa digital agar tetap berakar pada tujuan syariah yang universal dan kontekstual (Islamy dkk., 2024).

Penelitian oleh Shuhufi dkk. (2022) mengkaji bagaimana lembaga seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) harus bersaing dengan narasi hukum Islam yang dipopulerkan oleh influencer agama

di media sosial. Mereka tidak selalu memiliki latar belakang pendidikan syariah formal, tetapi mampu mempengaruhi opini publik melalui teknik komunikasi visual, storytelling, dan personal branding. Hal ini menunjukkan pergeseran epistemologis dari otoritas berbasis ilmiah ke otoritas dan persepsi berbasis impresi digital. Dalam konteks ini, validitas fatwa tidak lagi ditentukan semata-mata oleh metodologi istinbat al-hukm, tetapi juga oleh performativitas digital.

Suaedy dkk. (2023) menambahkan bahwa media sosial kini tidak hanya menjadi sarana penyebaran informasi agama, tetapi juga arena pertarungan dan produksi otoritas baru yang dikendalikan oleh ekonomi perhatian, suatu logika yang mengutamakan visibilitas daripada validitas. Hal ini membuat proses ijtihad menjadi terfragmentasi dan didorong oleh tuntutan produksi konten yang cepat dan menarik. Ketika algoritma menjadi mediator utama dalam penyebaran fatwa, otoritas agama tidak hanya ditentukan oleh kompetensi ilmiah, tetapi juga oleh kemampuan untuk memahami dan mengelola logika digital.

Konsep “jaringan publik” dari Boyd (2010) penting untuk menjelaskan bagaimana komunitas digital membentuk makna agama secara kolektif, dialogis, dan terkadang bertentangan dengan narasi resmi. Komunitas ini tidak pasif, tetapi secara aktif berkomentar, menafsirkan, dan bahkan mengkritik konten fatwa yang beredar. Hal ini menandai munculnya “publik fiqh” partisipatif yang terbuka terhadap pluralitas penafsiran. Namun, keterbukaan ini juga membawa risiko fragmentasi epistemik, di mana standar ilmiah dan metodologi fiqh yang telah mapan digantikan oleh narasi populer yang tidak selalu valid secara metodologis.

Studi yang tersedia hingga saat ini masih didominasi oleh pendekatan deskriptif dan belum banyak yang mengkaji secara kritis dampak epistemologis dari digitalisasi fatwa. Sebagian besar studi hanya berhenti pada pengamatan fenomenologis dan belum menyentuh aspek-aspek fundamental seperti validitas metodologis ijtihad digital, mekanisme autentikasi fatwa, serta implikasi etis dan sosial dari penyebaran pedoman hukum berbasis viralitas. Dalam konteks ini, evaluasi kualitas hukum Islam sangat penting, terutama terkait aspek maqāsid al-sharī'ah yang harus tetap menjadi orientasi utama dalam setiap produk hukum Islam.

Zamhari dan Han (2021) menunjukkan bahwa platform seperti cariustadz.id telah menjadi referensi utama bagi kelas menengah Muslim perkotaan yang pragmatis dan cenderung menginginkan jawaban hukum yang instan, personal, dan mudah diakses. Hal ini menunjukkan bagaimana kebutuhan pragmatis akan informasi agama telah mempengaruhi model konsumsi fatwa. Dalam kondisi tersebut, fatwa tidak lagi dipandang sebagai hasil dari pembahasan ilmiah yang kompleks, melainkan sebagai bentuk layanan agama yang harus responsif dan fleksibel terhadap selera konsumen digital.

Beberapa studi internasional juga telah mengamati tren ini dalam konteks global. Misalnya, Anderson (2016) mencatat bagaimana fatwa online di Timur Tengah telah beralih dari pendapat hukum berbasis institusi menjadi model jawaban bergaya FAQ yang disesuaikan dengan preferensi pengguna. Sementara itu, Schulz (2006) dalam studinya tentang televisi satelit Islam di Mesir menyoroti peran ulama selebriti seperti Amr Khaled yang mengubah wajah da'wah dari otoritas teks menjadi otoritas visual. Hal ini memperkuat argumen bahwa mediatisasi agama (Hjarvard, 2011)

bukan hanya saluran baru, tetapi logika budaya baru yang membentuk konten, struktur, dan fungsi komunikasi agama.

Penelitian ini berusaha mengisi celah tersebut dengan menawarkan pendekatan interdisipliner yang menggabungkan teori otoritas simbolik Pierre Bourdieu, teori mediatisasi agama Stig Hjarvard, dan kerangka *maqāṣid al-sharī'ah* sebagai dasar evaluasi normatif. Dalam kerangka ini, fatwa dipahami tidak hanya sebagai produk hukum, tetapi juga sebagai artefak media yang tunduk pada logika mediasi dan algoritmik. Pendekatan ini memungkinkan evaluasi kritis terhadap bagaimana modal digital, dalam bentuk pengikut, keterlibatan, dan visibilitas, terkait dengan otoritas epistemik dan validitas hukum dalam tradisi Islam.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis dampak media sosial terhadap struktur, bentuk, dan legitimasi otoritas keagamaan dalam konteks produksi fatwa; (2) membangun kategori baru otoritas keagamaan digital yang menjelaskan pergeseran dari otoritas akademik formal ke popularitas berbasis algoritma dan persepsi publik; dan (3) mengevaluasi bagaimana transformasi ini memengaruhi kualitas ijtihad, integritas metodologis, dan penerimaan publik terhadap fatwa kontemporer. Dengan pendekatan studi literatur kualitatif dan teori kritis, artikel ini diharapkan memberikan kontribusi signifikan terhadap diskursus epistemologi Islam digital dan menawarkan parameter normatif dalam merumuskan fatwa yang relevan, valid, dan kontekstual di era mediasi.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk mengkaji secara mendalam dinamika otoritas agama dan pengaruh media sosial dalam penentuan hukum Islam melalui fatwa digital. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami makna sosial yang kompleks, pengalaman, dan praktik dalam konteks komunikasi agama di ruang digital. Menurut Creswell dan Poth (2018), pendekatan kualitatif sangat efektif dalam mengungkap proses sosial yang tidak dapat diukur secara kuantitatif, termasuk transformasi otoritas dan legitimasi dalam masyarakat digital.

Desain penelitian ini menggunakan metode netnografi, yang merupakan adaptasi dari etnografi yang diterapkan pada komunitas online. Kozinets (2015) menyatakan bahwa netnografi menyediakan kerangka metodologis yang relevan untuk memahami perilaku, diskursus, dan budaya di internet. Dalam konteks studi ini, netnografi digunakan untuk mengamati interaksi antara cendekiawan digital dan audiens mereka di platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram, serta menganalisis bagaimana fatwa disampaikan, dikomentari, disebarkan, dan dinegosiasikan secara publik.

Sumber data penelitian ini terdiri dari tiga jenis: dokumen digital berupa fatwa online dari lembaga keagamaan formal seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan tokoh independen; pengamatan partisipatif pasif terhadap akun media sosial keagamaan yang secara aktif memproduksi konten fatwa; serta wawancara semi-terstruktur dengan lima hingga tujuh narasumber kunci yang meliputi cendekiawan lembaga, influencer keagamaan digital, dan pengikut aktif media sosial keagamaan. Kombinasi ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman holistik dari berbagai perspektif.

Analisis data dilakukan dengan pendekatan analisis wacana kritis, sebagaimana dikembangkan oleh Fairclough (2010), untuk mengeksplorasi bagaimana hubungan kuasa dan ideologi diwakili dalam

wacana fatwa digital. Proses analisis meliputi tahap reduksi data, kategorisasi tematik, dan interpretasi narasi otoritas agama yang muncul di ruang digital. Fokus utama analisis diarahkan pada isu-isu seperti legitimasi, modal simbolik, strategi komunikasi, serta posisi fatwa dalam bidang digital yang kompetitif.

Validitas data dijamin melalui teknik triangulasi, baik triangulasi sumber maupun metode. Triangulasi ini berguna untuk menghindari bias data dan meningkatkan validitas hasil. Selain itu, pengecekan anggota juga dilakukan dengan narasumber untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti tidak menyimpang dari makna yang dimaksud oleh informan. Dokumentasi dilakukan secara sistematis dengan catatan lapangan, tangkapan layar interaksi digital, dan perekaman naratif hasil observasi.

Aspek etika dalam penelitian ini dijaga dengan ketat, terutama dalam konteks penggunaan data publik dari media sosial. Meskipun kontennya terbuka, peneliti tidak akan menampilkan nama akun atau informasi identitas yang dapat merujuk langsung pada individu tertentu. Dalam kasus wawancara, peserta diberikan persetujuan yang terinformasi dan kebebasan untuk tidak menjawab pertanyaan yang dianggap sensitif. Prinsip etika ini sesuai dengan pedoman penelitian online yang dijelaskan oleh Bruckman (2002).

Secara keseluruhan, metode penelitian ini dirancang untuk menangkap dinamika kompleks antara otoritas agama dan media sosial, serta mengungkap bagaimana fatwa sebagai produk hukum Islam mengalami transformasi dalam konteks mediasi yang sangat cepat dan kompetitif.

Hasil dan Pembahasan

Transformasi Otoritas Agama di Era Digital

Transformasi otoritas agama di era digital ditandai dengan melemahnya dominasi lembaga agama formal dalam mendefinisikan kebenaran agama. Di Indonesia, ulama yang sebelumnya menjadi poros utama dalam pembentukan dan penyebaran hukum Islam, kini harus berbagi panggung dengan aktor digital yang tidak memiliki afiliasi institusional, namun mampu menjangkau jutaan pengikut dalam waktu singkat. Hal ini terjadi karena platform digital menyediakan ruang untuk demokratisasi diskursus, di mana siapa pun dapat mengklaim otoritas agama melalui konten digital yang mereka produksi (Alfani & Anwar, 2024)

Media sosial seperti YouTube, TikTok, dan Instagram menjadi sarana utama bagi “cendekiawan digital” atau influencer agama untuk menyebarkan fatwa, nasihat agama, atau pandangan moral. Mereka membentuk komunitas virtual yang aktif berpartisipasi dalam dialog dan membangun pemahaman agama yang partisipatif. Dalam konteks ini, bentuk otoritas menjadi lebih fleksibel dan horizontal, tidak lagi didasarkan pada ijazah atau sanad ilmiah, tetapi pada kemampuan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang menarik dan relevan (Muhammad, 2024).

Menurut penelitian Mesalina, fenomena ini tidak dapat dipisahkan dari perubahan pola konsumsi informasi umat Muslim perkotaan, yang cenderung pragmatis dan lebih memilih jawaban agama instan yang tersedia secara online (Mesalina dkk., 2024). Hal ini menciptakan ruang baru bagi aktor non-institusional untuk berperan sebagai pemegang otoritas moral, tanpa perlu melalui mekanisme validasi tradisional yang berlaku di dunia pesantren Islam atau lembaga fatwa.

Di satu sisi, hal ini menunjukkan potensi demokratisasi pengetahuan agama. Namun di sisi lain, hal ini juga membawa risiko fragmentasi otoritas, karena tidak semua penyaji *da'wah* digital memiliki kompetensi ilmiah yang memadai. Situasi ini menciptakan semacam “pasar bebas otoritas”, di mana validitas sebuah fatwa atau pandangan agama lebih bergantung pada viralitas dan resonansi publik daripada akurasi metodologis (Naila Nabiha Qonita dkk., 2024).

Di era digital, ilmu pengetahuan tidak lagi menjadi satu-satunya sumber legitimasi bagi otoritas agama. Popularitas yang diukur melalui jumlah pengikut, likes, shares, dan tingkat interaksi menjadi ukuran baru dalam menilai kredibilitas seorang tokoh agama. Fenomena ini sejalan dengan logika ekonomi perhatian, di mana visibilitas menjadi lebih penting daripada substansi (Mesalina dkk., 2024).

Studi dari Hakim dan Mukhlis menunjukkan bahwa kehadiran tokoh agama digital sering kali terkait dengan karisma pribadi, gaya komunikasi yang santai, dan kemampuan menggunakan cerita yang menarik. Kekuatan narasi visual dan teknik produksi konten yang canggih membuat pesan mereka lebih mudah dipahami, meskipun terkadang mengorbankan kedalaman analisis hukum. Hal ini menandakan munculnya otoritas yang didasarkan pada kesan daripada kemampuan *ushul fiqh* (Hakim & Mukhlis, 2023).

Paradoks ini menunjukkan bahwa meskipun banyak influencer agama tidak memiliki dasar pendidikan formal, mereka tetap dianggap otoritatif oleh masyarakat umum karena kesesuaian pesan-pesan mereka dengan kebutuhan psikologis dan emosional audiens. Faktanya, beberapa studi mencatat bahwa fatwa yang dikeluarkan oleh ulama formal tidak lagi menjadi acuan utama dalam isu-isu agama kontemporer karena dianggap terlalu teoretis dan kurang aplikatif (Haryadi, 2020).

Oleh karena itu, dalam dinamika ini, penting untuk merekontekstualisasikan konsep otoritas agama dengan mempertimbangkan realitas digital. Evaluasi normatif terhadap konten agama yang beredar diperlukan agar nilai-nilai Islam tidak berkurang hanya karena tuntutan algoritma. Seperti yang dinyatakan oleh Alfani dan Anwar, kualitas *dakwah* dan fatwa di era digital tetap harus diukur berdasarkan prinsip-prinsip *maqāṣid al-sharī'ah* agar tidak terbawa arus populisme agama yang *superficial* (Alfani & Anwar, 2024).

Desentralisasi Produksi Fatwa dan Fragmentasi Epistemik

Transformasi digital telah memfasilitasi pergeseran produksi fatwa dari lembaga formal ke individu yang tidak selalu memiliki legitimasi ilmu syariah. Proses ini menunjukkan desentralisasi otoritas hukum Islam, di mana fatwa kini tidak hanya dikeluarkan oleh lembaga seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) atau Dewan Syariah Nasional, tetapi juga oleh influencer agama yang aktif di media sosial. Rahim menyebut fenomena ini sebagai gejala “otoritas agama pribadi,” yang dipicu oleh keterbukaan platform digital dan ketidakhadiran mekanisme otorisasi yang *established* (Sholihah dkk., 2023).

Digitalisasi fatwa juga menghadirkan dinamika baru dalam ranah konsumsi dan produksi informasi agama. Influencer agama dengan mudah menjawab pertanyaan orang secara instan melalui Instagram, TikTok, atau YouTube. Hal ini berbeda dengan prosedur formal yang biasanya dilakukan oleh lembaga agama, yang memerlukan forum *bahtsul masail*, diskusi mendalam, dan pertimbangan

multidisiplin sebelum mengeluarkan fatwa. Menurut Gojali dan Setiawan, pendekatan instan ini telah menyebabkan kemiskinan diskursus hukum Islam di ruang digital (Gojali & Setiawan, 2023).

Keuntungan dari desentralisasi ini adalah peningkatan akses publik terhadap pengetahuan Islam. Namun, akses ini tidak selalu disertai dengan kualitas. Individu tanpa latar belakang pendidikan syariah dapat memproduksi konten hukum Islam tanpa pertanggungjawaban epistemik. Zulki dan Yasdar mencatat bahwa tren ini tidak hanya terjadi di Indonesia, tetapi juga merupakan bagian dari globalisasi otoritas agama berbasis algoritma dan pasar (Yasdar & Zulki, 2024).

Tantangan terbesar dalam mendigitalkan fatwa oleh individu adalah ketidakhadiran regulasi dan mekanisme verifikasi ilmiah. Masyarakat kesulitan membedakan mana konten yang memiliki otoritas ilmiah dan mana yang hanya pendapat. Hal ini menyebabkan erosi kepercayaan terhadap fatwa sebagai produk ilmiah hukum Islam. Menurut Mujib, ini merupakan bentuk fragmentasi epistemik yang merugikan kelangsungan tradisi ilmiah Islam (Mujib et al., 2021).

Salah satu dampak paling mencolok dari digitalisasi fatwa adalah munculnya krisis epistemologis. Fatwa yang dulu dibentuk dengan metodologi istinbath yang ketat, kini digantikan oleh narasi populer yang dikemas secara menarik namun lemah dalam analisis hukum. Firdaus dan Achmad menyatakan bahwa banyak fatwa populer di media sosial tidak didasarkan pada postulat qat'i atau ijtihad kolektif, melainkan hanya respons populis terhadap isu-isu viral.

Ketidakhadiran metodologi yang valid dalam proses produksi fatwa menyebabkan hilangnya standar ilmiah. Fatwa tidak lagi diukur berdasarkan kualitas argumennya, melainkan berdasarkan seberapa banyak fatwa tersebut dibagikan atau disukai. Hal ini membawa risiko besar terhadap legitimasi hukum Islam itu sendiri. Jika standar epistemik ditentukan oleh logika viralitas, maka hukum Islam akan digantikan oleh hukum persepsi digital.

Masalah lain yang muncul adalah munculnya "ulama instan" yang tidak memiliki sanad ilmiah atau jaringan epistemik dalam tradisi Islam. Mereka mengeluarkan fatwa tanpa dialog akademik dan tidak mempertimbangkan maqāṣid al-sharī'ah sebagai landasan hukum. Akibatnya, fatwa menjadi tidak kontekstual dan bahkan dapat bertentangan dengan nilai-nilai Islam yang merupakan rahmat bagi seluruh alam (Yasdar & Zulki, 2024).

Dalam konteks ini, penting bagi komunitas Muslim untuk lebih kritis terhadap sumber fatwa yang dikonsumsi. Pendidikan publik tentang prinsip-prinsip dasar ushul fiqh dan mekanisme validasi fatwa merupakan kebutuhan mendesak. Seperti yang disarankan oleh Rahim, diperlukan literasi hukum Islam digital agar orang tidak tertipu oleh pendapat agama yang menyesatkan namun populer (Sholihah et al., 2023).

Peran Algoritma dalam Pendistribusian Fatwa

Dalam ekosistem digital, penyebaran informasi keagamaan, termasuk fatwa, tidak lagi ditentukan oleh lembaga keagamaan, melainkan oleh algoritma media sosial. Algoritma bekerja berdasarkan interaksi pengguna, artinya konten yang paling disukai, dikomentari, dan dibagikan akan lebih mudah muncul di beranda pengguna lain. Oleh karena itu, fatwa yang dikemas secara menarik, provokatif, atau emosional lebih berpotensi menjadi viral daripada yang dikemas secara akademis dan sistematis (Fitriansyah & Lubis, 2023).

Fenomena ini menciptakan “logika viralitas” sebagai pengganti logika ilmiah. Algoritma mendorong konten untuk lebih selaras dengan minat pengguna daripada validitas konten. Dalam konteks fatwa, ini merupakan masalah serius karena hukum Islam diproduksi dan dikonsumsi dengan prinsip-prinsip logika digital yang tidak memperhatikan maqāṣid al-sharī‘ah atau ushul fiqh. Seperti yang dijelaskan oleh Kholili, Izudin, dan Hakim, algoritma menjadi aktor epistemik baru yang menentukan apa yang terlihat dan apa yang tidak di ruang publik digital (Kholili dkk., 2024).

Konten keagamaan yang viral cenderung bersifat hitam-putih, mengklaim kebenaran dengan nada absolut, dan menghindari nuansa. Hal ini bertentangan dengan tradisi hukum Islam yang kaya akan pertimbangan kontekstual dan perbedaan pendapat. Yaqin mencatat bahwa algoritma media sosial memicu “filter bubble” yang memperkuat keyakinan yang sudah ada dan menekan kemungkinan dialog ilmiah yang sehat dalam debat keagamaan (Biyanto, 2023).

Dalam situasi seperti ini, influencer agama cenderung memproduksi konten fatwa dengan mempertimbangkan preferensi algoritma, bukan prinsip ilmiah. Akibatnya, otoritas digital lebih berorientasi pada kinerja dan visibilitas daripada validitas hukum, bahkan menyebut bahwa algoritma menciptakan “klirikal digital,” yaitu otoritas palsu yang terbentuk dari statistik, bukan sanad ilmiah.

Konsep mediatisasi agama menjelaskan bagaimana media tidak hanya sebagai saluran, tetapi juga membentuk konten dan struktur diskursus agama. Dalam konteks fatwa digital, hal ini berarti hukum Islam telah mengalami transformasi tidak hanya dalam hal platform, tetapi juga dalam logika dan bentuk komunikasinya. Media sosial menuntut konten yang singkat, visual, dan emosional, yang sering bertentangan dengan sifat mendalam dan kompleks hukum Islam (Fuadi, 2024).

Dalam budaya visual digital, otoritas agama tidak lagi ditentukan oleh keahlian dalam membaca teks klasik, melainkan oleh kemampuan untuk membangun merek pribadi, bercerita, dan desain visual yang menarik. Fenomena ini dapat diamati dari munculnya “ustaz celebgram” atau “TikTok mufti” yang kontennya lebih fokus pada gaya penyampaian daripada substansi hukum. Hjarvard (2011) menyebut fenomena ini sebagai “agama melalui media,” di mana agama muncul sebagai konten budaya pop yang dapat dikonsumsi dengan cepat (Hjarvard, 2011).

Kondisi ini menciptakan dilema epistemologis. Di satu sisi, fatwa menjadi lebih mudah diakses dan relevan bagi generasi muda. Di sisi lain, mediatisasi dapat mengaburkan substansi agama dan mendorong pembentukan otoritas berdasarkan kesan visual semata. Zuhri menekankan bahwa di era ini, fatwa tidak hanya dipelajari, tetapi juga dikemas dan dipromosikan yang menentukan pengaruhnya (Amrulloh, 2021).

Mediatisasi agama juga mengaburkan batas antara konten dakwah, hiburan, dan opini. Hal ini juga menyamarkan posisi fatwa sebagai instrumen hukum dan panduan moral, karena diperlakukan sebagai “konten” yang dijual di pasar digital. Akibatnya, banyak fatwa kehilangan otoritas substansialnya dan lebih menekankan pada daya tarik visual dan keterlibatan sosial.

Symbolic Authority and Digital Capital

Pierre Bourdieu memperkenalkan konsep modal simbolik sebagai bentuk kekuasaan tidak langsung yang lahir dari pengakuan sosial terhadap nilai-nilai tertentu. Dalam konteks keagamaan, modal simbolik muncul ketika seorang tokoh memperoleh legitimasi dari umat karena dianggap suci, berbudi luhur, atau memiliki pengalaman spiritual yang tinggi. Di era digital, bentuk modal ini mengalami transformasi: ia tidak lagi bersumber dari jaringan ilmiah tradisional, melainkan dari interaksi simbolik melalui media sosial (Amrulloh, 2021).

Modal simbolik di ruang digital cenderung dibentuk oleh kemampuan seseorang untuk menampilkan citra keagamaan melalui konten visual yang relatable dan narasi. Gelaran keagamaan tidak lagi menjadi satu-satunya sumber otoritas. Sebaliknya, gestur, gaya berpakaian, dan cara berbicara menjadi simbol-simbol baru yang membentuk persepsi publik. Konteks ini mencerminkan strategi representasi simbolik dalam logika Bourdieu, di mana simbol menjadi alat untuk menguasai bidang otoritas keagamaan (Fatmawati & Sholikin, 2020) Seperti yang terungkap dalam studi Gojali & Setiawan (2023), otoritas tidak lagi ditentukan oleh penguasaan kitab kuning atau sanad ilmiah, melainkan oleh kemampuan mengakses dan mengelola modal simbolik digital. Hal ini berarti algoritma media sosial dan persepsi pengguna mengambil alih posisi sanad ilmiah sebagai penentu legitimasi. Dampaknya adalah dekontekstualisasi otoritas yang dulu struktural, kini menjadi impresional dan performatif.

Influencer agama digital sangat menyadari bahwa membangun otoritas di era media tidak hanya soal konten, tetapi juga soal citra. Oleh karena itu, mereka menggunakan strategi branding pribadi untuk membangun identitas publik yang kuat melalui narasi visual, gaya bahasa yang khas, dan kisah hidup pribadi yang mengharukan. Romli dan Nashihin mencatat bahwa influencer yang mengemas kisah hijrah atau transformasi spiritual pribadi mereka seringkali lebih dipercaya oleh publik daripada ulama formal (Romli & Nashihin, 2024).

Storytelling menjadi teknik utama dalam proses konstruksi otoritas tersebut. Narasi yang menyentuh, kisah inspiratif, dan konten emosional jauh lebih efektif dalam membangun kedekatan psikologis daripada kutipan fiqh klasik. Di sinilah kapital simbolik digital bersinggungan dengan kapital kultural Bourdieu, yaitu penggunaan narasi dan simbol budaya populer untuk meraih pengakuan dan legitimasi sosial.

Fenomena ini tidak dapat semata-mata dikritik sebagai pelemahan otoritas tradisional, tetapi juga harus dilihat sebagai adaptasi terhadap medan baru otoritas keagamaan. Di arena digital, personal branding dan storytelling merupakan bentuk baru “diploma sosial”, yaitu otoritas yang lahir dari pengakuan publik melalui koneksi emosional. Tantangannya adalah bagaimana memastikan bahwa otoritas simbolik ini tetap berakar pada nilai-nilai etis dan epistemik Islam.

Partisipasi Publik dan Pembentukan Publik Jaringan

Transformasi digital memungkinkan umat Islam tidak lagi hanya menjadi konsumen pasif dari fatwa dan tafsir agama, tetapi juga menjadi produsen makna agama. Di ruang media sosial, setiap individu memiliki potensi untuk menafsirkan, merespons, atau bahkan mengkritik fatwa yang beredar. Ruang ini adalah apa yang Boyd (2010) sebut sebagai “networked publics”, yaitu komunitas yang

terbentuk dan berinteraksi secara aktif melalui jaringan digital. Partisipasi publik dalam proses ini telah merevolusi hubungan antara otoritas agama dan masyarakat.

Partisipasi digital ini semakin terlihat dalam bentuk komentar, diskusi online, dan remixing konten keagamaan. Dalam hal ini, umat Islam tidak lagi bergantung pada satu sumber pengetahuan tertentu, tetapi secara aktif mencari, memilih, dan menyebarkan pandangan keagamaan yang sesuai dengan nilai-nilai pribadi dan sosial mereka. Menurut Rifai, hal ini mencerminkan “demokrasi interpretasi,” di mana akses terbuka terhadap sumber-sumber Islam memungkinkan publik untuk membentuk narasi keagamaan mereka sendiri (Rifai, 2020).

Keterlibatan ini menunjukkan bahwa makna agama tidak lagi menjadi produk eksklusif para cendekiawan atau lembaga formal, melainkan hasil dari interaksi sosial yang terjadi di ruang digital. Dalam pengamatannya, Fikriyati mencatat bahwa komunitas media sosial di Indonesia sangat aktif dalam memperdebatkan makna istilah-istilah Islam yang moderat, konservatif, atau bahkan radikal, melalui interpretasi terbuka terhadap Al-Qur'an. Ummah menjadi aktor aktif dalam menyusun narasi yang mereka anggap mewakili nilai-nilai Islam (Fikriyati, 2022).

Namun, dalam situasi ini muncul pertanyaan tentang otoritas dan validitas. Siapa yang berhak menafsirkan agama? Apakah partisipasi publik menjamin kebenaran atau justru membuka pintu bagi disinformasi agama? Jawabannya tidak sederhana, karena jaringan digital memiliki logika otonom yang membuat semua suara tampak setara, meskipun berbeda dalam validitas ilmiah.

Fenomena ini membentuk ranah baru yang dapat disebut “fiqh publik”, ruang diskursus hukum Islam yang dialogis, partisipatif, dan plural. Berbeda dengan tradisi fiqh klasik yang tertutup dan hierarkis, fiqh publik di media sosial terbuka untuk diskusi, penolakan, bahkan perlawanan terhadap pandangan dominan yang disebut “pluralisme epistemik digital”, di mana tafsir dan fatwa tidak dimonopoli oleh otoritas tunggal.

Keterbukaan ini tentu saja memberikan ruang yang lebih luas bagi ekspresi keragaman pemahaman Islam. Namun, konsekuensinya adalah meningkatnya potensi konflik interpretasi, bahkan gangguan epistemologis. Hal ini menegaskan bahwa ketika setiap orang merasa berhak untuk menafsirkan tanpa batasan metodologis, terdapat erosi prinsip-prinsip ilmiah dalam tradisi Islam. Pluralisme yang sehat berpotensi berubah menjadi relativisme yang membingungkan masyarakat.

Selain itu, algoritma media sosial cenderung memperkuat pendapat ekstrem karena dianggap lebih menarik secara emosional. Hal ini membuat diskursus fiqh di ruang digital tidak selalu rasional, tetapi sering dipenuhi dengan retorika yang memecah belah. Achfandhy mencatat bahwa pertentangan antara diskursus Islam moderat dan konservatif sering terjadi bukan dalam kerangka akademik, tetapi dalam bentuk debat publik yang emosional (Achfandhy dkk., 2024).

Oleh karena itu, meskipun partisipasi publik dalam penafsiran agama merupakan tanda kemajuan dalam demokratisasi diskursus, penting juga untuk meningkatkan literasi agama yang kuat. Publik harus dilengkapi dengan kemampuan untuk membedakan antara fatwa yang valid dan opini viral yang dangkal. Dalam konteks ini, peran lembaga agama adalah memfasilitasi ruang publik fiqh yang sehat, terbuka, tetapi tetap berbasis metodologi ilmiah.

Evaluasi Kritis terhadap Kualitas Fatwa Digital

Keberadaan fatwa digital menimbulkan tantangan serius terhadap validitas metodologis yang menjadi landasan utama dalam ijtihad. Dalam tradisi hukum Islam, ijtihad memerlukan penguasaan ushul fiqh sebagai metodologi formal dalam mengambil hukum dari sumber-sumber primer: Al-Qur'an dan Sunnah. Namun, banyak fatwa digital saat ini diterbitkan tanpa dasar yang jelas dalam ushul fiqh, lebih mengandalkan pendapat pribadi atau respons cepat terhadap isu-isu viral (Pakarti, Farid, & Banaesa, 2023).

Fenomena ini menunjukkan bahwa ruang digital belum sepenuhnya kompatibel dengan proses ijtihad tradisional yang bersifat deliberatif, kolektif, dan argumentatif. Prosedur ijtihad, yang memerlukan studi mendalam tentang asbāb al-nuzūl, 'illah hukum, serta konteks maqāsid, sering digantikan oleh narasi singkat yang menyesuaikan dengan selera algoritmik pengguna media sosial. Situasi ini menyebabkan ijtihad kehilangan kualitasnya sebagai proses ilmiah dan berubah menjadi mekanisme popularitas (Masruri, 2022).

Namun, ruang digital tidak sepenuhnya tertutup bagi proses ijtihad. Dalam kondisi tertentu, platform digital sebenarnya dapat menjadi forum untuk dialog ijtihadiyah yang luas, asalkan prinsip-prinsip ushul fiqh tetap menjadi landasan. Hal ini tercermin dalam fatwa-fatwa kontemporer yang dihasilkan oleh lembaga seperti MUI atau DSN-MUI, yang terus melakukan pembahasan, meskipun menggunakan sarana digital. Dengan kata lain, digitalisasi tidak secara otomatis menggantikan validitas, tetapi perlu dipantau agar tidak menyimpang dari kerangka ilmiah.

Yang dibutuhkan dalam konteks ini adalah panduan metodologis yang memungkinkan adaptasi ushul fiqh ke dalam lingkungan digital. Hal ini dapat mencakup penyesuaian dalam proses ijtihad kolektif secara online, validasi publik berdasarkan sanad ilmiah digital, dan penggunaan teknologi untuk melacak postulat dan tarjih. Jika tidak, fatwa digital akan terus berada dalam krisis epistemik yang melemahkan otoritas hukum Islam.

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas fatwa digital adalah maqāsid al-sharī'ah, yaitu tujuan dasar syariah seperti perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Kerangka kerja ini menyediakan alat normatif yang mampu menilai apakah suatu fatwa sesuai dengan semangat dasar syariah atau tidak. Dalam konteks digital, pendekatan maqāsid dapat menjembatani fleksibilitas media dan ketegasan nilai-nilai (Putro dkk., 2024).

Fatwa digital seringkali tidak memperhatikan maqāsid karena lebih fokus pada respons cepat dan narasi populer. Misalnya, dalam kasus vaksinasi COVID-19, terdapat fatwa tidak resmi yang tersebar luas dan menimbulkan keraguan di masyarakat, meskipun bertentangan dengan maqāsid seperti ḥifz al-nafs (pelindungan nyawa). Studi oleh Nurcholis menunjukkan bahwa hanya fatwa resmi yang didasarkan pada maqāsid yang dapat memberikan kepastian hukum dan etika bagi masyarakat luas (Nurcholis, 2021).

Dalam praktiknya, maqāsid al-sharī'ah dapat digunakan untuk menilai konten, konteks, dan dampak sosial dari fatwa digital. Fatwa yang memecah belah, menyebarkan kebencian, atau menimbulkan ketakutan, meskipun viral, harus ditolak karena bertentangan dengan maqāsid. Sebaliknya, fatwa yang mampu memberikan solusi kontekstual yang rahmatan lil 'ālamīn (rahmat bagi

seluruh alam) harus diapresiasi, meskipun disampaikan dalam format baru seperti video pendek atau infografis.

Dengan demikian, maqāṣid al-sharī'ah tidak hanya relevan secara teoritis, tetapi juga praktis sebagai alat ukur baru di era disrupsi digital. Ini adalah landasan etis yang menjaga fatwa tetap bermanfaat dan tidak terbawa oleh logika media. Di sinilah pentingnya mengintegrasikan tradisi klasik dengan inovasi digital, tanpa kehilangan semangat dan tujuan utama hukum Islam.

Tantangan dan Peluang dalam Rekonstruksi Epistemologis Hukum Islam

Perkembangan teknologi digital menuntut fatwa Islam untuk hadir secara cepat dan kontekstual di masyarakat. Namun, responsivitas ini sering bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar fiqh yang menekankan kehati-hatian, metodologi yang valid, dan proses musyawarah. Ketegangan ini menghadirkan tantangan epistemologis baru: bagaimana menjaga integritas ushul fiqh di ranah digital yang menuntut kecepatan dan daya tarik visual.

Pasar digital memiliki logikanya sendiri: ia mengutamakan viralitas, keterlibatan, dan penyederhanaan pesan. Hal ini bertentangan dengan kompleksitas metodologi istinbāt yang menjadi inti tradisi hukum Islam. Banyak konten fatwa di media sosial disajikan tanpa justifikasi metodologis, namun tetap mampu mengklaim otoritas hanya karena kinerjanya yang tinggi di platform digital (Widoyo & Islamy, 2022).

Rekonstruksi epistemologis hukum Islam diperlukan untuk merespons dinamika digital tanpa kehilangan otoritas dan validitasnya. Salah satu pendekatan adalah membangun platform fatwa digital yang tidak hanya menyajikan pendapat hukum, tetapi juga memberikan transparansi metodologis dengan menampilkan sumber-sumber bukti, metode tarjih, dan pertimbangan maqāṣid secara jelas dan terbuka (Shamsuddin, 2024).

Membangun sistem fatwa digital yang autentik juga memerlukan kolaborasi antara ulama tradisional, ahli media, dan ahli teknologi informasi. Inisiatif seperti Cariustadz.id perlu diperluas, tidak hanya sebagai katalog ustadz, tetapi sebagai pusat pembelajaran Islam berdasarkan maqāṣid dan moderasi. Pendekatan maqāṣid memungkinkan penyaringan fatwa dengan menilai sejauh mana fatwa tersebut mempertahankan prinsip-prinsip dasar Islam dalam konteks modern (Ridwan, 2024).

Produksi konten hukum Islam di media sosial bukan hanya masalah hukum, tetapi juga etika. Banyak influencer agama menyampaikan fatwa tanpa mempertimbangkan dampak sosial dan psikologis dari konten mereka. Dalam hal ini, penekanan pada Islam adalah bahwa penyampaian hukum harus mempertimbangkan manfaat, bukan hanya kebenaran literal. Ketika fatwa disampaikan dalam bentuk clickbait, meme, atau narasi emosional, ada risiko distorsi pemahaman publik terhadap prinsip-prinsip syariah (Miswanto, 2021).

Etika penyebaran fatwa juga berkaitan dengan pertanggungjawaban intelektual. Tidak semua orang yang memiliki banyak pengikut di media sosial berhak untuk mengeluarkan fatwa. Perlu dicatat bahwa banyak konten populer sebenarnya merupakan bentuk opini pribadi yang tidak melalui proses istinbāt yang benar. Hal ini menunjukkan pentingnya kode etik da'wah digital yang melibatkan prinsip-prinsip kehati-hatian, ilmu pengetahuan, dan tanggung jawab sosial.

Para ulama dan ulama digital memiliki tanggung jawab besar dalam menjaga kualitas diskursus Islam di ruang publik. Mereka tidak hanya diharuskan menguasai syariat, tetapi juga mahir memahami budaya digital, algoritma media sosial, dan etika komunikasi online. Tanggung jawab ulama digital tidak hanya menyampaikan kebenaran, tetapi juga menumbuhkan pemikiran kritis masyarakat dalam menerima informasi agama.

Salah satu solusi etis adalah mengembangkan literasi agama digital, yaitu kemampuan masyarakat untuk menilai, membandingkan, dan memverifikasi konten Islam secara mandiri. Cendekiawan digital yang bertanggung jawab akan berperan sebagai fasilitator pembelajaran, bukan selebriti yang mencari popularitas. Mereka harus memprioritaskan maqāṣid syariat dalam setiap produk konten mereka, bukan hanya viralitas.

Penutup

Penelitian ini membuktikan bahwa disrupsi digital telah secara fundamental mengubah struktur dan mekanisme produksi fatwa dalam Islam. Otoritas keagamaan yang dulu bergantung pada legitimasi institusional dan sanad ilmiah, kini beralih ke otoritas digital yang dibentuk oleh popularitas, algoritma, dan persepsi publik. Media sosial tidak hanya menjadi sarana distribusi, tetapi juga ruang untuk produksi makna keagamaan yang partisipatif dan horizontal, yang secara fundamental mengubah hubungan antara ulama dan masyarakat.

Transformasi ini membuka peluang untuk demokratisasi pengetahuan Islam, namun pada saat yang sama menimbulkan risiko epistemologis yang serius. Fatwa digital sering diproduksi tanpa proses ijtihad metodologis dan tanpa mempertimbangkan maqāṣid al-sharī'ah, sehingga menimbulkan fragmentasi epistemologis dan krisis validitas hukum Islam. Modal simbolik di era digital tidak lagi berasal dari tradisi ilmiah, melainkan dari performativitas dan representasi media, memperkuat logika ekonomi perhatian sebagai penentu otoritas.

Dalam konteks ini, maqāṣid al-sharī'ah berperan penting sebagai kerangka normatif untuk menilai kualitas fatwa digital, memastikan produk hukum Islam tetap berorientasi profit dan tidak terjerumus ke dalam populisme agama. Integrasi maqāṣid dengan pendekatan mediatik dan epistemologi kontemporer merupakan langkah strategis untuk merekonstruksi ijtihad yang valid, kontekstual, dan bertanggung jawab di era digital.

Dengan demikian, kontribusi utama kajian ini terletak pada upaya membangun pemahaman kritis dan sistematis tentang otoritas keagamaan digital serta menawarkan parameter normatif dalam menghasilkan dan mengevaluasi fatwa di tengah arus media yang pesat. Ke depannya, kolaborasi antara ulama, akademisi, dan aktor digital diperlukan untuk mengembangkan ekosistem fatwa yang etis, inklusif, dan berbasis sains dalam lanskap sosial yang terus berubah.

Sebagai tindak lanjut dari temuan tersebut, penelitian ini menyarankan agar lembaga keagamaan dan otoritas fatwa di Indonesia mulai mengembangkan literasi digital keagamaan yang komprehensif bagi para ulama dan dai, agar mereka mampu beradaptasi dengan dinamika ruang digital tanpa kehilangan integritas epistemologisnya. Penguatan kapasitas dalam hal etika media, analisis algoritma, dan komunikasi digital berbasis maqāṣid al-sharī'ah perlu dilakukan secara sistematis melalui pelatihan dan kolaborasi lintas disiplin. Dengan cara ini, otoritas keagamaan dapat

memanfaatkan teknologi digital bukan sekadar sebagai sarana penyebaran fatwa, tetapi juga sebagai instrumen pembentukan kesadaran keislaman yang rasional, moderat, dan bertanggung jawab.

Daftar Pustaka

- Achfandhy, M. I., Khoirurrijal, K., & Budi, A. (2024). *Kontestasi Wacana Moderasi Beragama di Media Sosial*. <https://penerbitlitnus.co.id/portfolio/kontestasi-wacana-moderasi-beragama-di-media-sosial/>
- Alfani, M., & Anwar, L. (2024). KONTEKSTUALISASI HADIS DALAM ERA DIGITAL: RETORIKA DAN OTORITAS KEAGAMAAN INFLUENCER DAKWAH DI MEDIA SOSIAL. *Universum*, 18(2). <https://doi.org/10.30762/universum.v18i2.2611>
- Biyanto, B. (2023). *Islam Wasathiyah dalam perdebatan ulama dan cendekiawan muslim*. Pena Salsabila. <http://repository.uinsa.ac.id/id/eprint/3414/>
- Fatmawati, N. I., & Sholikin, A. (2020). PIERRE BOURDIEU DAN KONSEP DASAR KEKERASAN SIMBOLIK. *Madani Jurnal Politik Dan Sosial Kemasyarakatan*, 12(1), Article 1. <https://doi.org/10.52166/madani.v12i1.3280>
- Fikriyati, U. (2022). Pengarusutamaan Islam Moderat Melalui Penafsiran Al-Qur'an di Media Sosial Indonesia. *Nun: Jurnal Studi Alquran Dan Tafsir Di Nusantara*, 8(2), Article 2. <https://doi.org/10.32495/nun.v8i2.330>
- Fitriansyah, N., & Lubis, T. (2023). Mediating Alghorithm Mediating Da'wa: The New Preacher and Optimization of Social Media for Da'wa in the Case of Habib Ja'far. *Jurnal Penelitian*, 1–12. <https://doi.org/10.28918/jupe.v20i1.1092>
- Fuadi, M. H. (2024). Pembentukan Identitas Politik-Islam di Dunia Digital: Studi Etnografi Akun Dakwah Politik di Media Sosial. *Cigarskruie: Journal of Educational and Islamic Research*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.5281/zqnd7c33>
- Gojali, D., & Setiawan, I. (2023). *Hukum Ekonomi Syariah Analisis Fikih dan Ekonomi Syariah*. PT Raja Grafindo Persada.
- Hakim, L., & Mukhlis, Z. (2023). Otoritas Agama di Ruang Siber: Fragmentasi dan Kontestasi: *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 119–132. <https://doi.org/10.15642/jik.2023.13.2.119-132>
- Hamdani, A. R. (2023). Fatwa in the Digital Age: Online Mufti, Social Media, and Alternative Religious Authority. *Hikmatuna: Journal for Integrative Islamic Studies*, 9(1), 53–63. <https://doi.org/10.28918/hikmatuna.v9i1.966>
- Haryadi, D. (2020). Otoritas Keagamaan Baru: Habituasi dan Arena Dakwah Era Digital. *Islamic Insights Journal*, 2(2), 69–82. <https://doi.org/10.21776/ub.ijj.2020.002.02.01>
- Hjarvard, S. (2011). The mediatization of religion: Theorising religion, media and social change. *Culture and Religion*, 12(2), 119–135. <https://doi.org/10.1080/14755610.2011.579719>
- Islamy, A., Abduh, M., Siswanto, E., & Badrun, M. (2024). REVIEWING THE FATWA OF DIGITAL DA'WAH IN INDONESIA BASED ON THE PARADIGM OF CONTEMPORARY ISLAMIC LAW. 23.

- Kholili, M., Izudin ,Ahmad, & and Hakim, M. L. (2024). Islamic proselytizing in digital religion in Indonesia: The challenges of broadcasting regulation. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2357460. <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2357460>
- Mesalina, J., Zahara, A. E., Kusnadi, E., & Rafii, M. (2024). Reproduksi Otoritas Keagamaan di Pesantren Daarul Attauhidi Muaro Kumpeh: Pendidikan Berbasis Tauhid dan Respon Masyarakat. *El Buhuth: Borneo Journal of Islamic Studies*, 317–330. <https://doi.org/10.21093/el-buhuth.v7i2.8194>
- Miswanto, A. (2021). Problematika Fatwa: Mempertimbangkan Tawaran Metodologi Ijtihad Ulama Kontemporer. *JURNAL HUKUM EKONOMI SYARIAH*, 4(2), 137–158. <https://doi.org/10.30595/jhes.v4i2.11670>
- Muhammad, F. A. (2024). Perebutan Otoritas Keagamaan: Persaingan Kekuasaan dibalik Debat Nasab Ba' Alawi. *POLITEA*, 7(1), 189. <https://doi.org/10.21043/politea.v7i1.28727>
- Mujib, A., Yunita, Y., Amrullah, M. K., & Muradi, A. (2021). *Nahdlatul Ulama di tengah gelombang Disrupsi, Meneguhkan Islam Nusantara, Mempertahankan NKRI (Kumpulan Tulisan Menyambut Mukhtar Nahdlatul Ulama ke-34)* (Fridiyanto, Firmansyah, M. K. Amrullah, & M. Rafi'i, Ed.). Yayasan Sahabat Alam Rafflesia. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/4461/>
- Naila Nabihah Qonita, Taufik Edy Sutanto, & Nur Inayah. (2024). Analisis Dinamika Tren Otoritas Keagamaan: Studi Kasus di Twitter Indonesia Tahun 2009-2019. *The Indonesian Journal of Computer Science*, 13(2). <https://doi.org/10.33022/ijcs.v13i2.3862>
- Nurcholis, M. (2021). Fikih Maqasid dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia tentang Penggunaan Vaksin Covid-19 Produk AstraZeneca. *Tribakti: Jurnal Pemikiran Keislaman*, 32(2), Article 2. <https://doi.org/10.33367/tribakti.v32i2.1741>
- Ridwan, M. (2024). Transformasi Hukum Keluarga Islam Di Era Digital: Analisis Sosiologi Hukum Terhadap Regulasi Perkawinan dan Perceraian Di Indonesia. *Al-Istinbath : Jurnal Ilmu Hukum Dan Hukum Keluarga Islam*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.71242/akcp9f65>
- Rifai, A. (2020). TAFSIRWEB: DIGITALIZATION OF QUR'ANIC INTERPRETATION AND DEMOCRATIZATION OF RELIGIOUS SOURCES IN INDONESIA. *Jurnal At-Tibyan: Jurnal Ilmu Alqur'an Dan Tafsir*, 5(2), 152–170. <https://doi.org/10.32505/at-tibyan.v5i2.1640>
- Romli, A., & Nashihin, M. (2024). Urgensi Teori Sosiologi dalam Pengembangan Pendidikan Agama Islam. *Darajat: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 7(1), Article 1. <https://doi.org/10.58518/darajat.v7i1.2775>
- Shamsuddin, M. M. J. (2024). Islamic Rulings and Guidelines for Social Media Influencers: Maqasid Shariah Point of View: Hukum dan Garis Panduan Islam Bagi Pempengaruh Media Sosial: Pandangan Maqasid Shariah. *Sains Insani*, 9(2), Article 2. <https://doi.org/10.33102/sainsinsani.vol9no2.699>
- Sholihah, H., Bakry, K., Khairunnisa, D., Rahim, A., Saragih, E. J., Arifuddin, Q., Nurhayati, S., Fitri, H., Karim, D. A., & Bariyah, O. N. (2023). *Hukum Islam*. HEI PUBLISHING.

- Suaedy, A., Alnizar, F., Ardiantoro, J., & Siroj, S. A. (2023). Language, Authority, and Digital Media: The Impact on the Legitimacy of Fatwas. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 23(1), Article 1. <https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/ahkam/article/view/28875>
- Widoyo, A. F., & Islamy, A. (2022). Nilai-Nilai Maqasid Syariah dalam Orientasi Dakwah di Indonesia. *Risalah, Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 8(4), Article 4. https://doi.org/10.31943/jurnal_risalah.v8i4.345
- Yasdar, Y., & Zulki, A. (2024). Dialektika Living Qur'an dalam Manajemen Pengelolaan Zakat Pada Baznas (Bazis) DKI Jakarta. *Al-Mizan (e-Journal)*, 20(1), Article 1. <https://doi.org/10.30603/am.v20i1.4416>