

Revitalisasi Nilai-Nilai Keushuluddinan Melalui Media Sosial Di Era Digital 5.0

Guruh Ryan Aulia
UIN Alauddin Makassar
guruh.ryan@uin-alauddin.ac.id

Nur Qalby
UIN Alauddin Makassar
nurqalby015@gmail.com

Diterima: [2025-05-03]

Direvisi: [2025-06-16]

Disetujui: [2025-06-25]

Abstract

This article aims to analyze the role of social media (particularly YouTube) in revitalizing the values of Ushuluddin among students of the Study of Religions Program (SAA) at UIN Alauddin Makassar. Employing a qualitative approach and field research grounded in critical analysis, this study finds that social media has become a new space for disseminating Ushuluddin values (such as tauhid, ethics, exegesis, hadith, and Sufism) in a more contextual, visual, and popular format. Students are not merely passive consumers but also active participants in selecting and interpreting religious content. However, this phenomenon also presents challenges, such as the oversimplification of religious teachings, the emergence of pseudo-religious authorities, and the dominance of emotionally charged but shallow content. The findings suggest that social media can serve as an effective medium for revitalizing Islamic values, provided it is accompanied by critical thinking skills, digital literacy, and sustained academic guidance.

Keywords: Ushuluddin, Social media, YouTube, Students,

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi di era Digital 5.0 telah membawa dampak signifikan dalam kehidupan manusia, tidak hanya di bidang ekonomi dan sosial, tetapi juga dalam aspek spiritual dan keagamaan (Waruwu & Lawalata, 2024). Era ini ditandai oleh kehadiran teknologi canggih seperti kecerdasan buatan (AI), big data, dan *Internet of Things* (IoT), yang telah terintegrasi dalam hampir semua aspek kehidupan. Teknologi kini bukan hanya alat bantu, melainkan telah menjadi elemen yang melekat dalam interaksi manusia, termasuk dalam penyampaian dan pemahaman nilai-nilai agama.

Perubahan pola komunikasi dalam konteks kehidupan sosial-keagamaan sangat terlihat. Dulu, nilai-nilai agama sering disampaikan melalui pertemuan

langsung seperti pengajian, majelis taklim, atau ceramah di masjid. Saat ini, media sosial telah mengambil alih banyak peran tersebut (Kasir & Awali, 2024). Salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan adalah YouTube. Platform ini menawarkan berbagai konten audio-visual yang mudah diakses, fleksibel, dan menarik secara visual, sehingga sangat digemari oleh generasi muda.

Salah satu konsep penting yang dapat digunakan untuk memahami fenomena ini adalah teori revitalisasi yang dikemukakan oleh Anthony Wallace (1956). Wallace menjelaskan bahwa revitalisasi merupakan usaha yang dilakukan secara sadar dan terorganisir oleh kelompok sosial untuk mengembalikan nilai-nilai budaya atau keagamaan yang dianggap mulai memudar atau dilupakan (Sulastrri, 2014). Dalam konteks ini, revitalisasi dapat menjadi tanggapan terhadap berbagai tekanan sosial, perubahan zaman, serta penurunan nilai spiritual yang dialami oleh masyarakat modern.

Revitalisasi nilai-nilai keushuluddinan (tauhid, akhlak, tafsir, hadis, dan tasawuf) menjadi semakin krusial di tengah pengaruh globalisasi dan digitalisasi yang semakin kuat (Hermansyah et al., 2023). Mahasiswa, sebagai generasi intelektual muda, merupakan kelompok yang rentan terhadap krisis nilai akibat derasnya arus informasi dan masuknya budaya populer digital. Mereka berada dalam lingkungan yang dipenuhi dengan informasi, di mana tidak semua informasi tersebut memiliki nilai edukatif atau spiritual. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan kreatif dan kontekstual untuk menyampaikan nilai-nilai keushuluddinan kepada generasi ini.

Media sosial seperti YouTube berfungsi sebagai alat yang berpotensi untuk merevitalisasi nilai-nilai tersebut. Melalui pendekatan audio-visual yang komunikatif, informatif, dan sering kali interaktif, YouTube dapat menyajikan ajaran agama dalam format yang lebih menarik dan sesuai dengan gaya belajar generasi digital. Berbagai konten dakwah, kajian, *podcast*, dan video edukatif keagamaan yang ada di YouTube bisa menjadi sarana transformasi nilai yang sangat efektif jika digunakan dengan bijak dan bertanggung jawab (Bari et al., 2025).

Perlu dicatat bahwa tidak semua konten keagamaan di YouTube memiliki kualitas yang baik atau dapat dipertanggungjawabkan secara akademis maupun teologis (Bari et al., 2025). Dalam banyak kasus, narasi keagamaan yang disajikan secara dangkal dan populis berpotensi menyesatkan atau memicu fanatisme (Hannan, 2021). Oleh karena itu, penting untuk menganalisis lebih dalam bagaimana media sosial, terutama YouTube, berperan dalam proses

revitalisasi nilai keushuluddinan. Apakah platform ini benar-benar efektif dalam membentuk pemahaman keagamaan mahasiswa? Atau justru menciptakan fragmentasi dalam interpretasi nilai-nilai agama?

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dirancang untuk menjawab dua pertanyaan utama: (1) Bagaimana media sosial, terutama YouTube, berkontribusi dalam merevitalisasi nilai-nilai ushuluddin di kalangan mahasiswa Program Studi Studi Agama-Agama (SAA)? dan (2) Apa dampak dari penggunaan media sosial tersebut dalam upaya revitalisasi nilai keushuluddinan? Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman mengenai transformasi dakwah dan pendidikan keagamaan di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang fokus pada analisis kritis terhadap peran YouTube dalam revitalisasi nilai-nilai keushuluddin. Data dikumpulkan melalui tiga teknik utama: observasi partisipatif terhadap konsumsi konten keagamaan di YouTube oleh mahasiswa, wawancara mendalam dengan mahasiswa Program Studi Studi Agama-Agama UIN Alauddin Makassar, serta analisis konten dari kanal-kanal YouTube keagamaan yang relevan.

Analisis data mengikuti model Miles dan Huberman, yang mencakup kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Zulfirman, 2022). Proses ini dilengkapi dengan pembacaan kritis terhadap struktur wacana dan otoritas keagamaan dalam konten media sosial. Validitas data diuji melalui triangulasi sumber informasi.

PEMBAHASAN

A. Media Sosial Sebagai Sarana Revitalisasi Nilai-Nilai Ushuluddin di Kalangan Mahasiswa Program Studi Studi Agama-Agama

Media sosial, khususnya platform audio-visual seperti YouTube, memiliki peran strategis dalam menghidupkan kembali nilai-nilai keushuluddinan yang mencakup aspek-aspek dasar dalam studi Islam, seperti tauhid, akhlak, tafsir, hadis, dan tasawuf. Di era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi, media sosial telah menjadi ruang baru yang memungkinkan penyampaian nilai-nilai keagamaan secara lebih kontekstual, komunikatif, dan sesuai dengan gaya hidup serta cara berpikir generasi digital (Faizah & Maftuhah, 2024).

Hal ini juga dirasakan oleh Aisyah Rahma, mahasiswa Program Studi Studi Agama-Agama, yang merasakan manfaat media sosial dalam proses belajarnya:

“Menurut saya, media sosial itu bukan cuma buat nambah informasi, tapi juga tempat belajar agama dengan cara yang lebih santai. Nggak harus serius seperti di kelas, tapi tetap masuk ke hati dan kadang justru lebih ngena.”¹

Bagi mahasiswa Program Studi Studi Agama-Agama (SAA), media sosial bukan hanya menjadi sumber informasi tambahan, tetapi juga menjadi tempat belajar agama secara santai namun tetap berpengaruh. Akses yang mudah, tampilan yang menarik, dan kebebasan memilih konten membuat mahasiswa lebih dekat dengan pembahasan Ushuluddin dalam kehidupan sehari-hari. Namun, hal ini juga perlu disikapi secara kritis karena nilai-nilai agama yang dibagikan di media sosial sering kali lebih menonjolkan popularitas dibanding keilmuan yang benar (Fadhilah et al., 2025). Dalam konteks ini, ada beberapa cara penting yang menunjukkan bagaimana media sosial membantu menghidupkan kembali nilai-nilai Ushuluddin di kalangan mahasiswa.

1. Kontekstualisasi Ajaran Ushuluddin dalam Format Visual dan Populer

Platform media sosial seperti YouTube kini menjadi sarana efektif dalam menyampaikan ajaran Ushuluddin dengan pendekatan yang lebih visual, kontekstual, dan populer. Melalui format audio-visual yang komunikatif, YouTube menghadirkan konten keagamaan yang disampaikan dengan cara yang lebih sederhana, menarik secara visual, serta dekat dengan kehidupan sehari-hari generasi muda (Chanra & Tasruddin, 2025). Beberapa kanal populer seperti *Podcast Habib Jafar*, *Gus Baha Official*, dan *Ngaji Filsafat* menjadi referensi utama bagi mahasiswa Program Studi Studi Agama-Agama (SAA) dalam memperdalam pemahaman mereka terhadap nilai-nilai keislaman. Kanal-kanal ini tidak hanya menyampaikan pesan keagamaan secara tekstual atau normatif, tetapi juga mengaitkannya dengan dinamika sosial, persoalan psikologis, hingga isu-isu eksistensial yang relevan dengan masyarakat masa kini.

Melalui berbagai konten yang tersedia, mahasiswa kini tidak lagi terbatas pada bahan perkuliahan sebagai satu-satunya rujukan dalam mempelajari nilai-nilai Ushuluddin. Mereka mulai mengeksplorasi bagaimana konsep tauhid

¹ Aisyah Rahma (20 Tahun), Selaku Mahasiswa Studi Agama-Agama, Wawancara, Pada Tanggal 10 Mei 2025 di Fakultas Ushuluddin dan Filsafat.

dipahami dalam konteks pencarian makna hidup di tengah arus kehidupan modern yang cenderung sekuler dan kompleks. Nilai-nilai akhlak juga diinterpretasikan ulang dalam ranah digital, mencakup etika berinteraksi di media sosial, menghargai perbedaan, hingga membangun empati sosial. Selain itu, penafsiran Al-Qur'an turut dikaitkan dengan isu-isu aktual seperti keberagaman, krisis lingkungan, serta keadilan sosial. Dengan demikian, YouTube hadir sebagai ruang alternatif yang memungkinkan teks-teks keagamaan klasik diterjemahkan ke dalam narasi yang lebih relevan, membumi, dan bersifat dialogis (Faumi et al., 2024).

Meski begitu, jika dilihat secara lebih mendalam, fenomena ini menyimpan persoalan serius dalam hal cara berpikir (epistemologi). Konten keagamaan yang disajikan dalam format visual dan populer sering kali membuat ajaran nilai-nilai Ushuluddin kehilangan kedalaman maknanya. Banyak video dakwah lebih fokus pada sisi emosional dan kedekatan dengan penonton, dibanding menjelaskan ajaran agama secara ilmiah dan terstruktur (Kusumawati et al., 2022). Misalnya, kajian tentang tasawuf sering disampaikan sebagai motivasi spiritual dengan kutipan-kutipan inspiratif, tapi tanpa penjelasan tentang sumber dan dasar keilmuannya. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah digital bisa menjadi lebih mengutamakan perasaan daripada pemikiran yang mendalam.

Selain itu, ada kecenderungan isi dakwah disesuaikan dengan cara kerja algoritma media sosial. Banyak video menggunakan judul yang bersifat *clickbait* (sensasional, provokatif atau menggoda), durasi yang pendek agar menarik perhatian penonton, dan tampilan visual yang dramatis (Faumi et al., 2024). Semua itu jadi pertimbangan utama dalam membuat konten. Akibatnya, ajaran agama yang seharusnya disampaikan secara mendalam dan hati-hati malah disederhanakan dalam cuplikan-cuplikan singkat yang terbuka untuk berbagai tafsir bebas (Bari et al., 2025). Hal ini bisa memicu salah paham dalam memahami inti ajaran nilai-nilai Ushuluddin, serta membuka ruang penafsiran yang terlalu longgar tanpa landasan keilmuan yang jelas.

Dari hasil wawancara oleh Muhammad Rezky (Mahasiswa Program Studi Studi Agama-Agama) mengatakan bahwa:

“Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi sarana utama dalam menyebarkan informasi, termasuk konten keagamaan. Tayangan kajian agama yang disebarluaskan melalui platform di YouTube memberikan kemudahan akses bagi remaja untuk mempelajari ajaran Islam secara fleksibel dan interaktif. Tapi, jika hanya melihat tanpa diseimbangkan dengan berpikir kritis tentang isinya, maka ada resiko kita akan menyalah

artikan maksud dari kontennya, dan juga kita akan memperoleh informasi yang hanya sepotong-sepotong saja bahkan bisa melakukan penyimpangan.”²

Bagi mahasiswa Studi Agama-Agama (SAA), media sosial memang membuka ruang belajar yang lebih fleksibel dan terbuka bagi siapa saja. Namun, tanpa kemampuan berpikir kritis terhadap isi dan sumber konten yang dikonsumsi, ada risiko mereka menyerap pemahaman agama yang dangkal, sepotong-sepotong, atau bahkan menyimpang dari ajaran yang benar. Oleh karena itu, upaya untuk menghidupkan kembali nilai-nilai Ushuluddin melalui media sosial perlu disertai dengan pembekalan pengetahuan yang kuat dan kemampuan membaca yang mendalam. Gaya penyampaian yang populer dan visual memang penting untuk menarik perhatian generasi digital, tetapi tetap harus menjaga keilmuan dan keutuhan pesan ajaran agama.

2. Dakwah Sebagai Dialog, Bukan Sekedar Ceramah

Peran media sosial, terutama YouTube, telah membawa perubahan fundamental dalam pola penyampaian dakwah (Ummah, 2023). Bagi mahasiswa, dakwah kini tidak lagi dipahami sebagai komunikasi satu arah, di mana pendakwah berbicara dan audiens hanya mendengarkan secara pasif, sebagaimana lazim dalam ceramah tradisional (Y. Rahmawati et al., 2024). Kehadiran media digital menjadikan dakwah lebih terbuka, dialogis, dan partisipatif (Kasir & Awali, 2024). Mahasiswa dapat berinteraksi langsung, memberikan komentar, bertanya, berdiskusi, bahkan memproduksi konten keagamaan versi mereka sendiri, sesuai dengan latar pemahaman dan pengalaman spiritual masing-masing.

Perubahan ini menciptakan peluang baru dalam penyebaran nilai-nilai Ushuluddin. Mahasiswa tidak lagi sekadar menjadi konsumen pesan-pesan agama, melainkan bertransformasi menjadi pelaku aktif dalam membangun dan menyebarkan makna keagamaan. Nilai-nilai seperti tauhid tidak hanya dihafal secara dogmatis, tetapi dipertanyakan secara kritis dalam relasi dengan keragaman keyakinan; akhlak tidak hanya dipahami secara normatif, tetapi direfleksikan dalam konteks digital seperti etika dalam berkomentar atau menyikapi perbedaan opini; sementara kajian hadis atau tafsir dikaji dalam kerangka yang lebih aplikatif terhadap persoalan sosial kontemporer (Rahman & Taufik, 2024).

² Muhammad Rezky (22 Tahun), Selaku Mahasiswa Studi Agama-Agama, Wawancara, Pada Tanggal 13 Mei 2025 di Fakultas Ushuluddin dan Filsafat.

Pendekatan dialogis ini juga menyimpan tantangan yang tidak sedikit. Jika dilihat lebih mendalam, keterbukaan dalam ruang digital berpotensi menciptakan kerentanan baru, khususnya dalam hal kedangkalan pemahaman keagamaan (R. M. Safitri, 2023). Mahasiswa yang belum memiliki kemampuan memilah antara konten berbasis keilmuan dan opini populer cenderung terjebak pada narasi yang viral, meski belum tentu valid secara metodologis. Ketika pemahaman keagamaan dibentuk lebih oleh “apa yang viral” daripada “apa yang valid”, maka nilai-nilai Ushuluddin bisa mengalami reduksi makna.

Meskipun kolom komentar di YouTube tampak seperti wadah diskusi terbuka, tetapi juga rentan dipenuhi oleh opini subjektif, perdebatan emosional, dan bahkan ujaran kebencian (Cinelli et al., 2021). Dakwah yang awalnya diharapkan menjadi media dialog dapat berubah menjadi arena konflik interpretasi, yang justru menjauhkan mahasiswa dari kedewasaan intelektual dalam memahami ajaran agama. Maka, media sosial sebagai ruang dakwah yang bersifat dialogis harus dibingkai dengan etika berdiskusi dan kemampuan berpikir kritis (Andrea et al., 2023).

Seperti yang dikatakan oleh Alfianzah mahasiswa Studi Agama-Agama:

“Untuk mengakses ceramah sekarang sudah sangat mudah. Jika dahulu kita harus ke masjid atau majelis, sekarang kita hanya perlu mencarinya di YouTube dan video ceramah akan muncul dengan berbagai topik. Selain itu, kita juga bisa berinteraksi melalui kolom komentar. Namun sebagai mahasiswa, kita juga harus kritis dan dibekali ilmu pengetahuan yang kuat agar tidak menelan mentah-mentah apa yang ada di media sosial.”³

Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk mengembangkan literasi keagamaan dan digital yang kuat. Keterampilan dalam membaca teks keagamaan secara metodologis, menelusuri sumber referensi, dan memahami konteks ajaran menjadi fondasi penting agar tidak mudah terpengaruh oleh narasi keagamaan yang dangkal (Rahmawanti et al., 2024). Tanpa bekal keilmuan yang cukup, mahasiswa rentan menjadi korban disinformasi agama yang dikemas secara menarik namun dangkal secara substansi.

Dengan kata lain, pergeseran dakwah dari bentuk ceramah ke arah dialog memang merupakan peluang besar dalam revitalisasi nilai-nilai Ushuluddin. Namun demikian, efektivitasnya sangat tergantung pada kemampuan mahasiswa dalam bersikap kritis dan bertanggung jawab secara ilmiah. Jika tidak, media sosial justru dapat berubah menjadi ruang pembentukan opini

³ Alfianzah (21 Tahun), Selaku Mahasiswa Studi Agama-Agama, Wawancara, Pada Tanggal 17 Mei 2025 di Fakultas Ushuluddin dan Filsafat.

keagamaan yang tidak terverifikasi, alih-alih sebagai media penguatan spiritual dan intelektual.

3. Pembentukan Identitas Keagamaan Mahasiswa dalam Ruang Digital

Perkembangan media sosial telah mengubah cara mahasiswa membentuk identitas keagamaannya (Yunita et al., 2024). Jika dahulu identitas keislaman banyak dibentuk melalui pendidikan formal, pengajian, atau komunitas keagamaan yang terstruktur, sekarang proses itu juga banyak terjadi di dunia digital (Rofidah & Muhid, 2022). Mahasiswa kini bisa menunjukkan, merawat, bahkan “memamerkan” identitas keagamaannya melalui media sosial. Mereka melakukannya melalui status, caption video, komentar, hingga membuat konten dakwah yang kreatif dan lebih personal.

Nilai-nilai Ushuluddin seperti tauhid, sabar, syukur, dan tawakal tidak lagi hanya dipelajari di ruang kelas. Sekarang, nilai-nilai itu juga muncul dalam keseharian mahasiswa di media sosial (Dwistia et al., 2022). Contohnya, kalimat seperti “semangat karena Allah” atau “selalu bersyukur” bisa ditemukan di bio akun media sosial, postingan Instagram, atau video pendek yang mereka unggah atau bagikan. Identitas religius ini juga dibentuk oleh lingkungan digital, seperti grup kajian *online*, kanal dakwah favorit, atau *influencer* keagamaan yang mereka ikuti.

Salah satu platform yang berperan besar adalah YouTube. Bagi sebagian mahasiswa, YouTube sudah seperti masjid atau tempat kajian digital (K et al., 2021). Di sana mereka bisa memilih sendiri siapa yang ingin mereka dengar, topik apa yang menarik, dan kapan mereka ingin belajar agama. Tidak ada aturan formal yang mengikat, jadi mereka bisa bebas memilih konten keagamaan yang sesuai dengan minat mereka. Hal ini bisa membuat mereka lebih semangat belajar agama, tapi juga bisa menyebabkan pemahaman agama yang kurang mendalam atau mudah berubah-ubah.

Untuk melihat bagaimana mahasiswa merespons konten keagamaan di YouTube, berikut salah satu pandangan dari Ainun, mahasiswa Prodi Studi Agama-Agama, yang mengungkapkan pengalamannya dalam mengakses dakwah digital:

“Saya lebih suka melihat konten-konten dakwah yang menarik dan tidak membosankan, misalnya yang lucu atau yang pembawaannya santai dan mudah dipahami.”⁴

⁴ Ainun (20 Tahun), Selaku Mahasiswa Studi Agama-Agama, Wawancara, Pada Tanggal 21 Mei 2025 di Fakultas Ushuluddin dan Filsafat.

Pembentukan identitas ini tidak hanya tergantung pada isi ceramah atau kontennya, tapi juga bagaimana penyampaiannya. Mahasiswa cenderung lebih suka dengan pendakwah yang santai, lucu, dan mudah dimengerti, daripada ulama yang terlalu serius atau terlalu banyak istilah sulit. Jadi, cara berbicara, tampilan visual, bahkan kepribadian pendakwah di media sosial bisa sangat memengaruhi mahasiswa. Ini menunjukkan bahwa identitas keagamaan di dunia digital sangat dipengaruhi oleh tampilan dan perasaan, bukan hanya oleh logika atau ilmu agama.

Situasi ini punya dua sisi. Di satu sisi, media sosial bisa jadi tempat yang positif untuk menumbuhkan semangat keagamaan. Tapi di sisi lain, ada risiko munculnya religiusitas yang dangkal; agama yang hanya ikut-ikutan tren, tanpa pemahaman yang kuat. Jika nilai-nilai agama hanya menjadi hiasan tanpa renungan, maka identitas keislaman yang terbentuk jadi rapuh dan mudah dipengaruhi oleh tren di media sosial (Enjang & Supandi, 2025).

Karena itu, penting bagi kampus atau jurusan keagamaan untuk membantu mahasiswa membentuk identitas keagamaannya dengan lebih dalam. Mereka perlu dibekali kemampuan berpikir kritis dan pemahaman agama yang kuat, agar tidak hanya ikut-ikutan tren religi di internet, tapi benar-benar menghayati dan menjalankan nilai-nilai keushuluddinan dalam kehidupan sehari-hari.

B. Dampak Media Sosial dalam Revitalisasi Nilai-Nilai Keushuluddinan

Media sosial kini menjadi ruang baru untuk menyebarkan dan membentuk nilai-nilai keagamaan, terutama di era digital seperti sekarang (Dermawan, 2024). Di antara banyaknya platform yang ada, YouTube menjadi salah satu media paling berpengaruh dalam hal pembelajaran agama dan dakwah secara visual (Alwi et al., 2024). YouTube menyajikan berbagai konten keagamaan yang membahas hal-hal penting dalam studi Ushuluddin, seperti tauhid, akhlak, tafsir, hadis, hingga tasawuf. Tidak bisa dipungkiri, kehadiran media sosial ini telah mengubah cara anak muda, termasuk mahasiswa, dalam mengenal, memahami, dan merenungi ajaran agama (Luthfia, 2025).

Pandangan ini disampaikan oleh Nurul Aini, mahasiswa Prodi Studi Agama-Agama, yang mengungkapkan bahwa media sosial memiliki peran lebih dari sekadar hiburan:

“Media sosial itu bukan cuma buat *scroll* atau nonton yang lucu-lucu. Buat saya, itu juga tempat belajar agama. Dari situ saya jadi tahu banyak hal tentang Islam yang nggak saya temukan di kelas. Kadang justru dari YouTube atau Instagram saya merasa lebih dekat dengan agama.”⁵

⁵ Nurul Aini (22 Tahun), Selaku Mahasiswa Studi Agama-Agama, Wawancara, Pada Tanggal 23 Mei 2025 di Fakultas Ushuluddin dan Filsafat.

Bagi mahasiswa jurusan Studi Agama-Agama (SAA), media sosial bukan sekadar tempat mencari hiburan atau berkomunikasi. Lebih dari itu, media sosial menjadi ruang belajar sekaligus ruang spiritual yang memengaruhi cara mereka memandang Islam. Proses revitalisasi nilai-nilai keushuluddinan terjadi lewat berbagai bentuk konten digital, seperti dakwah, *podcast*, dan diskusi keagamaan secara *online* yang menarik dan sesuai dengan konteks zaman. Namun, seperti halnya semua produk budaya digital, media sosial tidak sepenuhnya netral. Ia punya dua sisi: bisa membawa dampak positif, tapi juga punya potensi dampak negatif terhadap pemahaman agama mahasiswa.

1. Dampak Positif

a. Meningkatkan Akses terhadap Materi Ushuluddin

Salah satu dampak positif dari hadirnya media sosial, terutama YouTube, adalah terbukanya akses luas ke berbagai materi-materi keislaman, termasuk ilmu-ilmu Ushuluddin (Hanief et al., 2023). Mahasiswa kini bisa dengan mudah belajar tentang tauhid, akhlak, tafsir, hadis, dan tasawuf hanya lewat *handphone* atau laptop mereka. Kanal-kanal seperti Gus Baha *Official*, *Podcast* Habib Ja'far, Kultum, *NU Channel*, dan Ngaji Filsafat menyediakan konten-konten yang bisa diakses kapan saja dan di mana saja, sehingga mahasiswa bisa belajar secara mandiri, fleksibel, dan sesuai dengan konteks kehidupan mereka.

Bagi mahasiswa Studi Agama-Agama (SAA), kemudahan ini sangat membantu, khususnya untuk menghubungkan teori yang mereka dapatkan di kelas dengan praktik nilai-nilai Ushuluddin dalam kehidupan sehari-hari. Mereka tidak perlu menunggu kelas atau kajian formal, karena cukup mengetik kata kunci, mereka bisa langsung menemukan penjelasan dari berbagai tokoh dengan gaya dan sudut pandang yang berbeda.

Hal ini juga dirasakan oleh Sri Handayani, mahasiswa Prodi Studi Agama-Agama, yang mengakui bahwa YouTube sangat membantunya dalam memahami materi Ushuluddin secara lebih kontekstual:

“Kalau lagi bingung atau butuh penjelasan tambahan, saya biasanya cari di YouTube. Banyak ustaz yang bahasnya ringan dan gampang dimengerti, apalagi kalau kita belum sempat tanya langsung di kelas. Tapi memang, kadang saya juga sadar kalau cuma nonton satu video belum tentu bikin kita benar-benar paham.”⁶

Namun, jika dilihat lebih mandalam, kemudahan ini juga punya tantangan tersendiri. Banyaknya informasi yang tersedia bisa menimbulkan kesan seolah-

⁶ Sri Handayani (20 Tahun), Selaku Mahasiswa Studi Agama-Agama, Wawancara, Pada Tanggal 25 Mei 2025 di Fakultas Ushuluddin dan Filsafat.

olah kita sudah paham suatu topik, padahal baru menonton satu atau dua video saja. Padahal, untuk memahami Ushuluddin secara mendalam, dibutuhkan proses belajar yang serius, seperti membaca kitab-kitab klasik, belajar metode yang tepat, dan berdiskusi secara akademik. Jika hanya mengandalkan video singkat, mahasiswa bisa saja hanya mengerti permukaan tanpa benar-benar paham makna dan dasar ilmunya.

Selain itu, sistem algoritma YouTube yang menampilkan konten sesuai dengan minat pengguna bisa membuat mahasiswa hanya melihat satu sisi pandangan saja (Miranti et al., 2024). Mereka mungkin akan terus disuguhkan konten dari tokoh atau gaya ceramah yang sesuai selera, dan melewatkan pandangan atau pendekatan lain yang mungkin lebih mendalam atau akademik. Akibatnya, pemahaman yang terbentuk bisa tidak seimbang atau kurang menyeluruh.

Meskipun YouTube memberikan banyak kemudahan dalam mengenal nilai-nilai Ushuluddin, jika mahasiswa hanya mengonsumsi kontennya secara instan tanpa pemahaman yang mendalam, maka proses pembelajaran bisa menjadi dangkal. Diperlukan kesadaran kritis, bimbingan dari dosen atau ahli, serta penggabungan antara pembelajaran di kelas dan di luar kelas agar media sosial benar-benar bisa menjadi alat yang efektif dan bertanggung jawab dalam memperkuat nilai-nilai Ushuluddin.

b. Mendorong Dakwah yang Lebih Kontekstual dan Relatable

Salah satu hal yang membuat media sosial, terutama YouTube, sangat menarik dalam menyampaikan nilai-nilai keushuluddinan adalah kemampuannya untuk menyajikan dakwah dengan cara yang relevan, dialogis, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari anak muda (Fitriyani et al., 2023). Topik seperti tauhid, akhlak, dan tasawuf kini dibahas tidak lagi secara kaku atau formal, melainkan dikaitkan langsung dengan hal-hal sehari-hari, seperti *overthinking*, krisis spiritual, hubungan antarumat beragama, dan pencarian makna hidup.

Model dakwah seperti ini membantu mahasiswa untuk memahami nilai-nilai Ushuluddin secara lebih dekat dan personal. Dakwah tak lagi sekadar menyampaikan apa yang boleh dan tidak boleh, tetapi lebih dari itu, ia menjadi ruang diskusi yang menyentuh sisi emosional, sosial, dan batin para pendengarnya. Di sini, media sosial menjadi jembatan yang tidak hanya menyampaikan pengetahuan agama, tetapi juga menumbuhkan empati dan kedekatan (Faizah & Maftuhah, 2024).

Namun, jika kita melihat lebih dalam, pendekatan yang kontekstual ini juga punya sisi yang rumit. Memang benar bahwa dakwah yang fleksibel dan relevan

sangat dibutuhkan, tapi jika terlalu mengikuti selera pasar digital, justru bisa melenceng dari esensi ilmunya (Pamungkas & Halwati, 2023). Banyak konten keagamaan akhirnya lebih menekankan pada sisi “menarik” dan “menghibur” ketimbang ketepatan isi (Ardiansyah & Hamama, 2023). Tema-tema yang dibahas sering kali dipilih karena sedang tren, bukan karena urgensi keilmuan atau kebutuhan spiritual yang sebenarnya. Tak jarang, nilai-nilai Ushuluddin yang seharusnya dijelaskan secara serius malah dikemas secara dangkal, diselingi humor, atau bahkan hanya menjadi bahan tontonan ringan.

Fenomena ini memperlihatkan adanya kecenderungan komodifikasi dakwah, yakni menjadikan dakwah sebagai “produk digital” yang disesuaikan dengan algoritma dan selera pasar. Semakin menarik dan mudah dipahami konten itu, semakin besar peluang untuk viral. Ini membuat sebagian konten kreator agama terdorong untuk mengutamakan popularitas daripada ketepatan ilmiah. Akibatnya, pesan agama bisa kehilangan kedalaman dan bobotnya.

Pandangan ini turut diamini oleh Muhammad Sabil, mahasiswa Prodi Studi Agama-Agama, yang melihat adanya kecenderungan sebagian konten dakwah di media sosial lebih mementingkan daya tarik ketimbang kedalaman pesan:

“Sekarang banyak ceramah yang dikemas singkat dan emosional biar cepat viral. Kadang isinya bagus, tapi juga banyak yang terlalu disederhanakan. Kalau kita tidak hati-hati, bisa saja kita terbawa suasana tanpa tahu dasarnya dari mana.”⁷

Bagi mahasiswa, hal ini bisa berakibat pada terbentuknya pemahaman Islam yang lebih didasarkan pada emosi dan pengalaman pribadi, bukan pada pemikiran yang kritis dan ilmiah. Padahal, dakwah yang dekat dengan kehidupan memang penting, tapi tetap harus punya dasar ilmu yang kuat. Tanpa itu, dakwah bisa jadi menyesatkan dalam jangka panjang.

Oleh karena itu, penting sekali untuk menjaga keseimbangan: bagaimana dakwah bisa tetap kontekstual dan menarik, tapi tetap menjaga kedalaman ilmiahnya. Jangan sampai media sosial hanya menjadikan nilai-nilai Ushuluddin sebagai bahan viral, tanpa memberi fondasi yang kokoh dalam membentuk sikap spiritual dan intelektual mahasiswa.

C. Meningkatkan Kemandirian Belajar Agama

Salah satu dampak signifikan dari kehadiran media sosial dalam revitalisasi nilai keushuluddinan adalah meningkatnya kemandirian mahasiswa dalam belajar agama (F. Z. Safitri & Ahmad, 2021). Berbeda dengan model

⁷ Muhammad Sabil (21 Tahun), Selaku Mahasiswa Studi Agama-Agama, Wawancara, Pada Tanggal 27 Mei 2025 di Fakultas Ushuluddin dan Filsafat.

pembelajaran konvensional yang bersifat *top-down* dan mengandalkan peran dominan dosen atau ustaz, media sosial, terutama YouTube, memberikan ruang luas bagi mahasiswa untuk mengakses dan memilih sendiri materi keagamaan yang mereka butuhkan dan minati (Narpila et al., 2025). Mahasiswa kini dapat secara mandiri mengeksplorasi berbagai pendekatan keilmuan Islam, mulai dari kajian tauhid, tafsir, akhlak, hingga diskusi tasawuf kontemporer, dengan berbagai corak dan gaya penyampaian.

Pengalaman ini juga dirasakan oleh Rezky Amelia, mahasiswa Prodi Studi Agama-Agama, yang merasakan manfaat media sosial dalam proses belajarnya secara mandiri:

“Saya suka nonton kajian di YouTube karena bisa pilih sendiri topik dan ustaz yang cocok. Kadang kalau materi kuliah masih belum jelas, saya cari penjelasan lain di YouTube yang bahasanya lebih pelan dan mudah dipahami.”⁸

Kondisi ini mencerminkan tumbuhnya semangat otonomi intelektual di kalangan mahasiswa. Mereka tidak lagi hanya mengandalkan ceramah di masjid atau materi kuliah, melainkan secara aktif mencari, menyimak, dan membandingkan isi kajian dari berbagai kanal YouTube yang tersedia. Kemandirian ini menjadi titik awal penting dalam membangun sikap belajar yang proaktif dan kritis, terutama dalam konteks pendidikan tinggi Islam. Mahasiswa memiliki keleluasaan untuk memperdalam nilai-nilai Ushuluddin sesuai dengan kebutuhan spiritual dan intelektualnya, tanpa batas ruang dan waktu.

Namun, jika dilihat lebih mendalam, munculnya kebebasan memilih konten agama secara mandiri dapat memicu terjadinya bias selektif (Windari, 2020). Mahasiswa cenderung hanya mengakses dan mengikuti tokoh atau kanal yang sejalan dengan pandangan atau preferensi pribadi mereka. Hal ini berisiko menimbulkan apa yang disebut sebagai *echo chamber*, yaitu ruang informasi tertutup di mana hanya satu suara atau sudut pandang yang terus-menerus diperkuat, sementara perspektif lain diabaikan atau bahkan ditolak (H. W. et al., 2022). Akibatnya, pemahaman agama yang terbentuk bisa menjadi sempit, eksklusif, dan sulit terbuka terhadap diskursus yang berbeda.

2. Dampak Negatif

a. Simplifikasi dan Dangkalnya Pemahaman Ushuluddin

⁸ Rezky Amelia (19 Tahun), Selaku Mahasiswa Studi Agama-Agama, Wawancara, Pada Tanggal 29 Mei 2025 di Fakultas Ushuluddin dan Filsafat.

Salah satu sisi negatif dari maraknya dakwah di media sosial adalah kecenderungan menyederhanakan ajaran-ajaran Islam yang sejatinya kompleks dan mendalam (Ilham et al., 2025). Di platform seperti YouTube, nilai-nilai Ushuluddin, yang idealnya dikaji secara sistematis dan mendalam, sering kali diringkas dalam format yang singkat, populer, dan emosional. Misalnya, konsep tauhid yang sarat muatan teologis dan filosofis, justru dikemas dalam bentuk kutipan motivasi singkat, narasi spiritual yang instan, atau video sinematik yang menggugah emosi, namun minim ruang untuk berpikir kritis.

Pandangan ini juga disampaikan oleh Fikriyatul Azizah, mahasiswa Prodi Studi Agama-Agama, yang mengamati bahwa banyak konten dakwah di media sosial lebih fokus pada sisi emosional daripada keilmuan:

“Saya sering lihat video dakwah yang lebih banyak menyentuh perasaan, tapi penjelasannya kurang dalam. Kadang cuma berisi kutipan atau motivasi, tapi nggak dijelasin dasar ilmunya. Kalau kita nggak kritis, bisa-bisa langsung percaya aja tanpa tahu kebenarannya.”⁹

Kondisi ini tidak lepas dari algoritma media sosial yang lebih memprioritaskan keterjangkauan, kecepatan, dan daya tarik visual (D. Rahmawati, 2018). Dalam ekosistem digital semacam ini, konten yang kompleks dan padat ilmu sering kali dianggap tidak ramah audiens. Alhasil, materi Ushuluddin yang seharusnya disampaikan dengan rujukan, analisis historis, serta pemikiran filosofis justru diringkas sedemikian rupa hingga kehilangan substansinya. Dakwah pun perlahan bergeser dari sarana pembelajaran spiritual dan intelektual menjadi hiburan religius yang menyenangkan, tetapi miskin kedalaman ilmiah.

Jika dianalisis secara mendalam, ini menunjukkan adanya gejala komodifikasi pengetahuan agama dalam budaya digital. Ketika ajaran keislaman dikemas agar sesuai dengan selera pasar, yakni konten yang singkat, menghibur, dan menggugah emosi, maka tujuan asli dari nilai-nilai Ushuluddin, yaitu membentuk kesadaran teologis dan moral yang mendalam, menjadi kabur. Pemahaman yang terbentuk dari konten semacam ini bersifat permukaan; tidak mengajak audiens untuk menggali akar konsep, menelaah dalil, atau memahami konteks secara ilmiah. Dengan demikian, cara pandang terhadap agama sangat ditentukan oleh bentuk kemasan kontennya, bukan oleh kekuatan argumentasi dan rujukan keilmuannya (Hakim & Dahri, 2025).

⁹ Fikriyatul Azizah (18 Tahun), Selaku Mahasiswa Studi Agama-Agama, Wawancara, Pada Tanggal 29 Mei 2025 di Fakultas Ushuluddin dan Filsafat.

Situasi ini menjadi lebih mengkhawatirkan ketika mahasiswa, khususnya dari Program Studi Studi Agama-Agama, tidak memiliki landasan akademik yang kuat. Ada kecenderungan untuk menganggap tontonan keagamaan di YouTube sebagai pengganti kajian serius (Sobah, 2023). Padahal, tanpa bekal metodologi yang memadai dan pemahaman epistemologis yang kritis, mereka sangat rentan terhadap penyederhanaan makna, kesalahan interpretasi, bahkan cara pandang yang sempit terhadap agama.

Karena itu, perlu ditegaskan bahwa media sosial memang bisa menjadi pintu masuk yang efektif untuk mengenalkan nilai-nilai Ushuluddin kepada generasi digital. Namun, ia tidak dapat menggantikan fungsi pendidikan formal dan kajian akademik yang berbasis metodologi. Untuk mencegah penyempitan makna dan kerancuan pemahaman, mahasiswa perlu dibekali kemampuan membaca secara kritis, menelaah konteks, dan menjembatani antara konten populer dengan literatur ilmiah. Dengan begitu, nilai-nilai keushuluddinan tidak sekadar menjadi bahan inspirasi singkat, melainkan menjadi sumber ilmu yang mencerdaskan dan menuntun secara spiritual.

b. Maraknya Pseudo-Keilmuan dan Ustaz Digital Tanpa Otoritas

Dalam lingkungan media sosial yang dikuasai oleh algoritma popularitas, muncul realitas baru dalam penyebaran ajaran keagamaan: lahirnya figur-figur keagamaan digital yang lebih mendapat tempat di hati publik karena gaya komunikasi dan daya tarik personalnya, bukan karena otoritas keilmuan yang mapan. Banyak dari mereka yang dikenal sebagai “ustaz media sosial” justru tidak memiliki latar belakang akademik Islam yang kuat. Namun, karena tampil meyakinkan, komunikatif, dan emosional, mereka memperoleh legitimasi publik yang luas (Chanra & Tasruddin, 2025).

Fenomena ini melahirkan gejala pseudo-keilmuan, yaitu penyampaian ajaran agama yang tampak ilmiah di permukaan, namun tidak bersandar pada metodologi yang sahih, sanad keilmuan yang jelas, ataupun referensi yang otoritatif. Dalam ruang digital yang terbuka, siapa pun dapat menyampaikan opini keagamaan dan memperoleh audiens besar selama mampu mengemasnya secara menarik dan viral (Kasir & Awali, 2024). Otoritas tidak lagi dibentuk dari kedalaman pengetahuan, melainkan dari kemampuan mengolah narasi, tampil karismatik di depan kamera, dan membangun persona digital yang memikat. Akibatnya, kebenaran agama direduksi menjadi produk konten: dinilai bukan dari validitas ilmiahnya, melainkan dari jumlah tayangan, *likes*, dan *followers* (Chanra & Tasruddin, 2025).

Dari perspektif analisis yang lebih dalam, ini merupakan bentuk pergeseran otoritas keagamaan yang sangat mendasar. Otoritas yang sebelumnya dibangun

secara bertahap melalui proses pendidikan formal, penguasaan ilmu alat, kajian kitab klasik, serta pengakuan dari komunitas ulama, kini digantikan oleh otoritas semu berbasis popularitas (Idhar & Nasrullah, 2025). Pergeseran ini tentu berpengaruh langsung pada kualitas pemahaman keislaman. Ketika otoritas lebih ditentukan oleh "siapa yang viral" daripada "siapa yang berilmu", maka nilai-nilai Ushuluddin yang seharusnya membentuk kedalaman spiritual dan intelektual justru berisiko dikecilkan menjadi retorika dangkal, simplistik, dan bahkan manipulatif.

Lebih mengkhawatirkan lagi, figur-figur pseudo-ustaz ini kerap menyebarkan pandangan agama yang bias, sempit, bahkan cenderung ekstrem (J. R. Rahmawati et al., 2025). Banyak di antara mereka yang menyampaikan tafsir agama tanpa memperhitungkan kompleksitas perbedaan mazhab, konteks historis, atau kaidah fiqh yang komprehensif (Atabik, 2017).

Kondisi ini menuntut adanya rekontekstualisasi otoritas keagamaan dalam ruang digital. Para dosen, akademisi, dan lembaga pendidikan tinggi keislaman harus hadir secara aktif di media sosial, tidak sekadar sebagai penyeimbang, tetapi sebagai pengarah wacana. Mereka perlu menghadirkan konten keagamaan yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga solid dari segi keilmuan (Hidayatullah, 2024).

Kekhawatiran ini juga diungkapkan oleh Khaerul Anam, mahasiswa Prodi Studi Agama-Agama, yang menilai bahwa popularitas sering kali mengalahkan kualitas dalam ruang dakwah digital:

“Banyak orang sekarang lebih percaya sama ustaz yang sering muncul di YouTube atau TikTok, padahal kadang isi ceramahnya nggak jelas sumbernya. Karena tampilannya menarik dan cara bicaranya enak, orang langsung percaya. Padahal belum tentu ilmunya benar.”¹⁰

Dengan demikian, kemunculan figur keagamaan digital yang tidak memiliki otoritas ilmiah sejatinya merupakan tantangan serius dalam proses revitalisasi nilai-nilai keushuluddinan. Jika tidak direspons, maka akan muncul generasi yang tampak religius secara simbolik, namun rapuh dalam kedalaman pemahaman. Sebab mereka dibentuk bukan oleh ilmu yang sah, melainkan oleh pesona popularitas yang menipu.

c. Ketergantungan Emosional terhadap konten Religius

Di zaman digital yang sangat dipengaruhi oleh algoritma media sosial dan konten yang populer, banyak yang mengalami hubungan dengan agama yang

¹⁰ Khaerul Anam (20 Tahun), Selaku Mahasiswa Studi Agama-Agama, Wawancara, Pada Tanggal 30 Mei 2025 di Fakultas Ushuluddin dan Filsafat.

lebih bersifat emosional daripada intelektual. Ceramah yang menyentuh, potongan video dakwah yang mengharukan, atau kutipan ayat dan hadis dengan musik latar yang dramatis sering kali membuat mahasiswa merasa tersentuh secara batin. Ini sebenarnya adalah hal yang baik karena menunjukkan bahwa mereka masih peka terhadap nilai-nilai spiritual(Ummah, 2023).

Namun, jika hubungan dengan agama hanya berdasarkan emosi, ini bisa menimbulkan ketergantungan pada konten yang mengharukan. Mereka lebih menikmati perasaan haru yang muncul dari konten agama dibandingkan dengan belajar dan merenung secara rasional. Jika hal ini terjadi terus-menerus, cara pandang terhadap agama bisa berubah, agama hanya dirasakan sebagai sesuatu yang menyentuh hati, bukan sebagai pengetahuan yang perlu dipahami secara kritis(Kurnia & Edwar, 2022).

Hal ini bisa berbahaya, karena akan melahirkan bentuk spiritualitas yang rapuh. Spiritualitas semacam ini hanya bertahan selama emosi masih kuat. Tapi begitu emosi itu hilang, atau tergantikan oleh konten lain yang lebih menarik, semangat keagamaan juga bisa langsung hilang. Ini menunjukkan bahwa agama yang mereka rasakan bukan hasil dari perenungan mendalam atau belajar dari teks-teks agama, melainkan dari pengalaman yang bersifat sementara di media sosial. Akibatnya, nilai-nilai Ushuluddin tidak betul-betul menjadi bagian dari hidup, hanya sekadar dirasakan sesaat saja(Anggun & Supriyadi, 2020).

Pendapat ini juga diamini oleh Adnan, mahasiswa Prodi Studi Agama-Agama, yang mengakui bahwa banyak mahasiswa cenderung lebih terpengaruh oleh konten dakwah yang menyentuh hati dibanding yang menjelaskan secara mendalam:

“Saya sering nonton video dakwah yang bikin nangis atau terharu. Tapi kadang setelah itu nggak benar-benar paham maksud dalilnya. Rasanya kayak cuma tersentuh sebentar, terus lupa. Kalau nggak dibarengi belajar, bisa salah paham juga.”¹¹

Konten keagamaan yang terlalu menonjolkan emosi sering kali membuat ajaran agama jadi tampak sederhana. Misalnya, konsep tentang ikhlas, ujian hidup, dan takdir kadang disampaikan dalam cerita sedih yang menggugah, tapi kurang disertai penjelasan ilmiah atau dalil yang kuat. Padahal, memahami hal-hal seperti itu butuh bacaan dari kitab-kitab klasik, pemahaman sejarah, dan kemampuan berpikir kritis. Jika mahasiswa hanya mengandalkan emosi tanpa didampingi pengetahuan, mereka bisa mudah percaya pada narasi keagamaan yang menyentuh tanpa meneliti kebenarannya.

¹¹ Adnan (22 Tahun), Selaku Mahasiswa Studi Agama-Agama, Wawancara, Pada Tanggal 30 Mei 2025 di Fakultas Ushuluddin dan Filsafat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, A., Rizki, J. W. S., & Siregar, N. M. (2024). Penggunaan Media Sosial Youtube sebagai Sarana Dakwah di Kalangan Mahasiswa Prodi KPI Angkatan 2020-2021. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(2), 125–138.
- Andrea, Elizabeth, Felicia, & Yuwono, &. (2023). Pentingnya Etika Bermedia

- Sosial Terhadap Kearifan Lokal Di Kalangan Generasi Muda. *Jurnal Serina Sosial Humaniora*, 1(1), 163–168. <https://doi.org/10.24912/jssh.v1i1.24513>
- Anggun, S., & Supriyadi. (2020). Hubungan Penggunaan Media Sosial, Religiusitas Dengan Agresifitas Mahasiswa Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Jurnal Keperawatan Muhammadiyah*, 1(2), 230–237. <http://103.114.35.30/index.php/JKM/article/view/5222>
- Ardiansyah, M. R., & Hamama, S. (2023). Tantangan Dan Peluang Dakwah Islam Di Era Digital. *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 3(2), 76–83. <https://doi.org/10.32923/kpi.v3i2.3877>
- Atabik, A. (2017). Pengaruh Mazhab Mufassir Terhadap Perbedaan Penafsiran. *Journal of Islamic Studies and Humanities*, 2(1), 55–77. <https://doi.org/10.21580/jish.21.2516>
- Bari, A., Wazis, K., & Jannah, S. R. (2025). PEMANFAATAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH ISLAM. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 19(2), 828–839.
- Chanra, M., & Tasruddin, R. (2025). Peran Media Sosial sebagai Platform Dakwah di Era Digital : Studi Kasus pada Generasi Milenial The Role of Social Media as a Platform for Preaching in the Digital Era : A Case Study on the Millennial Generation. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(1), 872–881. <https://doi.org/10.56338/jks.v8i1.6862>
- Cinelli, M., Pelicon, A., Mozetič, I., Quattrociocchi, W., Novak, P. K., & Zollo, F. (2021). Dynamics of Online Hate and Misinformation. *Scientific Reports*, 11(1), 1–12. <https://doi.org/10.1038/s41598-021-01487-w>
- Dermawan, H. (2024). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Narasi Islam di Dunia Digital. *2024*, 1(1), 21–30.
- Dwistia, H., Sajdah, M., Awaliah, O., & Elfina, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Ar-Rusyd: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(2), 78–93. <https://doi.org/10.61094/arrusyd.2830-2281.33>
- Enjang, & Supandi, D. (2025). Dampak Media Sosial Terhadap Identitas Keagamaan Muslim Pada Abad Ke-21 Perspektif Sosial dan Budaya. *Al-Afkar: Journal For Islamic Studies*, 8(1), 1600–1610. <https://doi.org/10.31943/afkarjournal.v8i1.1996>
- Fadhilah, S. K., Maftuhah, R. Q., & Khairunnisa, A. K. (2025). Peran Media Sosial dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam di Era Globalisasi. *Jurnal Nakula: Pusat Ilmu Pendidikan, Bahasa Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 85–89.
- Faizah, R., & Maftuhah. (2024). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam di Kalangan Generasi Milenial. *MUMTAZ: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 4(1), 38–52.
- Faumi, N., Nurdiana, N. K., Haickal, R., Ghani, A., & Parhan, M. (2024). Analisis Konten Program Kajian Surah di YouTube TVUPI Digital sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Gunahumas*, 7(2),

63–84.

- Fitriyani, H., Sholekhati, N., Nafisah, N., Hanifah, N., & Mazaya, V. (2023). Youtube Sebagai Strategi Dakwah Milenial (Studi Kasus pada Chanel Youtube Jeda Nulis oleh Habib Husein Ja'far). *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 4(1), 71–86. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v4i1.651>
- H. W., J. K., Rizkyawan, K. F., Haris, M. Z., Muzaqi, R. K., & Afifah, Y. N. (2022). Fenomena Echo Chamber di Media Sosial dan Dampaknya Terhadap Polarisasi Politik bagi Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 9(2), 121–130. <https://doi.org/10.32493/jpkn.v9i2.y2022.p121-130>
- Hakim, F., & Dahri, H. (2025). Islam di Media Sosial sebagai Komodifikasi dan Implikasinya terhadap Pendidikan Islam. *Andragogi Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 5(1), 187–206.
- Hanief, A., Sabdo, & Nur, M. (2023). Pemanfaatan Chanel YouTube Sebagai Media Dakwah Islam Pada AKun YouTube Felix Siauw. *Jurnal Mahasiswa KPI*, 3(2), 36–41.
- Hannan, A. (2021). Cyberspace Dan Populisme Islam Di Kalangan Netizen: Studi Kasus Pada Akun Media Sosial Felix Siauw. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 15(2), 224–249. <https://doi.org/10.14421/jsr.v15i2.2116>
- Hermansyah, Y., Rusyani, E., Rusyana, M., Kusmiati, E., & Salam, B. (2023). Pengaruh globalisasi terhadap nilai-nilai keislaman dalam sistem pendidikan di sekolah islam. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 8(2), 238–245.
- Hidayatullah, R. (2024). Otoritas Keagamaan Digital : Pembentukan Otoritas Islam Baru di Ruang Digital. *Journal Ilmu Ushuluddin*, 10(2), 1–16. <https://doi.org/10.15408/ushuluna.v10i02>.
- Idhar, & Nasrullah. (2025). Krisis Aqidah di Era Digital: Tantangan Keimanan Generasi Z. *Jurnal Pemikiran Dan Hukum Islam*, 11(1), 100–125.
- Ilham, Muliana, S., Sihombing, S. M., Rahmitha, S., & Sirait, A. K. (2025). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Komunikasi Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah di Era Digital. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(10), 84–91.
- K, I. M. A., P, P. N., Noor, M. F., & Fajrussalam, H. (2021). Penggunaan Aplikasi Youtube Sebagai Media Dakwah di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 21(2), 173–180.
- Kasir, I., & Awali, S. (2024). Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam di Era Modern. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, 11(1), 59–68.
- Kurnia, L., & Edwar, A. (2022). Pengaruh Negatif di Era Teknologi Informasi dan Komunikasi pada Remaja. *KORDINAT*, 27(2), 291–308. <http://117.74.115.107/index.php/jemasi/article/view/537>
- Kusumawati, S. P., Nihaya, N., Avicena, H. N., & Alamsyah, D. (2022). Penyampaian Dakwah Islam di Media Sosial Bagi Generasi Z. *AL-INSAN*,

3(1), 1–14.

- Luthfia, A. (2025). Peran Media Sosial terhadap Pengetahuan Keagamaan Remaja Muslim. *Moral : Jurnal Kajian Pendidikan Islam*, 2(1), 117–124. <https://doi.org/10.61132/MORAL.V2I1.529>
- Miranti, M., Purboyo, M. G., & Junaidi. (2024). Backlash di Era Digital: Memahami Respons Negatif Terhadap Konten Sensitif di Platform Media Sosial. *Jurnal Pendidikan Kreativitas Pembelajaran*, 6(4), 219–230.
- Narpila, S. D., Pitaloka, D. D., Ramadhan, R., & Rusydi, A. M. (2025). Perbandingan Kegiatan Pembelajaran Konvensional dan Pembelajaran Berbasis Teknologi Terhadap Hasil Belajar Siswa (Studi Kasus pada Kls VIII A SMP Cerdas Bangsa , Kecamatan Namorambe Kabupaten Deli Serdang). *Jurnal Nakula*, 3(1), 210–220.
- Pamungkas, A., & Halwati, U. (2023). Tantangan Dakwah Melalui Media Sosial di Era Media Baru. *ARKANA, Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2(1), 146–158. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/arkana>
- Rahman, A., & Taufik, M. (2024). Menggali Dilema Etis : Penggunaan Teknologi Komunikasi Digital Generasi Muda dalam Perspektif Islam. *Al-Maqrizi: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Studi Islam*, 2(1), 28–38.
- Rahmawanti, D. S., Aisi, R. R., Surooya, N., & Surur, A. T. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Nilai-Nilai Moderasi Beragama Dilingkungan Mahasiswa FEBI. *Jurnal Sains Student Research*, 2(6), 409–420.
- Rahmawati, D. (2018). Risiko Polarisasi Algoritma Media Sosial: Kajian Terhadap Kerentanan Sosial dan Ketahanan Bangsa. *Jurnal Kajian Lemhanas RI*, 33, 37–50.
- Rahmawati, J. R., Puspita, D. A., Azis, M. Z., & Fadhil, A. (2025). Dampak Media Sosial terhadap Religiusitas Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Studi Pendidikan Agama Islam*, 2(1), 168–182.
- Rahmawati, Y., Hariyati, F., Abdullah, A. Z., & Nurmiarani, M. (2024). Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian Literatur. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 3(1), 266–279. <https://doi.org/10.55606/concept.v3i1.1081>
- Rofidah, L., & Muhid, A. (2022). Media dan Hibrid Identitas Keagamaan di Era Digital. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 7(1), 81–94. <https://doi.org/10.29240/jdk.v7i1.4805>
- Safitri, F. Z., & Ahmad, M. R. S. (2021). Dampak Dakwah di Media Sosial Studi Pada Perilaku Keagamaan Mahasiswa Komunitas Al-Furqon. *Journal of Sociology Education Review*, 1(3), 1–7.
- Safitri, R. M. (2023). Depersonalisasi dan Simbolisasi Agama dalam Ruang Dakwah Digital: Akseptansi Mahasiswa Semarang atas Cyber-religion. *Islamic Management and Empowerment Journal*, 5(2), 199–212. <https://doi.org/10.18326/imej.v5i2.199-212>
- Sobah, N. H. (2023). *Kecenderungan Memilih Konten Moderasi Beragama di Media Dakwah Digital (Studi Siswa SMK NU 01 Kendal Jurusan Bisnis*

Daring dan Pemasaran).

- Sulastri. (2014). PANTUN BOGOR: TUNTUTAN REVITALISASI DI TENGAH ARUS MODERNISASI. *Bebasan*, 1(2), 98–104.
- Ummah, N. H. (2023). Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 11(1), 151–169. <https://doi.org/10.15408/jmd.v11i1.32914>
- Waruwu, E. W., & Lawalata, M. (2024). Membangun Masyarakat Digital Yang Beretika: Mengintegrasikan Nilai-Nilai Kristen Di Era Teknologi Digital 5.0. *Didache: Journal of Christian Education*, 5(1), 22–46. <https://doi.org/10.46445/djce.v5i1.747>
- Windari, R. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pemahaman Keislaman Mahasiswa Pai Di Iain Purwokerto. In *Institut Agama Islam Negeri Purwokerto*.
- Yunita, S., Chahyani, A. T., Ambarita, H. M., Sinaga, I. R., Devia Hummaira, N., Medan, U. N., William Iskandar, J., Percut, K., Tuan, S., Serdang, K. D., & Utara, S. (2024). Pengaruh Media Sosial dalam Membentuk Identitas Kewarganegaraan yang berakar pada Nilai-Nilai Pancasila. *Journal on Education*, 6(3), 16833–16839.
- Zulfirman, R. (2022). Implementasi Metode Outdoor Learning dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Agama Islam di MAN 1 Medan. *Jurnal Penelitian, Pendidikan Dan Pengajaran: JPPP*, 3(2), 147–153. <https://doi.org/10.30596/jppp.v3i2.11758>