

Anggota IKAPI Nomor: 458/JTI/2025
Tanggal: 1 November 2025



ISLAM DI ERA ALGORITMA

Komunikasi, Otoritas, dan Transformasi Sosial

ALGORITHM

Fazlul Rahman



BRANDED
TECH
PUBLISHER

**Disusun Oleh:
Fazlul Rahman**

ISLAM DI ERA ALGORITMA

Komunikasi, Otoritas, dan Transformasi Sosial



BRANDED
TECH
PUBLISHER

Diterbitkan oleh:



BRANDED
TECH
PUBLISHER

ISLAM DI ERA ALGORITMA

Komunikasi, Otoritas, dan Transformasi Sosial

Ditulis Oleh: Fazlul Rahman

ISBN : Dalam Proses Pengajuan
Halaman : xvi, 300, Uk: 15.5 x 23 cm
Cetakan Pertama :1 Oktober 2026

Editor : Achmad Farid
Layouter : Branded Tech Publisher
Desain Cover : Branded Tech Publisher

Diterbitkan Pertama Kali Oleh :
Branded Tech Publisher
(Grup Penerbitan CV Branded Tech Indonesia)

Alamat: Dusun Krajan RT 02 RW 01 Tempuran Bantaran
Probolinggo Jawa Timur 67261 | Hp : 0811101665
Website: www.brandedtechpublisher.biz.id
E-mail: brandedtechIndonesia@gmail.com

Anggota IKAPI Nomor: 458/JTI/2025
Tanggal: 1 November 2025

Hak Cipta pada penulis, Isi diluar tanggung jawab percetakan
Copyright © 2026 by Branded Tech Publisher | All Right Reserved
Hak cipta dilindungi undang-undang, dilarang keras
menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau
seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ
فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

“Wahai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu seorang fasik membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak menyebarkan musibah kepada suatu kaum karena kecerobohan, yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.”

(QS al-Hujurāt [49]: 6)



BRANDED
TECH
PUBLISHER



BRANDED
TECH
PUBLISHER

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya sehingga buku ini dapat diselesaikan. Selawat dan salam semoga tercurah kepada Nabi Muhammad saw., teladan agung dalam menyampaikan kebenaran dengan ilmu, hikmah, dan akhlak yang mulia.

Buku ini lahir dari sebuah kegelisahan. Dalam waktu yang terhitung singkat, cara umat Islam belajar, bertanya, dan mempercayai ilmu agamanya berubah dari dasarnya. Pertanyaan yang dahulu diajukan kepada guru di majelis ilmu sekarang diajukan kepada mesin pencari, dijawab oleh potongan video satu menit, atau disusun oleh mesin pintar dalam hitungan detik. Perubahan ini tidak cukup dipahami dengan menyebutnya “digitalisasi dakwah” – sebutan itu terlalu ringan untuk apa yang sesungguhnya terjadi. Yang berubah bukan hanya salurannya. Yang berubah juga susunan kewibawaannya, cara sebuah ilmu disahkan, dan seluruh lingkungan pengetahuan keagamaan kita.

Sejak menempuh studi doctoral, penulis menekuni satu persoalan: bagaimana internet menyusun ulang kewibawaan keagamaan, khususnya kewibawaan kiai di masyarakat Pandalungan. Dari pengalaman meneliti itu, penulis melihat sesuatu yang mungkin tidak banyak disadari – bahwa tradisi pemikiran Islam sesungguhnya memiliki perangkat yang sangat kaya untuk membaca perubahan semacam ini. Ilmu sanad, pemeriksaan isi riwayat, dan etika tabayyun lahir dari satu kesadaran yang sederhana tetapi tajam: keterangan keagamaan harus diperiksa lebih dulu sebelum dipercaya dan disebarkan. Di era algoritma, kesadaran itu justru makin dibutuhkan, bukan makin usang. Buku ini berusaha mempertemukan warisan itu dengan teori-teori komunikasi, kajian agama digital, kajian tentang platform, dan etika kecerdasan buatan – agar lahir satu kerangka yang tidak hanya menerangkan apa yang sedang terjadi, tetapi juga menawarkan arah untuk menjawabnya.

Buku ini ditulis untuk pembaca yang luas: para pendidik, pengasuh dan pengelola lembaga keagamaan, orang tua, mahasiswa, pengambil keputusan, dan siapa pun yang merasa gelisah melihat apa yang terjadi pada ruang keagamaan kita hari ini. Pembaca yang ingin mengikuti seluruh alur pikirannya dianjurkan membaca berurutan dari Bab 1 sampai Bab 9, sebab gagasan-gagasan pokoknya dibangun bertahap dan saling menopang. Namun pembaca yang punya kepentingan tertentu boleh langsung masuk dari tengah. Bagian I untuk memahami dasar persoalannya. Bagian II untuk membaca cara kerja algoritma dan bergesernya kewibawaan. Bagian III untuk bekal literasi dan soal kecerdasan buatan. Dan Bagian IV untuk melihat gambar besarnya. Di bagian belakang disediakan daftar istilah dan indeks – agar pembaca mudah menelusuri kembali apa yang ia butuhkan.

Penulis menyampaikan terima kasih kepada pimpinan dan seluruh keluarga besar kampus tempat penulis mengabdikan; kepada para kolega dan mahasiswa yang menjadi mitra berdiskusi selama gagasan-gagasan dalam buku ini disusun; serta kepada keluarga yang dengan sabar memberikan ruang, waktu, dan dukungan. Semoga Allah Swt. membalas setiap kebaikan itu dengan balasan yang jauh lebih baik.

Penulis menyadari bahwa buku ini hanyalah usaha awal di bidang yang bergerak sangat cepat. Gambaran-gambaran yang ditawarkan di dalamnya terbuka untuk diuji, dibantah, dan disempurnakan oleh siapa pun. Karena itu, kritik dan saran dari para pembaca akan penulis terima dengan tangan terbuka dan hati yang lapang. Semoga buku ini bermanfaat bagi tumbuhnya ilmu, dan bagi usaha bersama menjaga keutuhan pengetahuan keagamaan kita di era algoritma.

Surabaya, Oktober 2026

Fazlul Rahman

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR SINGKATAN.....	xiv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xv
BAGIAN I DASAR-DASAR: ISLAM, MEDIA, DAN	
SIAPA YANG BERHAK BICARA.....	1
BAB 1 Islam, Komunikasi, dan Masyarakat Digital.....	3
1.1 Dari Majelis ke Beranda.....	3
1.2 Empat Pertanyaan yang Mengusik.....	7
1.3 Apa yang Sudah Diketahui Orang tentang Agama dan Internet.....	10
BAB 2 Agama dan Media: Cara Orang Menjelaskannya...15	
2.1 Dari Siaran Satu Arah ke Jejaring dan Platform.....	15
2.2 Ketika Media Ikut Menentukan Cara Beragama.....	21
2.3 Gagasan “Agama Digital” dan Batasnya bagi Islam.....	25
2.4 Mencari Kerangka yang Cocok untuk Indonesia.....	29
BAB 3 Siapa yang Berhak Bicara soal Agama?.....33	
3.1 Ulama, Sanad, dan Ijazah: Cara Lama Memastikan Ilmu	33
3.2 Hilangnya Perantara dan Pecahnya Rujukan.....	38
3.3 Tiga Wajah Pendakwah Baru.....	42
3.4 Empat Hal yang Perlu Dilihat untuk Menilai Otoritas Hari Ini.....	45
BAGIAN II ALGORITMA, OTORITAS, DAN RUJUKAN	
YANG TERPECAH.....	51
BAB 4 Algoritma sebagai Pemain, Bukan Alat.....53	
4.1 Platform sebagai Jalan Raya Baru Dakwah.....	53
4.2 Cara Kerja Algoritma: Keterlibatan, Viral, dan Keberpihakan Format.....	57
4.3 Perhatian sebagai Barang Dagangan.....	62
4.4 Menengok Lebih Dekat: YouTube, TikTok, dan Instagram ..	66

BAB 5 Ulama, Pendakwah Mikro, dan Otoritas Baru.....	73
5.1 Dari Rantai Keilmuan ke Jumlah Pengikut	75
5.2 Ustadz Seleb dan Merek Diri Keagamaan	78
5.3 Tiga Negara, Tiga Jalan.....	84
5.4 Apa Akibatnya bagi Kedudukan Ilmu Agama	93
BAB 6 Rujukan yang Terpecah	101
6.1 Fatwa Daring dan Rujukan yang Berlimpah.....	104
6.2 Ketika Jumlah Suka Menggantikan Kesepakatan Ulama ...	111
6.3 Pengerasan Kelompok dan Ruang Gema Keagamaan	120
6.4 Ketika Benar dan Meyakinkan Tidak Lagi Sama.....	131
BAGIAN III BEKAL BARU: LITERASI DAN	
KECERDASAN BUATAN.....	137
BAB 7 Bekal Membaca Agama di Dunia Digital.....	139
7.1 Apa Itu Literasi Digital Keagamaan.....	142
7.2 Empat Kemampuan yang Harus Tumbuh Bersama	150
7.3 Merangkai Kerangka Literasi Digital Keagamaan	166
7.4 Menumbuhkan Literasi: Dari Rumah hingga Kebijakan....	175
7.5 Dugaan yang Perlu Diuji dan Pertanyaan yang Belum	
Terjawab	190
BAB 8 Kecerdasan Buatan dan Masa Depan Dakwah.....	195
8.1 Perjalanan Kecerdasan Buatan dalam Urusan Agama	198
8.2 Kecerdasan Buatan dan Berubahnya Otoritas	205
8.3 Kecerdasan Buatan di Ruang Belajar Islam.....	217
8.4 Etika Kecerdasan Buatan dalam Pandangan Islam	230
8.5 Membayangkan Ekosistem Kecerdasan Keagamaan Buatan	
.....	244
8.6 Masa Depan Dakwah di Zaman Kecerdasan Buatan.....	261
BAGIAN IV MERANGKAI SEMUA DAN MELIHAT KE	
DEPAN	266
BAB 9 Merangkai Cara Pandang Baru	269
9.1 Mengapa Cara Pandang Lama Tidak Lagi Mencukupi	269
9.2 Tiga Babak Perubahan Dakwah.....	271
9.3 Dari Menyampaikan Pesan ke Mengelola Ekosistem	273
9.4 Pertanyaan Besar yang Masih Terbuka	276

DAFTAR PUSTAKA DAN BACAAN LANJUTAN.....	281
GLOSARIUM	289
INDEKS	295
PROFIL PENULIS	299



BRANDED
TECH
PUBLISHER

DAFTAR TABEL

Tabel 2.	1. Tiga zaman komunikasi agama	20
Tabel 3.	1. Empat wajah pendakwah di ruang digital	42
Tabel 4.	1. Perbandingan pola otoritas keagamaan algoritmik pada tiga platform	71
Tabel 5.	1. Tiga negara, tiga susunan otoritas keagamaan digital	92
Tabel 9.	1. Lima tahap perjalanan cara berpikir tentang komunikasi keagamaan.....	275



BRANDED
TECH
PUBLISHER

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.	1. Empat hal yang perlu diperiksa untuk menilai otoritas keagamaan, sebagai alur pemeriksaan	49
Gambar 7.	1. Kerangka Literasi Digital Keagamaan	172
Gambar 8.	1. Bergesernya bentuk komunikasi keagamaan: era tradisional, era media sosial, dan era kecerdasan buatan	213
Gambar 8.	2. Gambaran Ekosistem Kecerdasan Keagamaan Buatan (ARIE)	252



BRANDED
TECH
PUBLISHER

DAFTAR SINGKATAN

Singkatan	Kepanjangan
AI	<i>Artificial intelligence</i> (kecerdasan buatan)
APJII	Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia
ARIE	<i>Artificial Religious Intelligence Ecosystem</i>
JAKIM	Jabatan Kemajuan Islam Malaysia
Komdigi	Kementerian Komunikasi dan Digital
LLM	<i>Large language model</i> (model bahasa besar)
Mafindo	Masyarakat Antifitnah Indonesia
MIL	<i>Media and Information Literacy</i>
MUI	Majelis Ulama Indonesia
NU	Nahdlatul Ulama
QS	Al-Qur'an Surah
RDLF	<i>Religious Digital Literacy Framework</i>
saw.	<i>ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>
SE	Surat Edaran
Swt.	<i>subḥānahu wa ta ‘ālā</i>
UNESCO	<i>United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization</i>
UU PDP	Undang-Undang Pelindungan Data Pribadi

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi Arab-Latin dalam buku ini secara umum mengikuti Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987, dengan sejumlah penyesuaian. Konsonan ditransliterasikan sebagai berikut.

ا	a/ʾ	ذ	z	ظ	ẓ	ن	n
ب	b	ر	r	ع	ʿ	و	w
ت	t	ز	z	غ	gh	ه	h
ث	ṡ	س	s	ف	f	ء	ʾ
ج	j	ش	sy	ق	q	ي	y
ح	ḥ	ص	ṣ	ك	k		
خ	kh	ض	ḍ	ل	l		
د	d	ط	ṭ	م	m		

Vokal panjang ditulis dengan tanda garis di atas: *ā*, *ī*, dan *ū*. Kata sandang *al-* ditulis terpisah dengan tanda hubung dan tidak disesuaikan dengan huruf syamsiah, misalnya *maqāṣid al-syarīʿah*. *Tāʾ marbūṭah* ditulis *h* pada akhir kata.

Istilah Arab yang telah diserap dan dibakukan dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*—seperti sanad, ijazah, ijmak, ijtihad, fatwa, mufti, fikih, usul fikih, mazhab, amanah, maslahat, dakwah, dan ulama—ditulis sesuai ejaan bahasa Indonesia tanpa tanda diakritik dan tidak dicetak miring. Nama tokoh dan judul karya yang telah lazim dalam bahasa Indonesia ditulis sesuai kelaziman tersebut. Istilah asing (bahasa Inggris) dicetak miring, kecuali yang telah menjadi nama model atau singkatan dalam buku ini.



BRANDED
TECH
PUBLISHER



BRANDED
TECH
PUBLISHER

BAGIAN I

DASAR-DASAR: ISLAM, MEDIA, DAN SIAPA YANG BERHAK BICARA

Bagian pertama ini menyiapkan bekal. Kita akan melihat betapa cepat cara umat Islam mencari ilmu agama berubah dalam dua dekade terakhir, menengok bagaimana para pengamat

sebelumnya menjelaskan hubungan agama dan media sejak zaman radio hingga zaman algoritma, lalu mengenali tiga kata kunci yang akan dipakai sepanjang buku: komunikasi, otoritas, dan perubahan sosial.



BRANDED
TECH
PUBLISHER

BAB 1

Islam, Komunikasi, dan Masyarakat Digital

Ketika Pertanyaan Agama Pindah ke Layar

1.1 Dari Majelis ke Beranda

Sejarah dakwah Islam tidak pernah terpisah dari sejarah alat yang dipakai untuk menyampaikannya. Sejak abad-abad awal, ilmu agama berpindah dari satu kepala ke kepala lain melalui jalur yang sangat pribadi: seorang murid duduk di depan gurunya, menyimak, mengulang, lalu suatu hari diberi izin untuk mengajarkannya kembali. Jalur itu punya nama. Rantai guru yang bersambung sampai ke sumbernya disebut sanad. Izin mengajar yang diberikan guru kepada muridnya disebut ijazah. Ruang tempat semua itu berlangsung adalah majelis ilmu. Seorang ulama dihormati bukan karena pandai berbicara, melainkan karena jelas dari siapa ia belajar dan siapa yang mengakuinya. Lalu teknologi datang berganti-ganti. Tradisi lisan beralih ke manuskrip, manuskrip beralih ke mesin cetak pada masa kolonial dan awal kemerdekaan. Para sejarawan pemikiran Islam, di antaranya Dale Eickelman, Jon Anderson, dan Francis Robinson, sudah lama mencatat bahwa setiap pergantian itu memperluas jangkauan dakwah sekaligus memperbanyak rujukan yang bisa dipilih orang. Dan setiap kali pula muncul kekhawatiran yang bunyinya hampir sama: kalau akses dibuka terlalu lebar, kedalaman ilmu akan menipis. Kekhawatiran itu tidak sepenuhnya salah, tetapi juga tidak pernah sepenuhnya terbukti. Pada akhirnya setiap gelombang teknologi diserap dan dijinakkan oleh lembaga keagamaan yang sudah ada — meski selalu dengan harga yang harus dibayar.

Radio, televisi, dan surat kabar pada paruh kedua abad ke-20 mempercepat proses itu. Dakwah tidak lagi hanya berlangsung di surau dan pesantren; ia menyebar ke ruang yang lebih luas dan lebih asing, kepada pendengar yang tidak dikenal namanya. Namun ada satu hal yang tidak berubah di zaman itu: pintu masuknya tetap sempit. Untuk mengisi acara di radio atau televisi, seseorang membutuhkan izin siar, biaya produksi yang besar, dan kedekatan dengan lembaga. Dalam praktiknya, hanya segelintir orang yang bisa lolos. Ada semacam penjaga pintu — redaktur, produser, pimpinan lembaga siaran — yang memutuskan siapa boleh naik ke mimbar elektronik dan siapa tidak. Jadi guncangan teknologi pada era media massa itu hanya separuh jalan: jangkauannya melebar jauh, tetapi penjaga pintunya masih berdiri di tempatnya.

Yang terjadi dalam dua dekade terakhir berbeda jenisnya, bukan cuma berbeda ukurannya. Media sosial, mesin pencari, aplikasi perpesanan, dan yang paling menentukan di antara semuanya — sistem yang memutuskan konten mana yang muncul di layar Anda — telah mengubah tatanan secara mendasar. Dulu masyarakat Muslim hidup dalam tatanan yang bisa kita sebut masyarakat tekstual: ilmu dan makna agama mengalir melalui teks dan lembaga yang relatif tetap. Hari ini kita hidup dalam apa yang buku ini sebut masyarakat algoritmik: tatanan di mana ilmu agama beredar bukan hanya karena isinya benar atau penyampainya diakui, melainkan juga karena ada perhitungan mesin yang memilikannya untuk kita. Perhitungan itu bekerja di balik layar melalui algoritma rekomendasi, melalui angka keterlibatan — suka, komentar, bagikan — dan melalui tata letak layar yang memang dirancang agar kita sulit berhenti. Peneliti media José van Dijck dan rekan-rekannya menyebut rancangan semacam ini sebagai inti dari cara

kerja perusahaan platform. Bedanya dengan zaman radio sangat tajam: sekarang tidak ada lagi syarat modal besar atau izin lembaga. Siapa pun yang memegang telepon pintar berpeluang didengar jutaan orang. Hanya saja, keputusan tentang siapa yang benar-benar didengar sudah berpindah dari tangan manusia ke mesin yang bekerja mengejar keterlibatan, bukan menimbang kedalaman ilmu atau kepatutan.

Pergeseran ini bukan dugaan di atas kertas. Tandanya terlihat jelas di ruang publik Muslim, terutama di Indonesia — negara dengan penduduk Muslim terbanyak di dunia dan sekaligus salah satu pengguna media sosial paling aktif di planet ini. Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia mencatat bahwa pada 2025 jumlah pengguna internet di negeri ini sudah sekitar 229,4 juta orang, atau 80,66 persen dari seluruh penduduk. Di tengah lanskap sebesar itu, setidaknya empat hal menonjol. Pertama, lahirnya generasi pendakwah yang sama sekali baru. Gary Bunt, pengamat yang sejak lama mengikuti perkembangan dunia Islam di internet, menyebut mereka cyber-ulama atau pendakwah digital: orang-orang yang membangun jutaan pengikut dari kanal video pendek, bukan dari jalur pesantren atau sertifikat keilmuan. Peneliti Indonesia seperti Wai Weng Hew dan Martin Slama mendokumentasikan pola yang sama di lapangan. Kedua, rujukan keagamaan terpecah. Satu pertanyaan fikih yang sederhana bisa memperoleh puluhan jawaban yang saling bertentangan di ruang digital, dan masing-masing jawaban itu terasa sahih bukan karena diuji oleh ahli, melainkan karena ditopang ribuan tanda suka, komentar, dan pembagian ulang. Ketiga, tumbuhnya industri konten keislaman. Dakwah kini bergerak dalam logika yang sama dengan bisnis kreator: pesan agama harus bersaing memperebutkan perhatian di

etalse yang sama dengan hiburan, gaya hidup, dan iklan – sesuatu yang dicermati antropolog Eva Nisa. Keempat, dan ini sisi yang sering terlupakan, muncul bentuk kebersamaan keagamaan yang baru: jemaah yang tidak pernah bertemu badan, kelompok kajian yang anggotanya tersebar di banyak negara, gerakan solidaritas yang digalang dari layar ke layar. Tanda keempat ini penting karena mengingatkan kita bahwa digitalisasi tidak hanya merusak yang lama. Ia juga melahirkan cara beragama yang belum selesai kita pahami.

Dalam lima tahun terakhir, lanskap itu bergerak satu langkah lebih jauh lagi dengan hadirnya kecerdasan buatan generatif – mesin yang tidak sekadar mencari jawaban, tetapi menyusun jawabannya sendiri. Perbedaannya patut direnungkan. Algoritma media sosial menentukan siapa yang terlihat; kecerdasan buatan generatif ikut menentukan bagaimana ilmu agama itu dirakit dan disajikan. Ia merangkum pendapat para ulama, menerjemahkan kitab klasik, dan menjawab pertanyaan fikih dalam bentuk percakapan yang terasa seperti berbicara dengan manusia. Dengan begitu, masyarakat algoritmik tidak lagi hanya ditandai oleh mesin yang memilih-milih karya manusia. Sekarang ada mesin yang merangkai sendiri pengetahuannya. Perkembangan ini dibahas tersendiri di Bab 8.

Semua ini menuntut cara berpikir yang baru. Ilmu komunikasi yang kita warisi dibangun di atas bayangan sederhana: ada pengirim, ada pesan, ada penerima, dan pesan itu mengalir dari kiri ke kanan. Bayangan itu sudah tidak cukup. Ia tidak menyediakan tempat bagi algoritma, yang sesungguhnya bertindak sebagai pemain bukan-manusia yang ikut memutuskan siapa didengar, konten mana yang beredar, dan pandangan keagamaan mana yang diterima publik sebagai wajar. Kekurangan ini bukan

persoalan di ruang kuliah saja. Akibatnya terasa sampai ke meja kerja: pejabat yang menyusun kebijakan, guru yang mendidik anak, dan tokoh agama yang berusaha menjawab kegelisahan umatnya sering bekerja dengan peta lama untuk kota yang sudah dibangun ulang. Buku ini bertolak dari satu keyakinan sederhana: hari ini, memahami Islam dengan baik berarti juga memahami mesin yang menjadi perantaranya.

1.2 Empat Pertanyaan yang Mengusik

Dari gambaran di atas, ada empat pertanyaan yang menjadi benang merah seluruh buku ini. Keempatnya sengaja tidak dibuat berdiri sendiri-sendiri, melainkan disusun bertingkat agar satu pertanyaan menyiapkan jalan bagi pertanyaan berikutnya. Pertanyaan tentang otoritas diletakkan paling depan, sebab dari situlah segala hal lain menggantung. Pertanyaan tentang akibatnya bagi ruang publik menyusul sesudahnya. Keduanya baru masuk akal bila kita juga bertanya tentang kemampuan apa yang harus dimiliki masyarakat untuk bertahan di tengah perubahan itu. Dan ketiganya bermuara pada pertanyaan terakhir: apa yang terjadi pada dakwah ketika mesin pintar ikut menyusun pengetahuan agama, dan bagaimana seharusnya kita menatanya.

Pertanyaan pertama: bagaimana algoritma dan platform digital menyusun ulang siapa yang dianggap berwenang berbicara soal agama? Dulu kewenangan itu bersandar pada rantai keilmuan atau sanad; sekarang ia ikut ditentukan oleh seberapa sering seseorang muncul di layar orang lain dan seberapa ramai kolom komentarnya. Pertanyaan ini ditaruh paling awal karena otoritas adalah fondasi dari seluruh bangunan. Kalau kita tidak paham bagaimana fondasinya bergeser, kita akan sulit memahami

keretakan di lantai atasnya – fatwa yang bercabang-cabang, atau umat yang saling mengeras menjadi kubu-kubu. Pertanyaan ini dijawab terutama di Bab 3, 4, dan 5.

Pertanyaan kedua: apa akibatnya bagi percakapan keagamaan di ruang publik? Secara khusus kita akan melihat empat gejalanya: rujukan fatwa yang terpecah, angka keterlibatan yang perlahan menggantikan kesepakatan ulama, umat yang mengeras ke dalam kubu masing-masing, dan kaburnya batas antara yang benar dan yang sekadar terdengar meyakinkan. Kalau pertanyaan pertama menyorot pelakunya, pertanyaan kedua menyorot iklim yang terbentuk di sekelilingnya. Pertanyaan ini dijawab di Bab 6.

Pertanyaan ketiga: kemampuan apa yang sebenarnya dibutuhkan seorang Muslim untuk berjalan dengan selamat di tengah informasi keagamaan yang berlimpah, terpecah, dan dipilih oleh mesin? Dan bagaimana kemampuan itu dapat ditumbuhkan secara sungguh-sungguh, bukan hanya lewat imbauan? Pertanyaan ini penting karena literasi digital keagamaan berdiri persis di tengah – antara perubahan di tingkat struktur dan dampaknya pada orang per orang. Masyarakat yang bekalnya cukup dapat menyusuri rujukan yang bercabang dengan kepala dingin. Masyarakat yang bekalnya tipis jauh lebih mudah dijatuhkan oleh kabar bohong dan jauh lebih cepat terbelah. Pertanyaan ini dijawab di Bab 7.

Pertanyaan keempat: bagaimana kecerdasan buatan generatif mengubah cara pesan agama diproduksi, cara otoritas dibangun, dan cara etika dijaga? Lalu kerangka berpikir dan aturan seperti apa yang pantas kita siapkan untuk menyambutnya? Pertanyaan penutup ini punya dua wajah. Wajah pertama menimbang apa yang sedang terjadi; wajah kedua berani mengusulkan apa yang

sebaiknya dikerjakan. Pertanyaan ini dijawab di Bab 8, lalu dirangkai menjadi satu cara pandang utuh di Bab 9.

Lalu mengapa pembahasan semacam ini perlu? Ada tiga alasan. Alasan pertama menyangkut cara berpikir. Selama ini ada dua kelompok pengamat yang membahas soal yang berdekatan tetapi jarang bertemu. Kelompok pertama adalah para peneliti agama digital di bidang kajian media dan agama, yang teorinya tajam tetapi contoh lapangannya hampir selalu berasal dari dunia Kristen di Barat. Kelompok kedua adalah para pengkaji komunikasi Islam, yang akrab dengan dakwah, retorika, dan etika berbicara dalam Islam, tetapi jarang menyentuh soal algoritma. Buku ini berdiri di antara keduanya dan mencoba merumuskan kerangka yang lahir dari, serta cocok untuk, masyarakat Muslim seperti Indonesia — dengan membandingkannya ke kawasan Muslim lain agar tidak jatuh pada kesimpulan yang terlalu lokal. Alasan kedua menyangkut cara meneliti. Mengkaji dakwah digital menuntut gabungan beberapa keahlian sekaligus: membaca wacana secara kritis, mengamati perilaku di ruang daring, dan sampai batas tertentu mengolah data platform. Buku ini tidak menyajikan data lapangan yang baru. Yang ditawarkan adalah perangkat berpikir — cara menilai otoritas dalam empat komponen, model empat kemampuan literasi, dan gambaran ekosistem kecerdasan buatan keagamaan — lengkap dengan dugaan-dugaan dan contoh tolok ukur yang bisa langsung dipakai orang lain untuk meneliti, baik dengan angka maupun tanpa angka. Alasan ketiga menyangkut kegunaan praktis. Isi buku ini disiapkan untuk bisa dipakai oleh mereka yang mengambil keputusan: Kementerian Agama, Kementerian Komunikasi dan Digital, Majelis Ulama Indonesia, organisasi kemasyarakatan Islam, pengelola platform, dan lembaga pendidikan Islam — khususnya ketika mereka

menyusun program literasi atau aturan tentang konten keagamaan.

1.3 Apa yang Sudah Diketahui Orang tentang Agama dan Internet

Sebelum melangkah lebih jauh, baik kita melihat dulu apa yang sudah dikerjakan orang lain. Bagian ini memetakan dua kelompok pengamat yang menjadi pijakan buku ini. Pemetaan semacam ini biasanya diletakkan di belakang, tetapi di sini sengaja ditaruh di depan. Alasannya sederhana: seluruh gagasan yang akan dibangun pada bab-bab berikutnya – soal otoritas keagamaan algoritmik, soal literasi digital keagamaan, soal ekosistem kecerdasan buatan keagamaan – tumbuh dari kesadaran akan kekuatan dan kekurangan masing-masing kelompok itu. Tanpa mengenali keduanya, usulan buku ini akan terdengar seperti gagasan yang jatuh dari langit.

1.3.1 Pengamat Barat dan Temuan Mereka

Kajian tentang agama digital mulai tumbuh sejak akhir 1990-an dan menemukan bentuknya yang lebih matang melalui karya Heidi Campbell. Campbell mengusulkan sesuatu yang tampaknya hanya soal pilihan kata: jangan lagi memakai istilah “agama siber” atau “agama daring”, pakailah “agama digital”. Namun di balik pergantian istilah itu ada perubahan cara memandang yang cukup besar. Istilah lama mengandaikan dua dunia yang terpisah: ada ibadah di dunia nyata, ada ibadah di dunia maya. Istilah baru menolak pemisahan itu. Ibadah di layar bukan tiruan dari ibadah sungguhan; keduanya adalah satu kehidupan keagamaan yang sama, hanya saling menyambung dan saling membentuk. Akibatnya pada cara meneliti terasa langsung. Pertanyaan yang dulu

dianggap penting — apakah pengajian daring itu “asli” atau tidak seasli pengajian di masjid — menjadi kurang berguna. Yang lebih berguna adalah memeriksa bagaimana keduanya saling menopang dan saling mengubah dalam satu kehidupan beragama yang utuh.

Gagasan penting kedua dari kelompok ini adalah mediatisasi agama, yang dikembangkan Stig Hjarvard. Kebanyakan orang memandang media sebagai pipa: ia menyalurkan air, dan rasa airnya tidak berubah karena pipanya. Hjarvard membantah itu. Menurut media bukan pipa, melainkan lembaga yang punya kemauan sendiri, dan kemauannya ikut menentukan bentuk serta isi keberagaman yang lewat di dalamnya. Ia menyebut gejala ini sebagai merembesnya logika media ke dalam logika agama. Contohnya mudah dibayangkan. Televisi menyukai apa yang singkat, bergambar, dan tidak bertele-tele; maka ceramah di televisi pelan-pelan belajar menjadi singkat, bergambar, dan tidak bertele-tele. Bukan karena ada yang memerintahkannya, tetapi karena yang tidak menyesuaikan diri tidak mendapat jam tayang. Gagasan ini diuraikan lebih rinci di Bab 2. Sumbangannya bagi pemetaan ini adalah satu penegasan: dalam kajian agama hari ini, media tidak boleh lagi dianggap sebagai latar yang netral. Ia pemain yang ikut membentuk apa yang disalurkan. Namun kelompok ini juga punya titik lemah yang diakui sendiri oleh sebagian anggotanya: contoh-contoh lapangannya hampir selalu dari jemaat Kristen di Amerika dan Eropa. Untuk dipakai di dunia Islam, kerangkanya perlu disesuaikan dan sebagian perlu dikritik — pekerjaan yang dilakukan di Bab 2 dan Bab 3.

1.3.2 Kajian Komunikasi Islam dan Dunia Siber-Islam

Di jalur yang agak berbeda, kajian komunikasi Islam tumbuh dari tiga akar: tradisi retorika dakwah,

pembahasan etika dan hukum komunikasi dalam Islam yang sering disebut fikih media, serta kajian tentang media milik umat Islam. Nama yang sulit dilewati dalam jalur ini adalah Gary R. Bunt. Sejak awal 2000-an ia tekun memetakan apa yang disebutnya lingkungan siber-Islam, yakni ruang digital tempat wacana keislaman diproduksi, diperdebatkan, dan disebar. Yang membuat kerja Bunt berharga bukan hanya ketajamannya, melainkan ketekunannya: ia sudah mencatat gejala ini jauh sebelum media sosial seperti sekarang ada. Hasilnya adalah rekaman panjang yang memungkinkan kita menelusuri perjalanan ruang digital Islam dari forum-forum sederhana di awal internet sampai ke aplikasi video pendek hari ini — sesuatu yang tidak bisa dibuat belakangan oleh siapa pun.

Buku Bunt yang lebih baru, *Hashtag Islam*, terbit pada 2018 dan mengangkat langsung persoalan yang menjadi inti buku ini: berubahnya otoritas keagamaan karena media sosial dan algoritma. Sumbangan penting lain datang dari Dale Eickelman dan Jon Anderson, yang memperkenalkan gagasan tentang ruang publik Muslim yang baru. Keduanya menunjukkan bahwa media baru membuat suara keagamaan menjadi beragam dan, pada saat yang sama, melemahkan kuasa tunggal otoritas lama. Charles Hirschkind menambahkan catatan yang tak kurang pentingnya. Melalui kajiannya atas kaset ceramah di Mesir, ia memperlihatkan bahwa otoritas keagamaan sudah pernah diguncang oleh teknologi jauh sebelum internet lahir — oleh benda sederhana bernama kaset, yang bisa dibawa pulang, diputar berulang, dan dipinjamkan tanpa sepengetahuan siapa pun. Ini pengingat yang patut digantung di dinding: transformasi digital harus dibaca sebagai kelanjutan, bukan sebagai titik nol, dari sejarah panjang pertemuan Islam dengan media. Jasa Hirschkind

terletak di situ. Ia menyelamatkan kita dari godaan merasa paling baru, yaitu kecenderungan menganggap setiap teknologi mutakhir sebagai patahan total dari masa lalu, padahal pola yang sama sudah berulang beberapa kali sepanjang abad ke-20.

1.3.3 Yang Masih Luput dari Perhatian

Dari pemetaan tadi tampak gambar yang cukup jelas, dan sedikit ironis. Kelompok pertama, para pengkaji agama digital, memberi kita kerangka yang kokoh tentang bagaimana media membentuk agama dan bagaimana platform bekerja — tetapi mereka tidak cukup mengakar pada hal yang justru paling khas dalam Islam, yaitu cara Islam memastikan sebuah ilmu layak dipercaya: lewat sanad, lewat ijtihad, lewat ijmak. Kelompok kedua, para pengkaji komunikasi Islam, justru sebaliknya. Mereka sangat paham watak otoritas dan wacana keislaman, tetapi belum sungguh-sungguh memasukkan algoritma, tata kelola platform, perebutan perhatian, dan — yang paling baru — kecerdasan buatan sebagai hal utama yang dibedah. Kesenjangan ini bukan kesalahan yang perlu ditimpakan kepada siapa pun. Ia akibat wajar dari titik berangkat yang berbeda. Kelompok pertama lahir dari kajian media dan agama di masyarakat Barat yang sekuler; kelompok kedua lahir dari kajian kawasan dan antropologi politik Muslim, yang memang jarang bersinggungan dengan teori media mutakhir. Dua rumah yang bagus, dibangun di dua bukit yang berbeda, dan jembatannya belum dibuat.

Buku ini memilih berdiri di jembatan itu. Ia memakai kerangka mediatisasi dan teori platform sebagai pisau untuk membedah, tetapi menempatkan cara Islam memastikan keabsahan ilmu serta keadaan nyata masyarakat Indonesia dan dunia Muslim sebagai bahan

utama yang dibedah. Yang baru dari buku ini terletak pada beberapa gagasan penghubung yang dirawat secara konsisten dari bab ke bab, bukan disebut sekali lalu ditinggalkan. Perlu ditegaskan, usaha menjembatani dua kelompok ini bukan latihan merangkum yang aman dan tanpa risiko. Ia punya akibat yang nyata pada cara menulis: setiap bab memakai kosakata kedua tradisi secara berimbang. Buku ini tidak memilih salah satu sebagai tuan rumah lalu menjadikan yang lain sebagai tamu yang sopan di catatan kaki.



BRANDED
TECH
PUBLISHER

BAB 2

Agama dan Media: Cara Orang Menjelaskannya

Dari Radio ke Algoritma

Bab sebelumnya menempatkan buku ini di persimpangan dua kelompok pengamat: mereka yang mengkaji agama digital dari sisi media, dan mereka yang mengkaji komunikasi Islam dari sisi dakwah. Bab itu juga memperkenalkan beberapa kata kunci yang akan dipakai sepanjang buku — otoritas yang ikut ditentukan algoritma, umat digital, dan literasi digital keagamaan. Sekarang kita melangkah satu tingkat lebih dalam. Bab ini menelusuri bagaimana orang selama ini menjelaskan hubungan antara agama dan media: mulai dari cara berpikir zaman radio, lalu cara berpikir zaman internet awal, sampai cara berpikir zaman platform. Sepanjang penelusuran itu, akan terbangun satu argumen: penjelasan-penjelasan yang sudah ada memang berjasa, tetapi tidak satu pun yang cukup untuk menerangkan apa yang terjadi pada dakwah Islam hari ini. Masing-masing perlu diputar sedikit arahnya.

2.1 Dari Siaran Satu Arah ke Jejaring dan Platform

2.1.1 Warisan Cara Pandang Lama: Pesan Mengalir Satu Arah

Kajian tentang komunikasi agama, termasuk komunikasi Islam, lama bersandar pada dua cara berpikir yang mirip. Pertama, gagasan tentang penyebaran gagasan baru, yang dikembangkan antara lain oleh Everett Rogers. Kedua, dan ini yang paling berpengaruh, rumusan Harold

Lasswell dari 1948: siapa mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dengan akibat apa. Lima pertanyaan, satu baris. Sederhana sekali. Dengan cara pandang itu, dakwah dipahami sebagai pesan yang mengalir dari sumber yang berwenang — ulama atau lembaga dakwah — kepada pendengar, melalui saluran tertentu seperti mimbar, radio, televisi, atau surat kabar. Keberhasilannya diukur dari berubahnya sikap atau perilaku pendengar. Rumusan Lasswell bertahan lama bukan tanpa alasan. Justru kesederhanaannya itulah kekuatannya: siapa pun yang ingin meneliti dakwah dapat langsung bekerja. Sumber pesannya jelas siapa, isi pesannya dapat dicatat, dan akibatnya dapat ditanyakan lewat angket. Untuk zaman ketika pesan hanya bergerak satu arah, rumusan ini memang memadai.

Cara pandang itu berjasa besar menjelaskan dakwah di era sebelum digital. Masalahnya, di dalamnya tersimpan tiga anggapan yang hari ini sulit dipertahankan. Anggapan pertama: sumber pesan adalah titik pusat yang tetap. Anggapan kedua: saluran hanyalah perantara yang tidak punya kepentingan. Anggapan ketiga: pendengar menerima saja apa yang datang. Ketiganya roboh satu per satu ketika dibenturkan pada keadaan sekarang. Sumber pesan tidak lagi tunggal dan tidak lagi tetap — satu video ceramah dapat dipotong, diberi teks, diberi musik, dan diunggah ulang oleh ribuan akun lain, masing-masing dengan penekanan yang berbeda. Saluran tidak lagi netral — platform secara aktif memilih siapa yang ditampilkan dan siapa yang dibenamkan. Dan pendengar jelas tidak pasif — mereka ikut memproduksi, mengomentari, dan menyebarkan ulang, kadang dengan makna yang sudah melayang jauh dari maksud penceramah aslinya. Rogers sendiri, pada edisi-edisi lanjut karyanya, mengakui bahwa penyebaran gagasan tidak pernah benar-benar lurus.

Namun kerangka dasarnya tetap mengandaikan arah yang bisa dilacak dari sumber ke penerima – andaian yang semakin sukar dipegang di lingkungan media yang tidak lagi berpusat.

Ada satu kelemahan lagi yang jarang disebut. Cara pandang lama memperlakukan “akibat” komunikasi sebagai sesuatu yang bisa diukur terpisah dari proses pembuatan dan penyebaran pesannya. Di dunia dakwah digital, pemisahan itu tidak lagi masuk akal. Batas antara membuat, menyebarkan, dan menimbulkan akibat sudah kabur. Bayangkan seseorang menulis komentar pedas di bawah video ceramah. Komentar itu lalu ditangkap layar oleh orang lain, dijadikan bahan video baru, dan video baru itu beredar lebih luas daripada ceramah aslinya. Si penceramah lalu membuat video balasan. Pendakwah lain ikut menanggapi karena topiknya sedang ramai. Mana yang pesan, mana yang akibat? Keduanya sudah saling menjadi. Rumusan Lasswell tidak menyediakan kata-kata untuk melukiskan putaran semacam ini, dan di situlah batas kemampuannya.

2.1.2 Ketika Orang Mulai Bicara soal Jejaring

Perubahan cara berpikir yang pertama dan cukup besar datang dari Manuel Castells, yang menulis tentang masyarakat jejaring pada pertengahan 1990-an dan memperbaruinya pada 2009. Argumennya begini: zaman informasi ditandai oleh beralihnya cara kekuasaan bekerja. Dulu kekuasaan mengalir dari atas ke bawah melalui lembaga yang bertingkat; sekarang ia mengalir melalui titik-titik yang saling tersambung, tanpa satu pusat yang jelas. Hal itu berlaku juga bagi kekuasaan yang bersifat simbolik, termasuk kekuasaan keagamaan. Bagi kita, cara pandang ini sangat menolong. Ia menjelaskan mengapa otoritas keagamaan tidak lagi mengalir rapi dari lembaga

fatwa resmi ke bawah, melainkan tersebar di ribuan titik: seorang ustaz di kota kecil, sebuah komunitas kajian daring, bahkan sebuah akun tanpa nama. Setiap titik itu bisa sekaligus menjadi sumber dan penyebar. Tidak ada lagi hulu dan hilir yang tegas.

Castells menyumbang satu gagasan lain yang tajam, yaitu kekuasaan untuk menghubungkan. Maksudnya, kekuasaan yang dimiliki orang yang sanggup menyambungkan – atau justru memutuskan – hubungan antara dua kelompok yang sebelumnya tidak saling kenal. Terapkan gagasan ini ke dunia dakwah dan banyak hal menjadi terang. Bayangkan seorang kreator konten yang mampu berbicara kepada dua kalangan sekaligus: kalangan yang teguh memegang tradisi dan kalangan muda kota yang peduli gaya hidup. Orang seperti ini bisa menjadi sangat berpengaruh meskipun tidak memiliki sanad keilmuan yang panjang, semata karena ia berdiri di jembatan yang sebelumnya tidak ada. Pengaruhnya lahir dari posisinya, bukan dari kedalaman ilmunya. Dibandingkan cara pandang lama, cara pandang jejaring jelas lebih sanggup melukiskan susunan pengaruh yang tersebar seperti ini.

Namun cara pandang Castells juga punya batas, dan batasnya terletak pada waktu. Ia dirumuskan pada 1990-an, ketika algoritma rekomendasi berbasis kecerdasan buatan belum menguasai layar siapa pun. Cara pandang jejaring cenderung memperlakukan hubungan antartitik sebagai sesuatu yang apa adanya dan netral. Ia bertanya siapa tersambung dengan siapa, tetapi kurang bertanya siapa yang mengatur sambungan itu. Padahal justru di situ letak persoalannya hari ini: yang menentukan titik mana lebih terlihat bukan semata hubungan sosial antarpengguna, melainkan rancangan teknis platform itu

sendiri. Celah inilah yang kemudian diisi oleh cara berpikir berikutnya.

2.1.3 Dari Jejaring ke Platform

Langkah berikutnya, dan inilah yang menjadi pijakan utama buku ini, adalah gagasan tentang masyarakat platform yang dikembangkan José van Dijck bersama Thomas Poell dan Martijn de Waal pada 2018. Perbedaannya dengan cara pandang jejaring cukup tegas. Jika cara pandang jejaring menyoroti hubungan antartitik, cara pandang platform menyoroti sesuatu yang lebih tersembunyi: bangunan teknis dan bisnis di balik layar. Algoritma rekomendasi yang memilih tayangan, cara platform menghasilkan uang, dan aturan tentang konten apa yang boleh dan tidak boleh — tiga hal inilah yang sebenarnya menentukan apa yang beredar dan siapa yang terlihat. Dalam cara pandang ini, platform bukan ruangan kosong tempat orang berkumpul. Ia pemain yang punya kepentingan ekonomi dan politik sendiri.

Van Dijck dan rekan-rekannya menekankan satu hal lagi: platform tidak bekerja sendiri-sendiri, melainkan sebagai satu ekosistem yang saling bertaut — media sosial, mesin pencari, aplikasi pembayaran, layanan penyimpanan awan. Semuanya bersama-sama menjadi tulang punggung kehidupan digital kita. Gagasan ekosistem ini penting bagi dunia dakwah, karena konten keagamaan hampir tidak pernah tinggal di satu tempat. Ikuti saja perjalanan sebuah ceramah. Mula-mula ia direkam penuh dan diunggah ke YouTube. Lalu seseorang memotongnya menjadi klip satu menit untuk TikTok dan Instagram Reels. Klip itu dibagikan ke grup WhatsApp keluarga, diteruskan ke kanal Telegram, dan akhirnya diperdebatkan di sebuah grup Facebook. Di setiap tempat, aturan algoritmanya berbeda dan kebiasaan penggunaanya

berbeda. Hasilnya, satu ceramah yang sama bisa terdengar sebagai nasihat yang lembut di satu tempat dan sebagai serangan yang keras di tempat lain — padahal kata-katanya tidak diubah sepatah pun, hanya potongannya yang dipilih berbeda.

Jadi perjalanan dari cara pandang penyebaran, ke cara pandang jejaring, lalu ke cara pandang platform, sebenarnya memperlihatkan tiga zaman komunikasi agama yang berbeda watak. Ringkasan perbandingannya disajikan pada Tabel 2.1 agar mudah ditengok kembali.

Tabel 2.1. Tiga zaman komunikasi agama

Zaman	Cara Pesan Bergerak	Dari Mana Otoritas Datang	Posisi Media
Penyebaran (sebelum 1990-an)	Satu arah, dari satu orang ke banyak orang	Lembaga dan ulama yang terpusat	Sekadar saluran
Jejaring (1990-an-2000-an)	Menyebar, banyak orang ke banyak orang	Tersebar di titik-titik jejaring	Ruang penghubung
Platform dan algoritma (2010-an-sekarang)	Dipilih lebih dulu oleh mesin	Disahkan oleh angka suka dan tayangan	Pemain yang ikut menentukan

Dari perbandingan itu lahirlah argumen utama buku ini: memahami dakwah Islam hari ini menuntut kita bekerja pada zaman ketiga — zaman platform dan algoritma — tanpa membuang bekal dari dua zaman sebelumnya. Ada satu hal yang perlu dicatat agar tidak salah paham. Ketiga zaman ini tidak saling menggantikan secara bersih, seperti pakaian lama yang dibuang setelah membeli yang baru. Ceramah Jumat yang direkam lalu disiarkan masih berjalan dengan cara zaman pertama. Diskusi di grup WhatsApp keluarga atau grup alumni pesantren masih berjalan dengan cara zaman kedua.

Keduanya hidup berdampingan dengan zaman ketiga, dan sering bercampur dalam satu hari yang sama pada satu orang yang sama. Kenyataan komunikasi keagamaan kita hari ini adalah campuran ketiganya yang berjalan serentak, bukan pergantian yang rapi dari satu ke yang lain.

2.2 Ketika Media Ikut Menentukan Cara Beragama

2.2.1 Dua Cara Memahami Pengaruh Media atas Agama

Gagasan tentang pengaruh media atas agama – yang dalam bahasa kajian disebut mediatisasi agama – tumbuh dari dua sumbangan yang saling melengkapi. Stig Hjarvard mengembangkan sisi yang lebih berurusan dengan lembaga dan struktur. Argumennya: media telah menjadi lembaga sosial yang berdiri cukup mandiri, dan karena otoritas lembaga keagamaan melemah di masyarakat modern, media perlahan mengambil alih sebagian pekerjaan yang dulu dipegang lembaga agama – menyampaikan makna hidup, menawarkan ukuran baik dan buruk, bahkan menyediakan pengalaman yang terasa rohani. Bagi Hjarvard, media tidak menyampaikan pesan agama secara netral. Media memaksakan aturannya sendiri, yang ia sebut logika media: bentuk, irama, dan tuntutan cerita tertentu yang harus dipatuhi apa pun isinya. Aturan itu, menurutnya, punya empat sisi. Sisi cerita: harus ada alur yang menarik. Sisi gambar: harus ada yang memikat mata. Sisi ketegangan: harus ada konflik atau pergulatan. Dan sisi dagang: harus sanggup merebut perhatian di pasar yang penuh pesaing. Pada tulisan yang lebih baru, 2016, Hjarvard menambahkan catatan penting – media tidak menyalahkan otoritas keagamaan, melainkan memindahkan sumbernya dan mengubah

bentuknya. Otoritas tetap ada, hanya saja tumbuh di tanah yang lain.

Stewart Hoover mengembangkan sisi yang berbeda, dan ia memulainya bukan dari lembaga melainkan dari orang biasa. Melalui kajiannya atas penonton media, Hoover menunjukkan bahwa manusia hari ini membentuk rasa keberagamaan dan jati dirinya semakin banyak melalui apa yang ia tonton dan baca, bukan lagi semata melalui lembaga agama yang resmi. Media, baginya, menjadi salah satu tempat penting berlangsungnya apa yang ia sebut pekerjaan keagamaan: proses seseorang mencari makna, menimbang, menawar, dan akhirnya menyatakan keberagamaannya dengan caranya sendiri. Dari sisi cara meneliti, Hoover lebih dekat ke tradisi kajian penonton, sedangkan Hjarvard lebih dekat ke kajian struktur. Justru karena itu keduanya saling melengkapi. Hjarvard menerangkan bagaimana bangunan besar media membentuk lanskap keagamaan dari atas; Hoover menerangkan bagaimana orang per orang memaknai dan menyiasati lanskap itu dari bawah. Keduanya diperlukan. Melihat hanya dari atas membuat manusia tampak seperti benda yang digerakkan; melihat hanya dari bawah membuat kita lupa siapa yang memasang panggungnya.

Perbedaan tekanan antara Hjarvard dan Hoover bukan soal teknis semata. Ia mencerminkan dua pertanyaan yang keduanya penting bagi kita. Pertanyaan pertama bersifat struktural: bagaimana rancangan platform menentukan siapa yang terlihat dan pandangan keagamaan mana yang diterima sebagai wajar? Pertanyaan kedua bersifat lebih pribadi: bagaimana seorang Muslim memaknai, menimbang, dan memasukkan apa yang ia tonton ke dalam cara beragamanya sehari-hari? Buku ini akan memakai kedua tekanan itu bergantian, sesuai

kebutuhan setiap bab. Tekanan struktural ala Hjarvard akan lebih terasa di Bagian II, yaitu Bab 4 sampai 6, yang berurusan dengan algoritma dan otoritas. Tekanan yang lebih pribadi ala Hoover akan lebih terasa di Bagian III, yaitu Bab 7 dan 8, yang berurusan dengan bekal literasi digital keagamaan serta perjumpaan orang biasa dengan mesin pintar.

2.2.2 Apa yang Cocok dan Apa yang Tidak bagi Dunia Islam

Kedua sisi gagasan mediatisasi ini berguna untuk menerangkan beberapa hal yang kita saksikan sendiri. Pertama, berpindahnya ceramah dari mimbar masjid ke video pendek yang harus tunduk pada batas durasi dan tuntutan tampilan. Kedua, makin pribadinya cara orang beragama, karena apa yang ia tonton sudah disaring khusus untuknya oleh algoritma. Ketiga, melemahnya kuasa tunggal lembaga resmi — Kementerian Agama, organisasi kemasyarakatan, lembaga fatwa — dalam menentukan percakapan keislaman di ruang publik. Logika media yang dimaksud Hjarvard terlihat sangat jelas dalam satu kebiasaan baru. Perhatikan bagaimana banyak ceramah sekarang dibuka: bukan dengan ayat atau hadis, melainkan dengan cerita pergumulan hidup si penceramah — pernah jatuh, pernah ditinggalkan, pernah hampir menyerah. Baru sesudah pendengar tersentuh, pesan agamanya disampaikan. Itu bukan kebetulan dan bukan pula kepura-puraan. Itu cara menyesuaikan diri dengan platform yang memberi ganjaran kepada apa pun yang menggerakkan perasaan.

Meski begitu, memakai gagasan mediatisasi apa adanya untuk dunia Islam menuntut beberapa catatan. Catatan pertama soal asal-usulnya. Gagasan ini lahir dari pengamatan atas masyarakat Barat yang sekuler, dan di

dalamnya tersimpan andaian bahwa melemahnya lembaga agama adalah kecenderungan umum zaman modern. Andaian itu tidak otomatis berlaku di negeri seperti Indonesia. Di sini lembaga keagamaan – Majelis Ulama Indonesia, organisasi besar seperti Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah, serta pesantren – masih dipercaya luas. Bahkan sebagian justru memperkuat diri dengan sengaja masuk ke ruang digital. Penelitian penulis sendiri tentang kiai di masyarakat Muslim Pandalungan, Jawa Timur, menemukan hal yang menarik: pengaruh media di sana ternyata tipis. Sisi-sisi tertentu dari kewibawaan kiai memang mengikuti irama media, tetapi sebagian besar kehidupan bersama di kampung tidak bergantung padanya. Modal sosial dan budaya yang dimiliki kiai – hubungan kekerabatan, sejarah keluarga, kehadirannya di hajatan dan kematian – membuatnya tetap berdiri tegak meski tidak viral. Temuan ini memberi pelajaran yang jelas: di Indonesia, masuknya media ke urusan agama tidak selalu berarti melemahnya lembaga agama. Ia bisa berjalan bersamaan dengan menguatnya lembaga itu, justru melalui penyesuaian digital yang dilakukan dengan sadar dan terencana.

Catatan kedua soal watak otoritas dalam Islam. Kewenangan keagamaan dalam Islam berdiri di atas bangunan yang khas: rantai keilmuan atau sanad, izin mengajar atau ijazah, dan khazanah warisan keilmuan yang disebut *turās*. Bangunan semacam ini tidak punya padanan langsung dalam tradisi Kristen-Barat yang menjadi bahan utama pengamatan Hjarvard dan Hoover. Memaksakan kerangka mereka tanpa penyesuaian sama saja dengan mengukur sesuatu dengan alat yang dibuat untuk benda lain. Catatan ketiga soal jangkauannya. Gagasan mediatisasi berbicara tentang media secara umum sebagai lembaga, dan belum cukup turun ke hal

yang paling menentukan hari ini: cara kerja algoritma pada platform tertentu sebagai persoalan yang berdiri sendiri. Celah inilah yang akan diisi di Bagian II buku ini. Ketiga catatan tadi tidak dimaksudkan untuk membuang gagasan mediatisasi. Maksudnya satu: setiap kerangka dari luar perlu disesuaikan dengan hati-hati sebelum dipakai. Sikap itulah yang akan dipegang buku ini setiap kali meminjam teori dari tempat lain.

2.3 Gagasan “Agama Digital” dan Batasnya bagi Islam

2.3.1 Apa yang Ditawarkan Heidi Campbell

Heidi Campbell mengusulkan istilah agama digital untuk menggantikan istilah lama seperti agama siber atau agama daring. Alasannya, istilah-istilah lama itu menyiratkan sesuatu yang keliru: seolah ada dua dunia yang terpisah rapi, dunia nyata dan dunia maya, dan ibadah di keduanya adalah dua hal yang berlainan. Dari kerangka yang ia bangun, ada empat tema yang paling berguna bagi buku ini. Pertama, komunitas keagamaan yang terbentuk secara daring. Kedua, cara ibadah, lambang, dan tradisi ditampilkan di media digital. Ketiga, cara orang menampilkan jati diri keagamaannya. Keempat, dan inilah yang menjadi perhatian utama kita, berubahnya otoritas keagamaan di era digital. Kerangka Campbell kini menjadi rujukan baku dalam kajian agama dan media di seluruh dunia, dan menyediakan kosakata yang memang berguna — termasuk untuk membaca Islam di ruang digital.

Keempat tema itu punya kegunaan yang berbeda-beda bagi kita. Tema tentang komunitas daring menolong kita memahami majelis taklim yang kini berjalan lewat aplikasi panggilan video, serta grup-grup kajian yang

anggotanya tak pernah berjumpa. Tema tentang penampilan lambang dan tradisi menolong kita memahami bagaimana kaligrafi, bentuk masjid, dan busana Muslim ditampilkan ulang dalam bentuk digital – kadang dengan makna yang bergeser. Tema tentang jati diri menolong kita memahami mengapa seseorang memilih foto profil, bio, dan unggahan tertentu untuk menunjukkan siapa dirinya sebagai Muslim. Dan tema tentang otoritas, yang menjadi pusat perhatian buku ini, menolong kita memahami bergesernya kepercayaan publik yang sudah diuraikan pada bab sebelumnya. Masing-masing tema membuka satu pintu; buku ini terutama akan masuk melalui pintu keempat.

Ada satu gagasan Campbell lain yang layak diangkat, yaitu gagasan tentang tawar-menawar. Menurutny, komunitas keagamaan tidak pernah sekadar menerima atau menolak teknologi baru secara bulat-bulat. Yang terjadi adalah proses memilih dan menyesuaikan secara kreatif, disaring melalui nilai dan tradisi komunitas itu sendiri. Gagasan ini penting bagi buku ini karena ia melawan satu bayangan yang sering dipakai orang: bayangan tentang masyarakat beragama sebagai korban teknologi yang pasrah. Kenyataannya tidak begitu. Komunitas Muslim, termasuk lembaga-lembaga yang paling berhati-hati menjaga tradisi, adalah pelaku yang aktif. Mereka mengambil sebagian fitur, mengubah sebagian lainnya, dan menolak sebagian dengan sadar – berdasarkan pertimbangan keagamaan dan keputusan yang mereka pegang sendiri.

2.3.2 Keberatan dari Sudut Pandang Islam

Meski pengaruhnya luas, kerangka Campbell perlu disesuaikan sebelum dipakai untuk Islam. Keberatan pertama menyangkut tema otoritas. Dalam kerangka itu,

otoritas keagamaan dirumuskan secara umum saja, tanpa memperhitungkan cara khas Islam memastikan sebuah ilmu layak dipercaya: rantai penutur atau sanad, kesepakatan para ulama atau ijmak, dan penalaran hukum atau ijtihad. Perbedaannya mendasar. Otoritas dalam Islam bukan semata soal bagaimana seseorang tampil di layar, melainkan soal apakah ilmunya sah menurut aturan yang sudah dirawat berabad-abad. Seorang pendakwah bisa sangat meyakinkan di layar dan tetap dianggap tidak berwenang menurut ukuran itu. Dimensi semacam ini tidak sepenuhnya tertangkap oleh kerangka yang lebih memperhatikan praktik dan penampilan.

Keberatan kedua menyangkut bahan pengamatannya. Kerangka Campbell tumbuh dari kasus-kasus yang sebagian besar berasal dari komunitas Kristen, dan dalam porsi lebih kecil dari komunitas Yahudi dan Buddha. Porsi kajian Islam di dalamnya cukup terbatas, jauh dari sebanding dengan jumlah Muslim di dunia. Akibatnya, beberapa andaian yang tersimpan di dalamnya tanpa pernah disebut perlu diuji ulang. Salah satunya adalah andaian bahwa otoritas keagamaan akan semakin menjadi urusan pribadi masing-masing orang — sebuah kecenderungan yang dianggap berlaku di mana-mana. Di dunia Islam, kecenderungan itu berhadapan dengan dua hal yang tidak ringan: lembaga keagamaan yang masih kuat, dan dalam beberapa negara juga negara yang ikut mengatur ruang keagamaan melalui kementerian agama, lembaga fatwa resmi, atau aturan tentang konten. Ketimpangan bahan pengamatan ini bukan sekadar soal keadilan akademik. Kalau dibawa begitu saja ke negeri Muslim, ia berpotensi menghasilkan kesimpulan yang salah.

Keberatan ketiga adalah yang paling penting bagi buku ini, dan sekali lagi menyangkut waktu. Kerangka

Campbell dirumuskan sebelum algoritma rekomendasi berbasis kecerdasan buatan menguasai layar kita seperti sekarang — sebelum TikTok, sebelum Instagram Reels, sebelum YouTube Shorts. Karena itu, tema otoritas dalam kerangkanya perlu diperluas dengan satu kesadaran baru: sistem algoritma tidak hanya menampilkan otoritas yang sudah ada, tetapi ikut menciptakannya. Dengan memilih siapa yang muncul berulang kali di layar ribuan orang, mesin itu sesungguhnya sedang membangun kepercayaan publik. Ketiga keberatan tadi, bila dijumlahkan, menunjukkan satu hal: kerangka Campbell tidak cukup ditambahi contoh-contoh dari dunia Islam. Yang diperlukan adalah perluasan gagasan yang lebih mendasar. Pekerjaan itulah yang dikerjakan pada bagian berikut.

2.3.3 Mengambil yang Berguna, Melengkapi yang Kurang

Dari semua keberatan tadi, buku ini tidak menolak kerangka agama digital milik Campbell. Yang diusulkan adalah memperluasnya melalui gagasan otoritas keagamaan algoritmik. Maksudnya begini: kewenangan keagamaan hari ini terbentuk dari pertemuan dua hal yang sangat berbeda watak. Hal pertama adalah klaim keilmuan yang sudah dikenal lama — sanad, kedalaman ilmu, kaitan dengan lembaga tertentu. Hal kedua adalah pengesahan oleh mesin — seberapa sering ia ditampilkan, seberapa ramai tanggapannya, seberapa sering ia direkomendasikan. Keduanya kini bekerja berdampingan, kadang saling menguatkan, kadang saling bertabrakan. Gagasan ini akan diuraikan panjang di Bagian II, yaitu Bab 4 sampai 6. Perlu ditegaskan, perluasan ini dilakukan dengan tetap menghormati jasa Campbell. Empat temanya tetap berguna sebagai peta awal untuk melihat keluasan

gejala agama digital; yang ditambahkan hanyalah kedalaman pada satu tema yang paling menentukan bagi Islam.

Cara kerja semacam ini — mengambil kerangka dari luar secara pilih-pilih, mengujinya dengan kekhasan cara Islam memastikan ilmu, lalu mengusulkan perluasan yang lahir dari pertemuan keduanya — akan menjadi kebiasaan buku ini di setiap bab yang membahas gagasan. Kebiasaan itu perlu dinyatakan sejak sekarang karena ia mencerminkan sikap dasar buku ini. Ada dua jalan yang sengaja tidak diambil. Jalan pertama adalah menolak teori dari Barat sejak awal demi keaslian keilmuan Islam yang murni — sikap yang terdengar gagah tetapi membuat kita kehilangan alat yang berguna. Jalan kedua adalah menelan teori itu mentah-mentah tanpa diperiksa — sikap yang terdengar terbuka tetapi membuat kita salah mengukur keadaan sendiri. Buku ini memilih jalan tengah: berdialog, dan dari dialog itu menghasilkan sesuatu.

2.4 Mencari Kerangka yang Cocok untuk Indonesia

2.4.1 Mengapa Kerangka Impor Tidak Cukup

Uraian pada tiga bagian sebelumnya memperlihatkan satu pola. Semua cara berpikir yang tersedia — penyebaran, jejaring, platform, pengaruh media atas agama, dan agama digital — menyumbang alat yang berharga. Tetapi tidak satu pun di antaranya lahir dari, atau benar-benar cukup untuk, masyarakat Muslim dengan watak seperti Indonesia. Dan Indonesia memang punya kekhasan yang pantas menjadi bahan bagi gagasan baru. Di sini ada organisasi keagamaan besar dengan jutaan anggota, seperti Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah. Ada tradisi keilmuan pesantren yang

tetap hidup dan justru beranak-pinak di ruang digital. Ada negara yang cukup aktif mengatur urusan keagamaan melalui Kementerian Agama dan Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia. Dan ada pengguna media sosial yang sangat banyak serta sangat muda. Gabungan keempat hal itu tidak dijumpai di tempat lain.

Perlu ditegaskan, kebutuhan akan kerangka yang cocok untuk Indonesia bukan soal kebanggaan daerah atau keinginan tampil berbeda. Alasannya lebih mendasar: kerangka yang tidak memperhitungkan kuatnya lembaga dan khasnya cara Islam memastikan ilmu akan menghasilkan kesimpulan yang keliru, atau setidaknya setengah benar. Contohnya mudah. Bayangkan sebuah kerangka yang mengandaikan bahwa media digital akan menghapus perantara keagamaan sama sekali — semua orang langsung ke sumber, tidak perlu lagi ulama. Kerangka seperti itu akan kebingungan menjelaskan apa yang terjadi di Indonesia, di mana organisasi keagamaan besar justru memperbesar kehadiran digitalnya dan tetap sangat berpengaruh atas percakapan publik. Mereka tidak tergantikan oleh para pendakwah digital yang berdiri sendiri; mereka belajar memakai alat yang sama.

2.4.2 Lima Pegangan untuk Membaca Dakwah Digital Indonesia

Berdasarkan semua pertimbangan di atas, buku ini mengusulkan empat pegangan dasar untuk membaca dakwah digital Indonesia — pegangan yang juga terbuka untuk diuji di negeri Muslim lain. Pegangan pertama: otoritas hidup berdampingan. Kewenangan keagamaan digital di Indonesia tidak menggantikan kewenangan lembaga yang sudah ada. Keduanya berjalan bersama, saling melihat, kadang saling meminjam, kadang saling menegur. Kerangka yang kita pakai harus sanggup

menjelaskan hidup berdampingan semacam itu, bukan mengandaikan yang baru pasti menggusur yang lama.

Pegangan kedua: kesahihan bertumpuk dua lapis. Sebuah pandangan keagamaan dipercaya hari ini karena dua ukuran yang bekerja sekaligus — ukuran lama dari tradisi keilmuan Islam seperti sanad dan ijthad, dan ukuran baru dari mesin seperti seberapa sering ia tampil dan seberapa ramai tanggapannya. Bukan salah satu saja. Keduanya, bertumpuk, kadang bertentangan. Pegangan ketiga: lembaga dan negara tetap diperhitungkan. Berbeda dari Barat yang menjadi bahan utama gagasan mediatisasi klasik, peran lembaga keagamaan dan negara di Indonesia masih besar dalam membentuk lanskap dakwah digital. Kerangka yang kita pakai harus menyediakan tempat untuk keduanya. Pegangan keempat: hubungan platform dan agama berjalan dua arah. Platform memang membentuk wacana keagamaan melalui algoritmanya. Tetapi wacana keagamaan juga ikut membentuk kebijakan platform. Tekanan dari publik, organisasi keagamaan, dan pemerintah pernah beberapa kali membuat platform menyesuaikan aturan kontennya, misalnya pada musim-musim keagamaan seperti Ramadan, atau ketika sebuah konten dianggap menyinggung. Jadi arusnya tidak satu arah.

Keempat pegangan ini bukan kesimpulan akhir yang tidak boleh disentuh. Ia kerangka kerja awal yang sengaja dibiarkan terbuka, untuk diuji, diperkaya, dan bila perlu diperbaiki melalui pembahasan pada bab-bab berikutnya. Sifat terbuka ini bukan tanda keraguan, melainkan tanda kehati-hatian. Lanskap platform digital dan kebijakan keagamaan di Indonesia berubah dengan sangat cepat — kadang dalam hitungan bulan. Kerangka yang terlalu kaku akan basi sebelum dipakai. Karena itu ia perlu lentur, agar masih sanggup menampung

perkembangan yang belum bisa dibayangkan pada saat buku ini ditulis.

2.4.3 Bekal untuk Bab-Bab Selanjutnya

Keempat pegangan di atas menjadi jembatan menuju Bab 3, yang akan membedah secara khusus persoalan otoritas keagamaan di ruang digital – termasuk siapa saja pemain barunya dan bagaimana cara menilai otoritas yang ikut dibentuk algoritma, yang baru disinggung sepintas di bab ini. Dengan demikian, penelusuran dalam Bab 2 ini bukan selingan sejarah pemikiran. Ia pijakan bagi seluruh pembahasan pada bagian-bagian selanjutnya. Pembaca yang mengikuti alurnya dari Bab 1 sampai di sini kini sudah memegang tiga bekal. Bekal pertama, dari Bab 1: peta tentang siapa saja yang sudah membahas persoalan ini dan di mana celahnya. Bekal kedua, dari bab ini: pemahaman tentang perjalanan cara berpikir dari zaman penyebaran sampai zaman platform, serta keberatan-keberatan terhadap gagasan pengaruh media atas agama dan gagasan agama digital. Bekal ketiga, dari bagian yang baru saja selesai: empat pegangan awal yang cocok untuk keadaan Indonesia. Ketiga bekal itu akan dipadukan dan diperdalam di Bab 3, menjadi alat yang lebih tajam dan lebih siap dipakai.

BAB 3

Siapa yang Berhak Bicara soal Agama?

Otoritas Lama, Otoritas Baru, dan Perebutannya

Bab 2 memperlihatkan bahwa semua cara berpikir yang tersedia tentang agama dan media — dari gagasan penyebaran, jejaring, pengaruh media atas agama, sampai agama digital — perlu diperluas sebelum sanggup menerangkan apa yang terjadi pada otoritas keagamaan Islam hari ini. Bab ini mengambil langkah yang lebih khusus. Kita akan membedah satu hal saja, tetapi membedahnya sampai ke dalam: otoritas keagamaan itu sendiri. Mula-mula akarnya dalam tradisi keilmuan Islam. Lalu bagaimana perantaranya menghilang di ruang digital. Lalu siapa saja yang kini mengisi ruang yang terpecah itu. Dan terakhir, cara menilai otoritas di era algoritma — alat yang menjadi salah satu sumbangan utama buku ini.

3.1 Ulama, Sanad, dan Ijazah: Cara Lama Memastikan Ilmu

3.1.1 Mengapa Ilmu Harus Punya Rantai

Ada satu hal yang membedakan Islam dari banyak tradisi keagamaan lain, dan sebaiknya kita mulai dari situ. Dalam Islam tidak ada jenjang kependetaan yang resmi — tidak ada pentahbisan, tidak ada jubah yang menandai jabatan. Yang ada adalah sesuatu yang lebih halus tetapi tidak kurang ketatnya: hak seseorang berbicara atas nama agama diikat pada mutu dan keterlacakan jalur ilmunya. Tiga pilar menyangga bangunan itu. Pilar pertama adalah sanad, yakni rantai yang menghubungkan seorang penuntut ilmu dengan gurunya, gurunya dengan guru

sebelumnya, dan seterusnya sampai idealnya tersambung ke generasi awal Islam. Sanad bekerja seperti dua hal sekaligus. Pertama, sebagai alat pemeriksaan: ilmunya bisa dilacak dari mana datangnya. Kedua, sebagai pengikat tanggung jawab: seseorang tidak dinilai semata dari seberapa banyak teks yang ia hafal, tetapi juga dari kepada siapa ia berguru dan siapa yang bersedia menjamin namanya.

Pilar kedua adalah ijazah keilmuan – pengakuan dari seorang guru bahwa muridnya telah menguasai satu cabang ilmu, entah tafsir, hadis, atau fikih, dan karena itu berhak mengajarkan atau meriwayatkannya kepada orang lain. Ijazah semacam ini tidak selalu berupa surat bermeterai seperti ijazah sekolah modern. Kadang ia hanya berupa ucapan di akhir sebuah pengajian. Namun daya ikatnya di kalangan berilmu sangat kuat. Dan sistem ini melahirkan sesuatu yang menarik: jejaring keilmuan yang luas dan menyambung dari generasi ke generasi, di mana nama baik seorang guru ikut menjadi jaminan mutu bagi murid-murid yang menerima ijazah darinya. Kalau dicari bandingnya dalam dunia modern, cara kerjanya menyerupai penilaian sejawat di kalangan ilmuwan – sebuah karya diperiksa oleh orang yang sanggup memeriksanya. Bedanya, sistem ijazah berjalan melalui jalur pribadi dan komunitas, bukan melalui jurnal dan lembaga.

Pilar ketiga adalah kesepakatan kalangan berilmu, yang dikenal sebagai ijmak ulama – pengakuan bersama yang memberi kekuatan tambahan bagi sebuah pandangan keagamaan pada suatu masa. Di sini ada satu hal yang sering disalahpahami, dan kesalahpahaman itu justru menjadi inti persoalan buku ini. Ijmak bukan sidang resmi yang digelar di satu tempat dengan daftar hadir. Ia proses sosial yang tersebar, tanpa panitia. Namun – dan inilah

bagian pentingnya — proses yang tersebar itu tetap punya syarat mutu. Sebuah pandangan mencapai derajat ijmak bukan karena banyak orang menyetujuinya, melainkan karena disetujui oleh mereka yang memang berkemampuan menilai; dalam istilah keilmuan, ahl al-hall wa al-'aqd. Jumlah bukan ukurannya; kemampuan menilai itulah ukurannya. Perbedaan ini perlu dipegang kuat-kuat, sebab nanti kita akan membandingkannya dengan pengesahan oleh mesin di ruang digital — keadaan ketika banyaknya tanda suka dan pembagian ulang menggantikan syarat kemampuan menilai sebagai penentu kelayakan dipercaya.

Muhammad Qasim Zaman, dalam kajiannya yang berpengaruh tentang ulama di zaman modern, menunjukkan bahwa ketiga pilar itu tidak pernah berdiri kaku seperti batu. Ketiganya terus ditawarkan dan disesuaikan sepanjang sejarah Islam, terutama ketika berhadapan dengan tiga tekanan besar: datangnya zaman modern, lahirnya negara-bangsa, dan tumbuhnya sekolah umum. Zaman memperlihatkan bagaimana para ulama di berbagai negeri Muslim berulang kali menyesuaikan diri — ketika sekolah agama diambil alih negara, ketika mereka harus bersaing dengan sarjana didikan sekuler, ketika mereka dituntut ikut berbicara dalam urusan kebangsaan — dan tetap tidak kehilangan dasar kewenangan keilmuan mereka. Mereka lentur tanpa kehilangan pijakan. Sampai pertengahan abad ke-20, ketiga pilar itu masih menjadi ukuran utama tentang siapa yang berhak dianggap berwenang berbicara soal agama. Guncangan yang betul-betul mengenai fondasinya baru datang bersama media digital — dan itulah yang akan kita bahas berikut ini.

3.1.2 Apa yang Dikerjakan Otoritas Lama bagi Masyarakat

Di luar urusan keilmuan, otoritas keagamaan lama menjalankan tiga pekerjaan sosial yang penting. Pekerjaan pertama adalah menetapkan batas: mana yang benar dan mana yang keliru dalam beribadah. Pekerjaan kedua adalah menyatukan: memberikan rujukan bersama yang membuat orang merasa menjadi satu umat. Pekerjaan ketiga adalah menjembatani: menyambungkan kitab-kitab lama dengan persoalan hari ini melalui ijtihad. Perlu dicatat cara pekerjaan pertama itu berjalan. Ia tidak dijalankan dengan paksaan dari atas. Ia berjalan karena masyarakat dengan rela mengakui kemampuan seorang ulama. Dalam bahasa sosiologi warisan Max Weber, bentuk kewenangan seperti ini adalah campuran antara kewenangan yang bersandar pada tradisi dan kewenangan yang bersandar pada daya tarik pribadi serta kedalaman ilmu.

Pekerjaan menyatukan itu paling mudah dilihat dalam kehidupan sehari-hari. Ketika sekelompok Muslim bersama-sama merujuk pada satu tokoh atau satu lembaga – misalnya kalangan Nahdlatul Ulama yang merujuk pada tradisi keilmuan pesantren tertentu, atau kalangan Muhammadiyah yang merujuk pada Majelis Tarjih – rujukan bersama itu menyatukan orang-orang yang tinggal berjauhan dan berbeda keadaan hidupnya menjadi satu kelompok dengan jati diri yang jelas. Mereka mungkin tidak pernah berjumpa, tetapi tahu bahwa mereka berkiblat pada sumber yang sama. Adapun pekerjaan menjembatani membuat kitab-kitab yang ditulis berabad-abad lalu tetap bisa dipakai menjawab persoalan hari ini. Itulah guna ijtihad, dan itu dikerjakan oleh mereka yang diakui berkemampuan mengerjakannya.

Ketiga pekerjaan itu berjalan dalam lingkungan yang cukup tenang dan mantap – masjid, pesantren, majelis taklim – tempat hubungan guru dan murid bersifat pribadi, bertahap, dan berlangsung lama. Ketenangan itu bukan kebetulan. Ia hasil rancangan yang disengaja. Pesantren, misalnya, memang dibangun sebagai tempat belajar bertahun-tahun, bahkan berpuluh tahun. Lamanya waktu itu bukan pemborosan, melainkan syarat: hanya dengan waktu yang panjang seorang guru dapat mengenal watak muridnya, dan hanya dengan begitu ilmu bisa diwariskan bersama akhlaknya. Bandingkan dengan cara orang berjumpa di platform digital hari ini – sekejap, terpotong-potong, dan segera berganti. Perbedaannya bukan soal gaya, melainkan soal rancangan yang berlawanan arah.

Bangunan itulah yang kini terguncang sejak Islam masuk ke ruang digital. Perlu disebut dengan hati-hati apa yang sesungguhnya terguncang. Bukan teks dan ajaran Islam – keduanya tetap seperti semula. Yang terguncang adalah perangkat sosial yang selama ini menjadi penjamin dan penyaringnya. Perbedaan ini penting dan akan dipegang sepanjang buku ini. Guncangan ini tidak menyentuh isi ajaran sama sekali. Yang disentuhnya adalah mekanisme yang selama berabad-abad menentukan siapa yang berwenang menafsirkan dan menyampaikan ajaran itu kepada orang banyak. Membedakan keduanya menyelamatkan kita dari dua kekeliruan sekaligus: panik seolah agama sedang dirusak teknologi, dan acuh seolah tidak ada apa-apa yang perlu dijaga.

3.2 Hilangnya Perantara dan Pecahnya Rujukan

3.2.1 Ketika Perantara Tidak Lagi Dibutuhkan

Hilangnya perantara — atau dalam istilah kajian, disintermediasi — berarti melemahnya atau hilangnya peran pihak penengah yang sebelumnya menjadi penjamin dan penyaring sebuah pesan. Gejalanya mudah dikenali di banyak bidang: orang membeli tiket tanpa agen, memesan penginapan tanpa biro perjalanan. Dalam urusan agama, gejala yang sama berarti melemahnya peran pesantren, majelis ilmu, dan lembaga fatwa sebagai jembatan wajib antara kitab-kitab Islam dan masyarakat awam. Media digital membuka jalan bagi siapa pun — tak peduli latar belakang ilmunya, ada atau tidaknya sanad dan ijazah — untuk membuat dan menyebarkan konten yang mengaku berbicara atas nama agama, dan menjangkau orang sebanyak yang dulu hanya mungkin dicapai lembaga besar.

Dale Eickelman dan James Piscatori sudah menandai kecenderungan ini pada 1996, jauh sebelum media sosial seperti sekarang ada. Mereka menyebutnya terpecahnya otoritas dalam politik Muslim modern — dan menegaskan satu hal yang penting: proses itu dipercepat oleh teknologi digital, bukan diciptakan olehnya. Sumbangan terbesar kajian keduanya justru terletak di situ. Mereka menunjukkan bahwa terpecahnya otoritas keagamaan sudah dimulai jauh sebelum internet, seiring meluasnya sekolah dan kemampuan membaca di dunia Muslim pada abad ke-20. Ketika semakin banyak orang bisa membaca sendiri, semakin banyak pula yang merasa bisa menafsirkan sendiri — tanpa perlu melewati ulama. Internet hanya mempercepat apa yang sudah berjalan.

Peter Mandaville memperluas argumen itu pada 2007. Menurutnya, ada tiga hal yang bekerja bersama-

sama: perpindahan penduduk, meluasnya sekolah, dan media baru. Ketiganya melahirkan apa yang ia sebut otoritas keagamaan yang tercerai-berai — keadaan ketika seorang Muslim biasa punya akses langsung ke sumber-sumber agama tanpa melewati ulama. Mandaville menyoroti satu tempat secara khusus: komunitas Muslim yang bermukim di negara-negara Barat. Di sana gejalanya muncul paling awal, dan alasannya masuk akal. Mereka sering tidak punya akses mudah ke lembaga keagamaan di negeri asalnya. Mula-mula karena terpaksa, lalu karena memang memilih begitu, mereka mengembangkan bentuk otoritas keagamaan baru yang lebih lentur dan bersandar pada media. Pola yang mula-mula terlihat di tanah rantau itu kemudian menyebar ke seluruh dunia seiring meluasnya internet — termasuk ke negeri-negeri Muslim mayoritas seperti Indonesia, yang tadinya tidak punya alasan untuk mengalaminya.

Lalu apa bedanya hilangnya perantara di zaman digital dengan terpecahnya otoritas yang sudah berjalan sejak abad ke-20? Bedanya ada pada dua hal: besaran dan kecepatan. Pada zaman meluasnya sekolah, perpecahan itu berlangsung dalam hitungan generasi — anak lebih berani menafsirkan daripada ayahnya, cucu lebih berani lagi. Di zaman platform, hal yang sama bisa berlangsung dalam hitungan bulan, bahkan minggu. Sebuah konten viral dapat membangun jutaan pengikut bagi seseorang yang sebelumnya sama sekali tidak dikenal dalam percakapan keagamaan mana pun. Percepatan inilah pembeda utamanya. Dan karena itulah diperlukan alat baru untuk membacanya — alat yang akan dirumuskan pada bagian 3.4 nanti, dan yang tidak akan kita temukan pada kerangka mana pun yang lahir sebelum zaman platform.

3.2.2 Lima Jalan Pecahnya Rujukan di Era Platform

Di atas hilangnya perantara yang berlaku umum itu, zaman platform menambahkan lapisan perpecahan yang lebih khusus melalui tiga jalan. Jalan pertama: pecahnya bentuk. Platform video pendek bekerja dalam rentang 15 sampai 60 detik. Rentang itu memaksa pesan keagamaan yang rumit — yang secara tradisional butuh kajian panjang dengan rujukan berlapis — diperas menjadi potongan pernyataan singkat. Potongan semacam itu mudah dikutip, dan justru di situ bahayanya: ia mudah pula kehilangan seluruh alasan yang melatarinya. Satu penggal ceramah dapat dipotong, disunting, dan disebarkan terpisah dari keadaannya yang asli. Akibatnya makna bisa berubah tanpa si penceramah sanggup mencegahnya, bahkan tanpa ia mengetahuinya.

Jalan kedua: pecahnya rujukan. Satu pertanyaan keagamaan yang sama — misalnya tentang hukum sebuah bentuk usaha yang baru — dapat memperoleh puluhan jawaban yang berbeda dan saling bertentangan di ruang digital. Masing-masing disampaikan oleh orang dengan dasar kewenangan yang sangat beragam mutunya. Pola lama menyediakan satu atau beberapa rujukan yang jelas; pola baru menyediakan pasar rujukan yang penuh pilihan tetapi tanpa label mutu. Keadaan ini diperberat oleh apa yang dapat disebut gema algoritma. Begitu seseorang menonton satu jenis konten keagamaan, sistem rekomendasi akan terus menyajikan yang serupa. Ada ironi yang pahit di sini. Pilihan rujukan yang tersedia di dunia sesungguhnya semakin beragam, tetapi pilihan yang sampai ke layar seseorang justru semakin menyempit. Ia hidup di dunia yang luas sambil melihat lewat lubang yang kecil.

Jalan ketiga: pecahnya cara pengesahan. Inilah yang paling penting bagi argumen buku ini. Benar atau

tidaknya sebuah pernyataan keagamaan di ruang digital semakin ditentukan bukan oleh mutu sanad atau kekuatan alasannya, melainkan oleh angka: jumlah penonton, tanda suka, komentar, dan pembagian ulang. Angka-angka itu kini berfungsi sebagai bentuk pengesahan sosial yang baru. Dan di sinilah tipuannya. Secara sepiantas ia terlihat sangat demokratis – semua orang kebagian suara. Tetapi sesungguhnya ia disaring lebih dulu oleh mesin yang cara kerjanya tidak terbuka untuk diperiksa, dan yang sama sekali tidak dirancang untuk menimbang mutu keilmuan. Bandingkan dengan ijmak yang kita bahas tadi. Ijmak menuntut kesepakatan dari mereka yang berkemampuan menilai. Pengesahan oleh mesin justru terbuka bagi siapa saja yang kebetulan menekan tombol, tanpa pernah bertanya apakah ia mengerti apa yang sedang ia sahkan.

Ketiga jalan itu bekerja serentak dan saling menguatkan. Hasilnya adalah lanskap otoritas keagamaan yang jauh lebih cair, lebih penuh persaingan, dan lebih goyah dibanding bangunan lama yang kita uraikan di awal bab. Ada satu keadaan ganjil yang pantas dicatat di sini. Di satu sisi, pecahnya bentuk, rujukan, dan pengesahan telah membuka pintu bagi orang biasa untuk ikut berbicara soal agama, seluas-luasnya, dengan cara yang belum pernah terjadi sepanjang sejarah. Itu capaian yang tidak kecil. Di sisi lain, terbukanya pintu itu tidak otomatis diiringi membaiknya mutu percakapan yang masuk ke dalamnya. Lebih banyak suara tidak berarti lebih banyak kebenaran. Ketegangan inilah yang akan terus menemani kita, terutama di Bab 6 tentang terpecahnya fatwa, mengerasnya kelompok, dan kaburnya batas kebenaran, serta di Bab 8 tentang kecerdasan buatan.

3.3 Tiga Wajah Pendakwah Baru

Lalu siapa saja yang kini mengisi ruang otoritas yang terpecah itu? Buku ini mengusulkan empat wajah, yang dibedakan berdasarkan tiga hal: dari mana kepercayaan itu datang, bagaimana kontennya dibuat, dan bagaimana hubungannya dengan para pengikut. Ringkasannya disajikan pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1. Empat wajah pendakwah di ruang digital

Wajah Pendakwah	Dari Mana Kepercayaan Datang	Watak Kontennya	Hubungan dengan Pengikut
Ulama digital	Rantai guru dan izin mengajar, ditambah kemampuan menyesuaikan diri dengan platform	Kajian mendalam yang dikemas ulang agar muat dalam format digital	Guru dan murid, diperluas lewat layar
Ustaz seleb	Daya tarik pribadi, kepopuleran, dan merek diri yang dibangun rapi	Menyentuh perasaan, banyak cerita pribadi, bergaya memotivasi	Penggemar dan idola – dekat sepihak, tanpa saling mengenal
Kreator konten religi	Kecakapan membuat konten, bukan kedalaman ilmu	Ringan dan mengikuti tren, seperti tantangan, duet, dan cerita singkat	Penonton dan pembuat tontonan
Akun tanpa nama atau akun kelompok	Klaim atas nama paham atau kelompok, tanpa wajah yang bisa ditelusuri	Memanas-manasi, penuh meme, mengeraskan kubu	Kerumunan daring tanpa hubungan pribadi

Wajah pertama, ulama digital. Yang dimaksud adalah mereka yang memiliki kewenangan keilmuan lama – sanad, pendidikan pesantren atau kampus Islam – tetapi dengan sadar hadir juga di platform digital. Kelompok ini berusaha menjaga kedalaman alasan sambil menyesuaikan bentuk penyampaian dengan tuntutan platform. Itu bukan penyesuaian yang mudah, sebab tekanan mesin memberi ganjaran pada apa yang sederhana dan menyentuh perasaan, bukan pada apa yang berlapis dan hati-hati. Dalam kenyataannya mereka berdiri di persimpangan yang menyesak. Bila mereka menjaga kedalaman dan kehati-hatian, konten mereka kalah bersaing dan tidak sampai ke siapa-siapa. Bila mereka menyederhanakannya agar terlihat, mereka berisiko kehilangan justru hal yang membuat tradisi keilmuan mereka bernilai: ketelitian dan kerendahan hati untuk berkata bahwa persoalan ini tidak sesederhana itu.

Wajah kedua, ustaz seleb. Gejala ini sudah banyak disorot, antara lain oleh Gary Bunt dan Martin Slama, dan di Indonesia sudah dikaji sejak zaman dakwah televisi oleh James Hoesterey dan Inaya Rakhmani. Yang dimaksud adalah pendakwah yang kepopulerannya dibangun terutama dari tiga hal: daya tarik pribadi, gaya bicara yang menyentuh dan memotivasi, serta pengelolaan citra di media. Bekal keilmuannya sendiri sangat beragam – ada yang memang mendalam, ada pula yang kewenangannya hampir seluruhnya bersandar pada kepopuleran. Hubungan dengan pengikutnya punya watak yang khas: dekat sepihak. Para pengikut merasa mengenalnya secara pribadi – tahu nama anaknya, hafal cerita masa sulitnya, merasa ikut menangis bersamanya – padahal ia tidak mengenal mereka sama sekali. Dua peneliti bernama Donald Horton dan Richard Wohl menamai hubungan

sepihak semacam ini sebagai hubungan parasosial sejak 1956. Bedanya dengan hubungan guru dan murid sangat jauh: yang terakhir berjalan dua arah, dan si guru mengenal muridnya satu per satu.

Wajah ketiga, kreator konten religi. Ini kelompok yang terhitung paling baru dan paling cepat bertambah, terutama di kalangan muda. Mereka membuat konten bertema keislaman – motivasi harian, tips beribadah, gaya hidup Muslim – dengan mengandalkan kecakapan membuat video dan merangkai cerita, bukan kedalaman ilmu. Yang menarik, mereka umumnya tidak pernah mengaku berwenang dalam urusan agama. Tetapi jangkauan mereka luas, dan dari situlah persoalannya muncul. Kelompok ini pantas diperhatikan secara khusus justru karena sebagian besar tidak sadar sedang memainkan peran otoritatif – dan mungkin memang tidak berniat. Namun akibat yang tidak mereka maksudkan itu tetap berlangsung: konten yang ditonton jutaan kali oleh anak-anak muda ikut membentuk apa yang dianggap wajar dan ideal dalam beragama sehari-hari. Niat tidak selalu menentukan akibat.

Wajah keempat, akun tanpa nama atau akun kelompok. Yang dimaksud adalah akun yang tidak terhubung dengan seseorang yang dapat ditelusuri, tetapi mengaku berbicara atas nama sebuah kelompok, aliran, atau paham keagamaan tertentu. Kategori ini sangat penting dalam pembahasan tentang mengerasnya kelompok dan kabar bohong di Bab 6, dan alasannya sederhana. Tidak adanya nama berarti tidak adanya yang bisa dituntut. Akun semacam ini dapat menyebarkan pernyataan yang jauh lebih keras dan lebih memanas-manasi daripada yang sanggup dilakukan tiga wajah sebelumnya, tanpa menanggung risiko apa pun atas nama baiknya – sebab ia tidak punya nama baik untuk dipertaruhkan. Perlu ditambahkan, keempat wajah ini

tidak terpisah rapi. Batasnya sering kabur, dan seseorang bisa berpindah dari satu wajah ke wajah lain seiring waktu. Contohnya mudah dijumpai: seorang kreator konten yang semula hanya berbagi tips keseharian perlahan mengumpulkan pengikut yang sangat banyak, lalu mulai diperlakukan publik seolah-olah ia berwenang menjawab persoalan fikih – padahal bekal ilmunya tidak berubah sedikit pun. Meski batasnya cair, pembagian empat wajah ini tetap berguna untuk memetakan berbagai cara kepercayaan dibangun di ruang digital, dan akan terus dipakai pada pembahasan di Bab 5.

3.4 Empat Hal yang Perlu Dilihat untuk Menilai Otoritas Hari Ini

3.4.1 Pelajaran dari Dunia Media untuk Dunia Dakwah

Istilah otoritas algoritmik pertama kali diajukan Clay Shirky pada 2009. Ia memakainya untuk melukiskan kecenderungan orang mempercayai hasil pilihan mesin sebagai tanda bahwa sesuatu layak dipercaya – padahal tidak ada seorang manusia pun yang menjamin kebenarannya. Buku ini meminjam istilah itu dan mengembangkannya dengan bantuan gagasan Tarleton Gillespie, yang menulis pada 2014 dan 2018. Pokok gagasan Gillespie: algoritma bukan penyaring yang netral. Ia tidak sekadar memilah informasi menurut selera penggunaanya, tetapi ikut menciptakan apa yang dianggap penting, apa yang dianggap populer, dan karena itu apa yang dianggap pantas diperhatikan. Gillespie menyebut perusahaan platform sebagai penjaga pintu yang baru bagi ruang publik digital. Keputusan-keputusan mereka sering disajikan sebagai urusan teknis semata, seolah tidak ada

pilihan nilai di dalamnya. Padahal akibatnya menjangkau jauh ke urusan sosial dan politik.

Satu penegasan Gillespie sangat berguna bagi kita: algoritma bukan benda teknis yang bebas nilai. Ia barang buatan manusia, dan setiap barang buatan membawa serta anggapan, urutan kepentingan, dan tujuan dagang perusahaan yang merancanginya. Begitu kita bawa prinsip itu ke urusan agama, akibatnya langsung terasa berat. Keputusan mesin tentang konten keagamaan mana yang akan muncul di layar seseorang bukanlah keputusan yang netral secara keilmuan, apalagi secara akidah. Ia keputusan yang disetel untuk satu tujuan: memperpanjang waktu menonton dan memperbanyak tanggapan. Tujuan itu sah-sah saja bagi sebuah perusahaan. Persoalannya, tujuan itu tidak selalu sejalan dengan tujuan menyampaikan ilmu agama secara tepat dan bertanggung jawab. Dan dalam beberapa keadaan, keduanya bahkan berlawanan arah.

Diterapkan pada urusan keagamaan, buku ini merumuskan otoritas keagamaan algoritmik sebagaimana tertera dalam kotak berikut.

Istilah Kunci: Otoritas Keagamaan Algoritmik

Otoritas keagamaan algoritmik adalah kepercayaan publik terhadap seorang penyampai agama yang terbentuk dari pertemuan dua hal. Hal pertama adalah klaim keilmuannya – rantai guru atau sanad, kedalaman ilmu, dan kaitannya dengan lembaga tertentu. Hal kedua adalah pilihan mesin – seberapa sering ia ditampilkan, seberapa sering ia direkomendasikan, dan seberapa ramai tanggapan atas kontennya. Istilah ini dipakai ketika seringnya seseorang muncul di layar sudah berfungsi sebagai tanda bahwa ia layak dipercaya, berdiri sendiri terlepas dari – dan dalam beberapa kejadian bahkan menggantikan – tanda-tanda keilmuan yang dipakai tradisi selama berabad-abad.

Rumusan itu sengaja dibuat untuk menegaskan satu hal: otoritas algoritmik bersifat berhubungan, bukan

berdiri sendiri. Ia tidak sepenuhnya menggantikan otoritas keilmuan yang lama, dan tidak pula sepenuhnya terpisah darinya. Keduanya bekerja dalam ketegangan dan saling tarik-menarik yang tidak pernah selesai. Memahami ini menjauhkan kita dari dua kesimpulan yang tergesa: bahwa ulama sudah tamat, atau bahwa algoritma tidak ada pengaruhnya.

Perlu ditegaskan juga, gagasan ini tidak dimaksudkan sebagai tuduhan bahwa segala sesuatu yang dibantu algoritma itu buruk. Kenyataannya lebih berimbang dari itu. Ada ulama digital dengan sanad keilmuan yang kuat yang berhasil memperoleh jangkauan sangat luas tanpa mengorbankan kedalaman alasannya — bukti bahwa kewenangan keilmuan dan kewenangan algoritma dapat saling menguatkan, bukan selalu saling mengalahkan. Mereka membuktikan bahwa jalan tengah itu mungkin, meski memang berat. Namun kerangka ini juga mengakui kenyataan sebaliknya: pada banyak kejadian lain, keduanya berjalan tidak sejalan. Pada kejadian-kejadian itulah segala ketegangan dan bahaya yang baru kita uraikan menjadi paling nyata.

3.4.2 Empat Komponen yang Saling Menarik

Agar gagasan di atas dapat benar-benar dipakai sebagai alat — dan akan dipakai di Bab 4 sampai 6 — buku ini mengusulkan empat hal yang perlu diperiksa setiap kali kita menilai sebuah kasus otoritas keagamaan digital. Hal pertama: dasar klaim kepercayaan. Dengan dasar apa seseorang merasa berhak berbicara? Apakah karena sanad keilmuannya, karena lembaga tempat ia bernaung, karena daya tarik pribadinya, atau karena ia mengaku mewakili sebuah kelompok? Pemeriksaan dimulai dari sini karena jawabannya menentukan di atas apa seluruh kepercayaan

itu dibangun — dan karena itu juga menentukan di mana titik lemahnya.

Hal kedua: cara mesin memilihnya. Melalui fitur dan cara kerja apa konten orang itu bisa sering muncul di layar orang lain? Lewat halaman rekomendasi, lewat pintar memilih kata kunci pencarian, lewat kerja sama dengan akun lain, atau lewat iklan berbayar? Pemeriksaan ini menuntut sedikit ketelitian teknis, sebab rancangan setiap platform berbeda — apa yang membuat seseorang terkenal di TikTok belum tentu bekerja di YouTube atau Instagram. Hal ketiga: cara penonton menanggapi. Bagaimana bentuk tanggapan mereka — tanda suka, komentar, pembagian ulang, lama menonton — dan sejauh mana tanggapan itu menandakan penerimaan yang sungguh-sungguh atas isinya, bukan sekadar terpikat oleh bentuk dan suasana perasaannya? Perbedaan antara keduanya sering menentukan segalanya.

Hal keempat: akibatnya yang lebih jauh. Bagaimana seringnya seseorang tampil memengaruhi pandangan orang banyak tentang kewenangan keagamaannya secara keseluruhan? Dan apakah kewenangan itu lalu bertumpang atau justru berbenturan dengan lembaga keagamaan yang sudah mapan? Keempat hal itu dirancang untuk dipakai berurutan, seperti seorang tabib yang memeriksa pasien langkah demi langkah. Mulai dengan memeriksa dasar klaim kepercayaannya. Lanjutkan dengan memeriksa jalan teknis yang membuatnya terlihat. Teruskan dengan memeriksa bagaimana orang sesungguhnya menanggapi. Dan tutup dengan menimbang akibat yang lebih luas bagi lanskap otoritas keagamaan secara keseluruhan. Alur inilah yang akan dipakai pada pembahasan di Bab 4, 5, dan 6, dan bagannya dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1. Empat hal yang perlu diperiksa untuk menilai otoritas keagamaan, sebagai alur pemeriksaan

3.4.3 Apa yang Akan Diperiksa di Bagian Berikutnya

Alat empat komponen ini akan menjadi alat utama yang dipakai secara tetap-ajeg di Bab 4 — tentang tata kelola platform dan perhatian sebagai barang dagangan — di Bab 5 — tentang ulama, ustaz seleb, dan berubahnya kepemimpinan keagamaan — serta di Bab 6, tentang terpecahnya fatwa dan pengesahan oleh mesin. Memakai satu alat yang sama di ketiga bab itu bukan kemalasan, melainkan pilihan yang disengaja. Kalau setiap bab memakai cara memeriksa yang berbeda, temuannya tidak akan bisa dibandingkan satu dengan yang lain. Dengan alat yang sama, ketiga bab berbicara dalam bahasa yang sama, sehingga temuan dari satu bab dapat disandingkan dan dirangkai dengan temuan bab lain pada bagian penutup buku, yaitu Bab 9.

Dengan demikian, Bab 3 ini sekaligus menutup Bagian I dan membuka jalan bagi pembahasan yang lebih membumi pada Bagian II. Di sanalah gagasan otoritas keagamaan algoritmik yang dirumuskan di sini akan diuji dan diperkaya melalui kasus-kasus nyata dari ruang

digital Indonesia dan dunia Muslim yang lebih luas. Pembaca yang sudah menempuh tiga bab pertama kini memegang perangkat yang lengkap. Dari Bab 1 dan 2: peta tentang siapa saja yang sudah membahas persoalan ini dan bagaimana cara berpikirnya berkembang. Dari bagian awal bab ini: bangunan otoritas lama dan bagaimana ia bergeser. Dan dari bagian yang baru saja selesai: alat yang siap dipakai. Tiga bekal itu cukup untuk memasuki pembahasan yang lebih rinci pada bagian-bagian berikutnya.



BRANDED
TECH
PUBLISHER



BRANDED
TECH
PUBLISHER

BAGIAN II

ALGORITMA, OTORITAS, DAN RUJUKAN YANG TERPECAH

Bagian kedua turun ke lapangan. Kita akan melihat bagaimana platform digital bekerja sebagai jalan raya baru bagi dakwah, bagaimana wajah kepemimpinan keagamaan berubah di Indonesia, Malaysia, dan Timur Tengah, lalu apa

akibatnya bagi ruang publik: fatwa yang berlimpah namun saling bertentangan, jumlah suka yang perlahan menggantikan kesepakatan ulama, pengerasan kelompok, dan kaburnya batas antara benar dan sekadar meyakinkan.



BRANDED
TECH
PUBLISHER

BAB 4

Algoritma sebagai Pemain, Bukan Alat

Cara Platform Bekerja dan Cara Perhatian
Diperjualbelikan

Bagian I sudah menyiapkan seluruh bekal. Bab 1 memetakan persoalan dan menempatkan buku ini di persimpangan dua kelompok pengamat, yaitu mereka yang mengkaji agama digital dari sisi media dan mereka yang mengkaji komunikasi Islam dari sisi dakwah. Bab 2 menelusuri perjalanan cara berpikir tentang agama dan media, dari zaman radio sampai zaman platform. Dan Bab 3 merumuskan gagasan otoritas keagamaan algoritmik beserta empat hal yang perlu diperiksa: dasar klaim kepercayaan, cara mesin memilih, cara penonton menanggapi, dan akibatnya yang lebih jauh. Bab ini membuka Bagian II dengan memakai alat itu pada satu hal yang sejauh ini baru disinggung sepintas: platform itu sendiri. Pokok pendiriannya begini – platform bukan jalan yang netral tempat dakwah lewat, melainkan pemain yang ikut membentuk dakwah yang lewat di atasnya. Pembahasan akan bergerak dari memahami platform sebagai jalan raya baru dakwah, ke cara kerja teknis mesinnya, lalu ke akibat ekonominya, dan ditutup dengan perbandingan tiga platform yang paling banyak dipakai berdakwah hari ini.

4.1 Platform sebagai Jalan Raya Baru Dakwah

4.1.1 Dari Ruang Netral menjadi Pemain Aktif

Seperti sudah disinggung di Bab 2, gagasan masyarakat platform yang dikembangkan José van Dijck

dan rekan-rekannya menegaskan satu hal: platform digital bukan saluran netral tempat kegiatan sosial berlangsung, melainkan bangunan yang ikut membentuk kegiatan itu — melalui rancangan teknisnya, cara ia mencari uang, dan aturan-aturan yang dibuatnya. Begitu gagasan itu kita bawa ke urusan agama, akibatnya mendasar. YouTube, TikTok, dan Instagram tidak lagi bisa diperlakukan sebagai mimbar digital yang netral, sejajar dengan mimbar kayu di masjid. Keduanya berbeda jenis. Platform adalah jalan raya baru dakwah yang ikut menentukan bentuk, jangkauan, dan pada akhirnya juga isi pesan yang lewat di atasnya.

Perlu dibedakan antara jalan raya dakwah ini dan media dakwah di zaman sebelumnya, sebab perbedaannya menentukan segalanya. Radio dan televisi dakwah di era sebelum digital masih sangat bergantung pada tangan manusia. Ada produser yang memilih, ada penyiar yang menyusun, ada orang yang memutuskan acara mana yang tayang dan mana yang tidak. Platform digital hari ini melakukan hal yang sebaliknya: sebagian besar keputusan memilih itu diserahkan kepada mesin yang bekerja pada kecepatan dan jumlah yang sama sekali tidak terjangkau manusia. Beralihnya pekerjaan memilih dari tangan manusia ke tangan mesin inilah inti seluruh argumen bab ini. Jalan raya dakwah hari ini bukan lagi saluran yang diurus manusia, melainkan sebuah sistem yang keputusan penyuntingannya sudah diserahkan kepada perhitungan.

Sebagai sebuah jalan raya, platform digital punya tiga sifat yang membedakannya dari saluran dakwah lama. Sifat pertama: ia dapat membesar tanpa biaya tambahan yang sebanding. Satu unggahan berpeluang sampai ke jutaan orang tanpa menuntut ongkos yang naik sejalan dengan jumlah itu. Bandingkan dengan percetakan, di mana mencetak sepuluh ribu buletin memang sepuluh kali

lebih mahal daripada mencetak seribu. Sifat kedua: ia melayani setiap orang dengan menu yang berbeda. Setiap pengguna menerima rekomendasi yang tidak sama, bergantung pada apa yang pernah ia tonton. Akibatnya, tidak ada lagi satu mimbar yang disaksikan bersama oleh jemaah yang sama; yang ada jutaan mimbar pribadi, masing-masing disusun berbeda oleh mesin. Sifat ketiga: segala sesuatu dihitung. Setiap gerakan pengguna – berapa lama ia menonton, apa yang ia sukai, apa yang ia komentari – dicatat, diubah menjadi angka, dan angka itu dipakai mesin untuk memutuskan apa yang akan disajikan berikutnya. Satu putaran yang tidak pernah berhenti, dan tidak ada bandingnya pada media dakwah zaman dulu.

Ketiga sifat itu menjelaskan mengapa platform digital pantas disebut jalan raya dakwah, bukan sekadar media dakwah. Dalam ilmu sosial, kata infrastruktur atau jalan raya menunjuk pada sesuatu yang sering tidak disadari keberadaannya oleh pemakainya sehari-hari, tetapi justru menentukan apa yang mungkin dan apa yang tidak mungkin dilakukan di atasnya. Perbandingannya cukup jelas. Tidak ada pengemudi yang memikirkan jalan raya sambil menyetir; ia hanya merasa sedang memilih tujuan. Padahal jalan itulah yang menentukan ke mana ia bisa dan tidak bisa melaju. Begitu pula algoritma platform: ia menentukan konten keagamaan mana yang sampai ke orang banyak dan mana yang tinggal di sudut yang hampir tak terjangkau siapa pun.

Memahami platform sebagai jalan raya dakwah membawa satu akibat penting bagi seluruh Bagian II buku ini. Cara lama menilai dakwah digital biasanya hanya memeriksa dua hal: isi pesannya dan siapa yang menyampaikannya. Mulai bab ini, pembahasan akan selalu memasukkan satu hal ketiga yang sama pentingnya, yaitu rancangan teknis platformnya. Tanpa memasukkan

hal ketiga itu, kita akan terus salah menebak sebabnya – menyalahkan pendakwah untuk sesuatu yang sebetulnya ditentukan oleh mesin, atau memuji mesin untuk sesuatu yang sebetulnya hasil kerja manusia. Pergeseran cara memeriksa inilah sumbangan utama Bagian II.

4.1.2 Tiga Pekerjaan yang Diambil Alih Platform

Sebagai jalan raya, platform digital mengambil alih setidaknya tiga pekerjaan yang dulu dipegang lembaga keagamaan atau media massa. Pekerjaan pertama: mengantarkan. Dulu kaset ceramah harus dikirim, buletin dakwah harus dibagikan dari tangan ke tangan. Sekarang semuanya berpindah seketika, menjangkau seluruh dunia tanpa peduli batas negara. Pekerjaan kedua: memilih. Dulu ada produser stasiun dakwah dan redaktur majalah keagamaan yang memutuskan apa yang layak tayang dan terbit. Sekarang keputusan itu dipegang mesin, yang menentukan konten mana yang muncul di hadapan orang mana.

Pekerjaan ketiga: membiayai. Platform menyediakan jalan untuk mendapatkan uang – bagi hasil iklan bagi kreator, konten bersponsor, dan sumbangan digital dari pengikut. Semua itu menggantikan cara lama membiayai dakwah, yang bersandar pada sumbangan jemaah, wakaf, atau bantuan lembaga keagamaan. Ketiga pekerjaan itu terjalin erat, dan jalinannya penting diperhatikan. Keputusan mesin tentang konten mana yang ditampilkan langsung memengaruhi berapa banyak uang yang masuk ke kantong seorang kreator. Artinya, dorongan ekonomi yang dirasakan para pendakwah digital pada akhirnya ikut dibentuk oleh cara kerja mesin itu – sebuah jalinan yang akan diuraikan lebih jauh pada bagian 4.3.

Perlu dicatat bahwa ketiga pekerjaan itu tidak dikerjakan dengan cara yang sama di setiap platform. YouTube, misalnya, sejak dulu lebih kuat dalam mengantarkan konten berdurasi panjang, sehingga kajian keagamaan yang mendalam masih mendapat tempat. TikTok dirancang dengan arah yang berlawanan: untuk konten yang sangat pendek, yang dengan sendirinya mendorong penyederhanaan pesan. Instagram berada di antara keduanya. Perbedaan watak inilah yang akan menjadi pokok perbandingan pada bagian 4.4, di mana akibat khas dari rancangan masing-masing platform terhadap dakwah akan diperiksa lebih dekat dan lebih konkret.

4.2 Cara Kerja Algoritma: Keterlibatan, Viral, dan Keberpihakan Format

4.2.1 Mengejar Keterlibatan sebagai Mesin Utama

Hampir semua platform media sosial hari ini bekerja untuk satu tujuan dagang yang mirip: membuat pengguna menghabiskan waktu sebanyak mungkin di dalamnya, dan membuatnya berinteraksi sesering mungkin. Interaksi itu diukur dengan angka-angka yang sudah kita kenal — lama menonton, jumlah suka, komentar, dan pembagian ulang. Cara berpikir semacam ini oleh para pengamat media disebut perhatian sebagai barang dagangan, dan akan diuraikan lebih jauh pada bagian 4.3. Yang perlu dicatat sekarang: tujuan itulah yang mendasari hampir seluruh keputusan teknis pada mesin rekomendasi platform — tanpa membedakan apa isi kontennya. Termasuk konten keagamaan.

Akibat cara berpikir itu bagi dakwah digital cukup besar, dan pada banyak kejadian sama sekali tidak

dikehendaki oleh si penyampai pesan. Mesin platform tidak dirancang untuk menimbang benar-tidaknya sebuah pandangan keagamaan, dalam-tidaknya alasannya, atau tepat-tidaknya rujukan yang dipakai. Ia dirancang untuk satu hal: menebak sekuat mungkin apakah seseorang akan terus menonton, ikut berinteraksi, dan kembali lagi besok. Akibatnya menjadi masuk akal meski pahit: konten keagamaan yang berhasil di mata mesin — yang tampil di banyak layar — belum tentu konten yang paling tepat atau paling dalam ilmunya. Yang berhasil adalah konten yang paling pandai menggerakkan perasaan atau memancing tanggapan.

Taina Bucher mengembangkan satu gagasan yang berguna di sini, yang ia sebut bayangan tentang algoritma. Maksudnya begini: para pengguna — termasuk para pembuat konten keagamaan — pelan-pelan menyusun dugaan sendiri tentang cara kerja mesin platform. Dugaan itu sering tidak tepat, dan biasanya dibangun dari coba-coba: unggah, lihat hasilnya, ubah sedikit, coba lagi. Lalu mereka menyesuaikan cara membuat konten berdasarkan dugaan itu. Gejala ini sangat terasa dalam dakwah digital. Banyak pembuat konten keagamaan, termasuk ulama digital dengan sanad keilmuan yang kuat, mulai menyesuaikan gaya penyampaian — panjang videonya, pilihan judulnya, gambar sampulnya, kalimat pembukanya yang dibuat mengejutkan — berdasarkan dugaan tentang apa yang akan disukai mesin. Seorang pengamat bernama Kelley Cotter menamai kebiasaan ini bermain-main dengan keterlihatan.

Akibat yang lebih jauh dari pengejaran keterlibatan ini adalah kecenderungan mesin memberi ganjaran pada konten yang mengguncang perasaan dengan kuat — baik perasaan yang menyenangkan seperti kagum dan haru, maupun yang tidak menyenangkan seperti marah dan

terkejut. Konten yang mengajak merenung dengan tenang justru kurang beruntung. Zeynep Tufekci mengamati bahwa sistem rekomendasi video cenderung menuntun penonton ke arah konten yang makin keras dan makin memanas-manasi, bukan ke arah yang lebih teduh. Beberapa pemeriksaan di lapangan menemukan pola serupa, meski seberapa besar pengaruhnya masih diperdebatkan — antara lain dalam penelitian yang dipimpin Manoel Ribeiro. Penelitian berskala besar juga menunjukkan bahwa konten yang menyentuh rasa benar-salah dan kabar yang tidak benar menyebar lebih cepat dan lebih luas daripada kabar yang biasa saja; temuan itu antara lain dilaporkan oleh William Brady dan rekan-rekannya serta oleh Soroush Vosoughi dan rekan-rekannya. Terapkan temuan itu pada dakwah, dan satu hal yang selama ini membingungkan langsung menjadi jelas: konten keagamaan yang memanas-manasi, menantang, atau memeras persoalan rumit menjadi jawaban hitam-putih memang akan lebih sering muncul di layar orang, dibanding konten yang menawarkan kehati-hatian dan menyebut bahwa persoalannya tidak sesederhana itu.

Perlu ditegaskan, keberpihakan mesin pada konten yang emosional dan sederhana ini bukan hasil niat jahat para perancang platform terhadap percakapan keagamaan. Mereka hampir pasti tidak pernah memikirkannya. Yang terjadi adalah akibat sampingan — tetapi akibat sampingan yang berlaku terus-menerus dan menyeluruh — dari satu keputusan tunggal: mengejar keterlibatan, dan menerapkannya secara sama pada semua jenis konten tanpa kecuali. Meski begitu, tidak adanya niat jahat sama sekali tidak mengurangi beratnya akibat. Kalau keterlibatan secara mendasar memang berpihak pada yang sederhana dan menyentuh perasaan, maka mereka yang berilmu dalam tetapi tidak cakap merangkai konten yang

disukai mesin akan terus-menerus kalah bersaing. Bukan karena ilmunya kurang, melainkan karena jalan rayanya tidak dibuat untuk mereka.

4.2.2 Viral dan Keberpihakan Platform Bukan Kebetulan

Viral — menyebarkan sebuah konten dengan sangat cepat dan sangat luas — sering disalahpahami sebagai kejadian spontan yang murni ditentukan oleh bagus atau menariknya konten itu sendiri. Pemahaman itu melewatkan hal yang paling menentukan: peran mesin dalam membuat sesuatu menjadi viral. Sebuah konten viral bukan semata karena mutunya. Ia viral karena mesin menangkap tanda keterlibatan yang kuat dari sekelompok kecil penonton pertama, lalu dengan agresif menyebarkannya ke orang jauh lebih banyak, berdasarkan tebakan bahwa pola yang sama akan terulang. Sekelompok kecil orang pertama itu, tanpa menyadarinya, menentukan nasib sebuah konten.

Cara kerja itu melahirkan apa yang dapat disebut efek bola salju. Konten yang mendapat tanggapan kuat di awal — kerap karena faktor kebetulan, karena waktu unggahnya tepat, atau karena si pengunggah memang sudah punya banyak kenalan — akan memperoleh penyebaran yang jauh lebih besar dibanding konten bermutu setara yang tidak mendapat dorongan awal serupa. Bola salju kecil di puncak bukit menjadi bongkahan besar di lerengnya, bukan karena ia bola salju yang istimewa, melainkan karena ia kebetulan mulai menggelinding. Terapkan ini pada dakwah digital, dan satu hal yang sering mengherankan orang jadi terang: seseorang bisa tiba-tiba sangat terkenal dalam waktu singkat bukan semata karena ilmunya atau pesannya yang istimewa, melainkan karena perpaduan antara kebetulan

dan dorongan awal yang memang sukar diramalkan dan sukar dikendalikan siapa pun.

Keberpihakan platform berarti kecenderungan mesin untuk secara tetap menguntungkan jenis konten, bentuk, atau orang tertentu — bukan sekadar kebetulan sekali dua kali, melainkan berulang dan berpola. Nick Seaver menawarkan cara memandang yang berguna: algoritma sebagai budaya. Maksudnya, algoritma bukan benda teknis yang berdiri sendiri, melainkan hasil keputusan merancang yang membawa serta anggapan budaya dan kepentingan dagang tertentu — termasuk anggapan yang tidak pernah dinyatakan tentang jenis konten dan gaya bicara apa yang dianggap berharga untuk ditampilkan. Dalam dakwah digital, keberpihakan semacam ini bisa muncul dalam beberapa bentuk. Pertama, lebih berpihak pada bahasa gambar daripada alasan yang diuraikan dengan kata-kata. Kedua, lebih berpihak pada pembuat konten yang rajin dan sering mengunggah daripada yang jarang mengunggah meski kontennya bermutu tinggi. Ketiga, lebih berpihak pada konten berbahasa besar seperti Inggris atau Arab daripada bahasa Indonesia, dalam hal kesempatan menembus batas negara.

Keberpihakan platform juga bisa bersifat jauh lebih terang-terangan, dan ini berkaitan dengan aturan tentang konten. Platform menandai kata-kata atau lambang tertentu secara otomatis, lalu membatasi keterlihatan konten yang memuatnya — sebagian orang menyebutnya pembungkaman tanpa pemberitahuan, karena si pengunggah tidak pernah diberi tahu dan hanya merasa kontennya tiba-tiba tidak sampai ke siapa-siapa. Masalahnya, penandaan otomatis itu bisa mengenai konten keagamaan Islam secara tidak sebanding dibanding konten agama lain, terutama karena ada istilah-istilah

keislaman yang keliru dikaitkan oleh mesin dengan paham ekstrem — padahal konten yang bersangkutan sesungguhnya bersifat teduh atau mendidik. Gejala ini akan dibahas lebih jauh dalam kaitan dengan bekerja bersama antarpihak di Bab 7 dan tata kelola mesin pintar di Bab 8. Yang penting dicatat sekarang: keberpihakan platform terhadap konten keislaman tidak selalu tersembunyi dan tidak sengaja. Pada beberapa kejadian ia akibat langsung dari aturan yang dirancang di atas anggapan yang keliru tentang apa yang berbahaya dalam percakapan keislaman.

Pengejaran keterlibatan, cara kerja viral, dan keberpihakan platform — ketiganya bersama-sama membentuk apa yang buku ini sebut lanskap keterlihatan yang timpang. Maksudnya, keadaan ketika peluang sebuah konten keagamaan untuk dilihat orang banyak tidak ditentukan oleh mutu ilmunya, melainkan oleh seberapa cocok konten itu dengan selera mesin — dan mesin itu dirancang untuk tujuan dagang platform, bukan untuk tujuan mendidik umat. Istilah ini akan dipakai beberapa kali lagi di bab-bab berikutnya, sebab ia menamai persoalan yang paling mendasar dalam seluruh pembahasan Bagian II.

4.3 Perhatian sebagai Barang Dagangan

4.3.1 Ketika Perhatian Menjadi Mata Uang Dakwah

Gagasan tentang perhatian sebagai barang dagangan dipopulerkan dalam kajian tentang industri media dan iklan digital, antara lain oleh Tim Wu. Titik tolaknya begini: di dunia yang banjir informasi, yang langka bukan lagi informasi, melainkan perhatian manusia. Dan karena langka, ia menjadi barang yang

diperebutkan. Platform media sosial dirancang justru sebagai mesin yang mengubah perhatian pengguna menjadi pendapatan iklan. Cara mencari uang inilah yang kemudian menentukan seluruh rancangan teknis dan cara kerja mesinnya, seperti sudah diuraikan pada bagian 4.2. Jadi urutannya bukan teknologi dulu lalu bisnis, melainkan bisnis dulu lalu teknologi menyesuaikan.

Begitu konten keagamaan masuk ke dalam pasar perhatian ini, ia tidak bisa lagi dipahami semata sebagai pesan dakwah yang disampaikan dengan tulus tanpa pamrih — sebagaimana gambaran dakwah lama yang bersandar pada niat ibadah dan harapan pahala. Ia berubah kedudukan menjadi satu jenis konten yang harus berebut perhatian di pasar yang sama dengan hiburan, gaya hidup, olahraga, dan barang dagangan lainnya. Perebutan itu bukan kiasan, melainkan hitungan yang sangat nyata di mata mesin. Satu satuan waktu yang dipakai seseorang menonton kajian agama adalah satuan waktu yang sama yang bisa ia pakai menonton hal lain. Keduanya saling meniadakan. Akibatnya, konten dakwah secara mendasar dipaksa bersaing dalam hal daya tarik bentuk dengan konten yang memang dirancang khusus oleh orang-orang profesional untuk membuat orang tidak bisa berhenti menonton.

Persaingan semacam itu melahirkan gejala yang oleh sejumlah pengamat disebut *dakwahtainment* — perpaduan antara dakwah dan hiburan. Inaya Rakhmani sudah mencatat gejala serupa pada dakwah di industri televisi Indonesia. Yang dimaksud adalah masuknya unsur-unsur produksi hiburan ke dalam penyampaian pesan agama: musik latar, efek gambar, selipan humor, dan cerita pribadi yang dibuat mengharukan. Semua itu dipakai sebagai cara agar bisa bersaing di pasar perhatian. Perlu ditegaskan, *dakwahtainment* bukan semata pilihan

selera para pembuat konten. Ia jawaban atas tekanan yang nyata dan berlaku untuk semua. Hanya saja, seperti sudah dicatat pada bagian 4.2, jawaban itu membawa risikonya sendiri: persoalan keagamaan yang rumit disederhanakan berlebihan demi tetap bisa bertahan di hadapan mesin.

4.3.2 Dapur Penghasilan Kreator dan Simbol Agama yang Dijual

Di atas dakwahtainment sebagai penyesuaian bentuk, pasar perhatian juga melahirkan cara mencari penghasilan dari konten keagamaan secara langsung. Jalannya bermacam-macam: bagi hasil iklan dari platform, konten bersponsor dari merek produk halal atau gaya hidup Muslim, penjualan barang digital seperti kelas daring dan buku elektronik, serta sumbangan langsung dari pengikut melalui fitur pemberian hadiah. Crystal Abidin, dalam kajiannya tentang selebritas internet dan budaya pemengaruh, menunjukkan bahwa cara mencari penghasilan semacam ini menciptakan dorongan yang tidak bisa diabaikan: si kreator harus terus menjaga dan memperbesar jumlah pengikutnya agar penghasilannya tidak susut. Begitu dorongan itu masuk ke urusan dakwah, lahirlah ketegangan yang tidak mudah: di satu sisi niat berdakwah yang idealnya tidak meminta imbalan, di sisi lain kebutuhan hidup yang nyata dan bergantung pada angka keterlibatan pengikut.

Ketegangan itu melahirkan gejala yang dapat disebut penjualan simbol keagamaan – keadaan ketika lambang, amalan, dan bahasa keislaman yang secara tradisional dipahami sebagai bagian dari ibadah tanpa pamrih mulai dikemas dan dipasarkan sebagai barang dagangan di pasar konten digital. Contohnya tidak sulit ditemukan. Penjualan barang bertema Islami yang menunggangi kepopuleran seorang kreator konten religi.

Pemakaian ayat atau hadis sebagai kalimat pembuka yang sengaja dipilih supaya penonton tidak beralih. Atau kerja sama berbayar antara kreator konten religi dan sebuah merek, yang pada dasarnya memanfaatkan kepercayaan pengikut terhadap kewibawaan keagamaan si kreator untuk menjual barang.

Martin Slama mencatat bahwa jual-beli konten keislaman di ruang digital Indonesia sudah tumbuh menjadi kegiatan ekonomi yang cukup besar. Di dalamnya, kesalehan dan kepopuleran menjadi dua hal yang terjalin erat – bukan lagi dua ranah yang terpisah seperti dalam gambaran dakwah yang kita warisi. Keadaan ini memunculkan dua pertanyaan yang tidak nyaman tetapi harus diajukan. Pertama, sejauh mana dorongan mencari penghasilan yang melekat pada cara kerja ini memengaruhi isi dan kejujuran pesan keagamaan yang disampaikan? Kedua, sejauh mana para penonton sanggup membedakan antara dakwah yang tulus dan strategi berjualan yang dibungkus bahasa agama? Kedua pertanyaan itu akan dibahas lebih jauh di Bab 5, dari sisi cara pendakwah membangun merek dirinya, dan di Bab 7, dari sisi kepatutan dalam membuat konten keagamaan.

Satu hal perlu diletakkan pada tempatnya agar kita tidak berlebihan. Penjualan konten keagamaan bukan hal yang sama sekali baru atau khas zaman digital. Penjualan kaset ceramah, buku dakwah, dan barang-barang bertema Islami sudah lama menjadi bagian dari kehidupan ekonomi umat, jauh sebelum internet ada. Yang berbeda hari ini adalah tiga hal: besarannya, kecepatannya, dan seberapa rapat konten dakwah menyatu dengan mesin penghasil uang platform. Ketiganya jauh melampaui pola lama, dan karena itulah diperlukan cara menilai yang lebih khusus – cara menilai bagaimana pasar perhatian secara

mendasar membentuk, dan pada beberapa kejadian memelintir, isi pesan agama yang lewat di atasnya.

4.4 Menengok Lebih Dekat: YouTube, TikTok, dan Instagram

4.4.1 YouTube: Mengejar Durasi Tonton dan Ruang bagi Kajian Panjang

YouTube termasuk platform video yang paling tua dan paling mapan. Sejak dulu mesin rekomendasinya disetel berdasarkan dua ukuran: berapa lama orang menonton secara keseluruhan, dan seberapa banyak penonton bertahan sampai akhir. Setelan semacam ini dengan sendirinya menguntungkan konten panjang yang sanggup menahan perhatian dari awal sampai selesai. Terapkan pada dakwah digital, dan hasilnya cukup melegakan: kajian keagamaan yang berlangsung tiga puluh menit sampai beberapa jam masih mendapat tempat. Para ulama digital dan lembaga kajian keislaman dapat mempertahankan bentuk ceramah yang lengkap dan menyeluruh, tanpa harus memeras alasannya habis-habisan.

Namun keuntungan itu tidak berarti YouTube bebas dari tekanan pasar perhatian yang sudah diuraikan sebelumnya. Mari kita periksa dengan alat empat komponen dari Bab 3. Dasar klaim kepercayaan: para pembuat kajian keagamaan di YouTube umumnya masih bersandar pada bekal keilmuan yang sesungguhnya — gelar pendidikan, nama pesantren atau lembaga tempat ia bernaung — dan menampilkannya terang-terangan di keterangan kanalnya. Cara mesin memilih: bekerja melalui tiga jalan sekaligus, yaitu rekomendasi di halaman muka, hasil pencarian kata kunci, dan daftar video terkait yang

menuntun penonton berpindah dari satu kajian ke kajian lain dari pembuat yang serupa. Cara penonton mengesahkan: lewat jumlah tayangan, jumlah tanda suka – sejak 2021 YouTube tidak lagi menampilkan jumlah tanda tidak suka kepada umum – dan komentar yang tidak jarang berisi diskusi yang sungguh-sungguh tentang isi kajiannya. Akibatnya yang lebih jauh: ada kanal-kanal kajian keislaman tertentu, baik yang bernaung di lembaga pendidikan mapan maupun yang berdiri sendiri, yang kini memiliki pengikut setia yang menjadikannya rujukan keagamaan utama – menggantikan sebagian peran majelis taklim yang dulu mereka hadiri dengan badan.

Meski begitu, YouTube punya keberpihakannya sendiri, dan letaknya pada fitur video berikutnya yang berjalan otomatis. Fitur itu cenderung menuntun penonton ke konten yang dianggap mesin serupa dengan kebiasaan menontonnya. Akibatnya, seperti sudah disinggung sebelumnya, bisa terbentuk gelembung penyaringan dalam urusan agama. Seseorang yang mulai menonton konten dari satu kecenderungan pemikiran keislaman akan terus diarahkan ke konten sejenis. Keterikatannya pada satu sudut pandang makin dalam, sementara perjumpaannya dengan sudut pandang lain makin jarang – dan ini terjadi tanpa ia pernah memutuskan untuk menutup diri. Mesin yang memutuskan untuknya.

4.4.2 TikTok: Perhatian yang Dipadatkan dan Potongan yang Terlepas

TikTok bekerja dengan rancangan yang mendasar bedanya dari YouTube. Ia tidak bersandar pada kanal yang Anda langgani atau pada kata yang Anda cari. Mesin Halaman Untuk Anda merekomendasikan konten berdasarkan tebakan tentang keterlibatan Anda dalam beberapa detik pertama video – tak peduli apakah Anda

mengikuti pembuatnya atau pernah menonton konten serupa sebelumnya. Rancangan ini membuka peluang viral yang jauh lebih cepat dan jauh lebih sukar diramalkan dibanding YouTube. Tetapi ia juga memberi tekanan bentuk yang jauh lebih keras terhadap panjang dan kerumitan sebuah pesan. Yang untung dan yang rugi berasal dari sumber yang sama.

Bagi dakwah digital, rancangan TikTok menciptakan keadaan yang paling berat untuk menyampaikan alasan keagamaan yang berlapis. Durasi videonya sangat pendek – batas waktunya kini sudah diperpanjang, tetapi yang paling disukai mesin umumnya tetap yang singkat – sehingga si pembuat konten terpaksa memeras satu butir paling menarik dari sebuah persoalan yang sesungguhnya menuntut penjelasan panjang dan bertahap. Mari kita periksa dengan alat empat komponen. Dasar klaim kepercayaan: di TikTok lebih bersandar pada daya tarik pribadi dan gaya bicara, sebab bekal keilmuan memang sukar ditampilkan dalam waktu sesingkat itu. Cara mesin memilih: murni berdasarkan tanda keterlibatan seketika, tanpa menimbang sedikit pun riwayat kelayakan si pembuat. Cara penonton mengesahkan: terutama lewat tanda suka dan lewat fitur duet serta sambungan video, yang memungkinkan orang lain menanggapi atau membantah sebuah konten langsung dalam bentuk video baru. Akibatnya yang lebih jauh: munculnya tokoh-tokoh dakwah yang memperoleh kepopuleran sangat besar dalam waktu sangat singkat, dengan bekal keilmuan yang sering jauh tidak sebanding dengan besarnya pengaruh yang kini mereka pegang. Keempat pemeriksaan itu menunjuk ke arah yang sama: di platform ini, yang menentukan bukan kedalaman, melainkan kesanggupan merebut tiga detik pertama.

Fitur duet dan sambungan video di TikTok melahirkan satu bentuk perdebatan keagamaan yang khas. Sebuah pernyataan dapat dengan cepat ditanggapi, dibantah, atau didukung oleh orang lain dalam bentuk video terpisah. Video tanggapan itu lalu beredar sendiri, terlepas dari video aslinya. Terbentuklah rantai perdebatan yang panjang tetapi terpotong-potong, dan di sinilah masalahnya: seorang penonton yang kebetulan hanya menyaksikan satu mata rantai tidak punya cara untuk melacak keseluruhan alasannya. Ia menerima potongan dan merasa sudah mendengar perkaranya. Watak inilah yang membuat TikTok paling pantas dikaji lebih jauh dalam kaitan dengan terpecahnya fatwa dan pengesahan oleh mesin pada Bab 6.

4.4.3 Instagram: Estetika Visual dan Format Campuran

Instagram berada di tengah antara YouTube dan TikTok. Ia menggabungkan beberapa bentuk sekaligus: foto yang diam, video pendek Reels yang meniru rancangan TikTok, video yang lebih panjang, dan siaran langsung. Keragaman itu membuka peluang bagi pembuat konten keislaman untuk menempuh cara campuran – menyampaikan potongan pesan singkat lewat Reels, lalu mengarahkan pengikut yang tertarik ke konten yang lebih dalam melalui tautan di keterangan profil atau lewat siaran langsung. Ada satu hal lagi yang sangat ditekankan platform ini, yaitu keindahan tampilan. Itu sejalan dengan riwayatnya sebagai tempat berbagi foto, yang sejak awal mengutamakan mutu gambar dan tampilan diri yang tertata.

Bagi dakwah digital, tekanan keindahan tampilan itu punya akibatnya sendiri. Konten keagamaan yang berhasil di Instagram umumnya memadukan pesan keislaman dengan tampilan yang memikat mata: huruf

yang indah untuk kutipan ayat atau hadis, pilihan warna yang serasi dan selalu sama sehingga mudah dikenali, atau video dengan mutu gambar seperti film. Gejala ini melahirkan apa yang dapat disebut pengindahan dakwah — keadaan ketika bagus-tidaknya tampilan sebuah konten keagamaan menjadi penentu keterlihatan yang setara dengan, atau bahkan lebih menentukan daripada, dalam-tidaknya isi yang disampaikan. Sebuah pesan yang benar tetapi disajikan dengan huruf dan warna yang tidak rapi akan kalah oleh pesan yang biasa saja tetapi indah dilihat.

Mari kita periksa Instagram dengan alat empat komponen. Dasar klaim kepercayaan: kerap dibangun dari gabungan bekal keilmuan dan tampilan diri yang dijaga tetap sama — misalnya seorang ustaz muda yang dikenal rapi dan bergaya, atau seorang ustazah dengan tampilan yang bersih dan sederhana. Cara mesin memilih: lewat mesin Reels yang mirip TikTok, tetapi masih mempertahankan unsur jejaring pertemanan dari akun-akun yang diikuti pengguna. Cara penonton mengesahkan: lewat gabungan tanda suka, tombol simpan — dan tombol simpan ini pertanda yang sangat kuat bagi mesin Instagram bahwa sebuah konten dianggap layak disimpan untuk dibaca lagi suatu hari — serta pembagian ke status pribadi. Akibatnya yang lebih jauh: lahirnya kelompok pembuat konten keislaman yang dengan sengaja menempatkan diri dalam ranah gaya hidup Muslim kota, menjembatani percakapan keagamaan dengan selera belanja kelas menengah yang tumbuh bersama layar.

4.4.4 Membandingkan Ketiganya dan Akibatnya bagi Otoritas

Perbandingan ketiga platform ini menunjukkan satu hal yang penting: rancangan teknis yang berbeda

melahirkan pola otoritas keagamaan algoritmik yang juga berbeda. YouTube relatif lebih memberi tempat bagi kewibawaan yang bersandar pada bekal keilmuan, asalkan disertai penyesuaian bentuk. TikTok paling berat bagi kewibawaan semacam itu, dan paling menguntungkan kewibawaan yang bersandar pada daya tarik pribadi yang seketika. Instagram berada di tengah, memadukan bekal keilmuan dengan tampilan diri yang kuat. Tabel 4.1 merangkum perbandingan itu menurut keempat hal yang kita periksa.

Tabel 4.1. Perbandingan pola otoritas keagamaan algoritmik pada tiga platform

Yang Dilihat	YouTube	TikTok	Instagram
Dasar klaim kepercayaan	Ijazah dan nama lembaga ditampilkan terang-terangan	Daya tarik pribadi dan gaya bicara	Campuran – ijazah sekaligus penampilan visual yang tertata
Cara mesin memilih	Lama ditonton, hasil pencarian, video terkait, putar otomatis	Ramalan seketika tentang apa yang akan Anda tonton sampai habis	Mesin Reels ditambah jejaring akun yang Anda ikuti
Cara penonton mengesahkan	Jumlah tayangan, tanda suka, dan komentar yang berisi diskusi	Tanda suka, duet, dan sambungan video	Tanda suka, simpanan, dan bagikan ke status
Akibat lanjutannya	Kanal kajian menggantikan majelis taklim; muncul risiko terkurung dalam satu jenis rujukan saja	Terkenal dalam semalam tanpa diimbangi kedalaman ilmu	Dakwah menjadi indah dilihat dan menyatu dengan gaya hidup Muslim kota

Perbedaan ini menegaskan pokok argumen bab ini: otoritas keagamaan algoritmik bukan satu gejala tunggal

yang seragam di semua platform, melainkan gejala yang bentuknya sangat ditentukan oleh rancangan teknis masing-masing platform. Memahami ini mencegah kita membuat kesimpulan yang terlalu luas dari satu platform saja.

Ada satu akibat yang paling penting dari perbandingan ini bagi seluruh argumen buku. Kalau rancangan tiap platform berbeda, maka cara seorang ulama atau sebuah lembaga keagamaan menyesuaikan diri tidak boleh seragam. Apa yang berhasil di YouTube akan gagal di TikTok. Kebutuhan ini pada gilirannya mendorong lahirnya pembagian kerja, bahkan munculnya tenaga-tenaga khusus dalam pembuatan konten dakwah – ada yang menulis naskah, ada yang mengambil gambar, ada yang mengurus unggahan. Hal itu akan diuraikan lebih jauh di Bab 5 tentang berubahnya kepemimpinan keagamaan. Dengan demikian, perbandingan pada bagian ini sekaligus menutup Bab 4 dan membuka jalan bagi Bab 5, yang akan memeriksa lebih dalam bagaimana para pelaku – ulama digital, ustaz seleb, dan kreator konten religi yang sudah kita kenali di Bab 3 – menyesuaikan diri dengan lanskap yang baru saja dipetakan.

BAB 5

Ulama, Pendakwah Mikro, dan Otoritas Baru

Berubahnya Wajah Kepemimpinan Keagamaan

Dunia digital telah mengubah secara mendasar cara kewibawaan keagamaan dibangun, dijaga, dan diperebutkan di kalangan Muslim hari ini. Dulu, sebelum ada internet, kepercayaan kepada seorang ulama ditentukan oleh tiga hal: rantai keilmuannya atau sanad, seberapa dalam ia menguasai kitab-kitab warisan, dan pengakuan dari lembaga serta masyarakat sekitarnya. Sekarang ada mekanisme baru yang jauh lebih berbelit. Kewibawaan keagamaan bukan lagi semata hasil dari perjalanan panjang menuntut ilmu; ia juga dipengaruhi oleh cara kerja algoritma, oleh angka-angka kepopuleran, dan oleh perebutan perhatian yang tidak pernah berhenti. Akibatnya, ruang digital bukan hanya tempat menyebarkan dakwah. Ia telah menjadi arena tempat kewibawaan keagamaan itu sendiri diproduksi, dibagikan, dan ditawarkan-menawar.

Gejala ini keliru bila dipahami hanya sebagai dakwah yang berpindah ke internet. Yang sesungguhnya terjadi adalah perubahan pada susunannya. Seperti sudah dibahas di Bab 4, platform digital bekerja dengan logika yang mengutamakan empat hal: seberapa banyak orang berinteraksi, seberapa lama mereka menonton, seberapa sering mereka kembali, dan seberapa besar peluang sebuah konten menjadi viral. Akibatnya bisa diduga. Pendakwah yang sanggup menyesuaikan gaya bicaranya dengan watak platform memperoleh peluang jauh lebih besar untuk didengar banyak orang dibanding mereka yang hanya mengandalkan kewibawaan lama. Dalam keadaan

seperti ini, algoritma bukan lagi sekadar saluran. Ia telah menjadi alat penyaring sosial yang ikut memutuskan siapa yang berpeluang terlihat dan berpengaruh di ruang publik.

Perubahan itu melahirkan susunan kepemimpinan keagamaan yang semakin beragam. Di satu sisi, para ulama yang berangkat dari tradisi mulai menyusun cara bertahan di ruang digital — membuka kanal YouTube, merekam siniar, mengisi media sosial, membuka kelas daring. Di sisi lain, muncul kelompok yang sama sekali baru: para pemengaruh keagamaan, pendakwah mikro, dan kreator konten Islami yang kepercayaan publiknya dibangun terutama lewat kedekatan sehari-hari dengan pengikutnya di layar. Kehadiran kelompok terakhir menunjukkan satu hal yang tidak bisa diputar balik: kewibawaan keagamaan tidak lagi dipegang sendiri oleh lembaga resmi. Ia terbuka bagi siapa pun yang cakap berkomunikasi, pandai membangun citra diri, dan mengerti selera algoritma.

Tulisan-tulisan terbaru tentang agama digital menunjukkan bahwa perubahan ini berlangsung di hampir seluruh dunia Muslim, meski dengan wajah yang berbeda-beda. Di Indonesia, media sosial melahirkan tokoh-tokoh dakwah yang mengumpulkan jutaan pengikut dalam waktu yang sangat singkat. Di Malaysia, otoritas agama yang dipegang negara masih sangat kuat, tetapi media sosial membuka celah baru bagi pendakwah mandiri untuk membangun jemaahnya sendiri. Sementara di kawasan Timur Tengah, terutama Arab Saudi, Mesir, dan Uni Emirat Arab, hubungan antara negara, lembaga keagamaan, dan platform digital melahirkan susunan yang lebih berbelit — sebab di sana ada aturan politik, ada penyensoran, dan ada strategi komunikasi pemerintah yang ikut bermain. Perbedaan itu mengajarkan satu hal penting: berubahnya otoritas di ruang digital tidak berjalan

seragam. Ia dibentuk oleh keadaan sosial, politik, budaya, dan kelembagaan masing-masing negeri.

Bab ini berangkat dari satu pendirian. Perubahan kepemimpinan keagamaan di era algoritma tidak boleh disederhanakan menjadi cerita yang mudah dicerna — bahwa ulama tradisional sedang melemah, atau bahwa selebritas digital sedang berkuasa. Kedua cerita itu terlalu rapi untuk benar. Yang sesungguhnya terjadi adalah tersusunnya kembali otoritas, yakni terbentuknya hubungan baru antara empat hal: kewibawaan keilmuan, seringnya tampil di layar, kepercayaan masyarakat, dan cara kerja platform. Dari penyusunan ulang itu lahir bermacam-macam bentuk kewibawaan yang saling bersaing, kadang bekerja sama, bahkan saling mengoreksi di ruang publik. Karena itu bab ini tidak berhenti pada mengenali siapa saja pemain barunya. Ia juga menerangkan mesin sosial dan teknologi yang memungkinkan kewibawaan baru itu terbentuk, serta apa artinya bagi masa depan kepemimpinan Islam.

5.1 Dari Rantai Keilmuan ke Jumlah Pengikut

Selama lebih dari seribu tahun, kewibawaan keagamaan dalam Islam dibangun dengan cara yang hampir tidak berubah. Seorang ulama memperoleh kepercayaan melalui pendidikan yang panjang, penguasaan atas berbagai cabang ilmu keislaman, hubungan guru dan murid yang tidak terputus, serta keberadaan rantai keilmuan atau sanad yang dapat ditelusuri ke belakang sampai ke generasi sebelumnya. Dalam tradisi Sunni, sanad bukan sekadar daftar nama. Ia lambang bahwa ilmu itu bersambung dan tidak putus di tengah jalan — jaminan bahwa yang diajarkan hari ini masih sama dengan yang diterima dari awal. Kepercayaan

masyarakat kepada seorang ulama lahir dari keyakinan bahwa ilmunya sudah melewati jalan yang diperiksa: dipelajari bertahun-tahun, diuji, lalu diakui oleh kalangan berilmu. Jadi secara sejarah, kewibawaan keagamaan berakar pada tiga hal: kejujuran berpikir, kedalaman ilmu, dan pengakuan masyarakat yang dibangun pelan-pelan dalam waktu yang sangat lama.

Teknologi digital mengubah semua itu dari dasarnya. Platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, dan X yang sebelumnya bernama Twitter memungkinkan siapa pun membuat dan menyebarkan konten keagamaan tanpa melewati penyaringan lembaga mana pun. Bangunan yang dulunya bertingkat – ada atas, ada bawah – berubah menjadi jaringan yang datar dan terbuka. Dalam keadaan begitu, seringkali seseorang tampil di layar menjadi sangat menentukan. Jumlah pengikut, tingkat keterlibatan, kerajinan mengunggah, serta kesanggupan membuat konten yang disukai mesin mulai berfungsi sebagai petunjuk baru yang memengaruhi pandangan orang tentang layak-tidaknya seorang pendakwah dipercaya. Kewibawaan keagamaan tidak lagi semata ditentukan oleh siapa yang paling paham kitab, tetapi juga oleh siapa yang paling pandai memanfaatkan cara kerja penyebaran informasi di platform. Dua kecakapan yang dahulu tidak pernah ada kaitannya kini berdiri bersebelahan.

Gejala ini dalam kajian komunikasi digital disebut platformisasi otoritas, yakni merembesnya cara berpikir platform ke dalam proses terbentuknya kewibawaan – istilah yang antara lain dipakai Thomas Poell dan rekan-rekannya. Dalam cara pandang itu, algoritma berperan sebagai pemain bukan-manusia yang menjadi perantara antara pembuat informasi dan penontonnya. Bedanya dengan lembaga pendidikan Islam sangat tajam. Lembaga

pendidikan menilai mutu berdasarkan kemampuan keilmuan; algoritma platform bekerja dengan ukuran hitungan – kemungkinan sebuah tautan diklik, lama ditonton, ramainya komentar, seberapa banyak penonton bertahan, dan peluang sebuah konten dibagikan ulang. Akibatnya, pesan keagamaan yang disampaikan singkat, menyentuh perasaan, memancing perdebatan, atau menghibur sering memperoleh penyebaran jauh lebih luas daripada penjelasan ilmiah yang panjang dan berlapis. Pergeseran ini menunjukkan satu hal: di era algoritma, kewibawaan semakin dibentuk oleh cara berpikir teknologi, bukan semata oleh cara berpikir keilmuan.

Meski begitu, bergesernya kepercayaan ke arah jumlah pengikut tidak berarti sanad kehilangan seluruh artinya. Yang terjadi di lapangan justru percampuran antara kewibawaan lama dan kewibawaan digital. Banyak ulama pesantren dan akademisi Islam mulai memanfaatkan media sosial untuk memperluas jangkauan dakwahnya, tanpa meninggalkan dasar keilmuan yang mereka miliki. Sebaliknya, sejumlah pemengaruh keagamaan yang terkenal lebih dulu lewat media sosial berusaha memperkuat kedudukannya dengan cara menyebut guru tempat ia berafiliasi, menempuh pendidikan Islam yang resmi, atau mencari pengakuan dari lembaga keagamaan yang sudah mapan. Dua arah yang berlawanan, menuju titik temu yang sama. Gejala ini menunjukkan bahwa sanad dan jumlah pengikut tidak selalu saling meniadakan. Keduanya semakin sering bertemu sebagai dua sumber kepercayaan yang berbeda watak tetapi saling melengkapi.

Walau demikian, berkuasanya angka-angka digital tetap menghadirkan ancaman serius bagi masa depan kepemimpinan keagamaan Islam. Ketika kepopuleran jauh lebih mudah diukur daripada kedalaman ilmu,

masyarakat berpeluang kebingungan membedakan antara orang yang benar-benar berilmu dan orang yang hanya sering tampil. Ancaman itu makin besar di tengah budaya media sosial yang mengutamakan kecepatan, menyukai yang pendek-pendek, dan digerakkan mesin yang memperkuat apa pun yang menggugah perasaan. Karena itu, perubahan dari kewibawaan berdasarkan sanad ke kewibawaan berdasarkan jumlah pengikut tidak boleh dibaca sebagai pergantian sederhana dari yang lama ke yang baru. Ia bagian dari penyusunan ulang yang jauh lebih luas, di mana kepercayaan keagamaan hari ini dibentuk oleh pertemuan empat kekuatan: tradisi keilmuan Islam, teknologi algoritma, perebutan perhatian, dan kebiasaan berkomunikasi di ruang digital. Dari pertemuan itulah lahir pemain-pemain baru yang akan dibahas pada bagian berikutnya — para pendakwah mikro dan pendakwah digital yang membangun kewibawaannya melalui merek diri dan kedekatan dengan jemaah daringnya.

5.2 Ustaz Seleb dan Merek Diri Keagamaan

Media sosial telah melahirkan susunan baru dalam dunia dakwah, yang ditandai munculnya ustaz seleb dan pendakwah mikro keagamaan. Berbeda dari ulama tradisional yang kepercayaannya datang dari lembaga pendidikan Islam, dari jaringan sanad, atau dari pengakuan organisasi keagamaan, kelompok ini membangun pengaruhnya dengan cara lain: mengelola tampilan diri di dunia digital, menumbuhkan kedekatan perasaan dengan penontonnya, dan memanfaatkan jalan-jalan penyebaran yang disediakan platform. Dalam keadaan ini, dakwah tidak lagi hanya berarti menyampaikan ajaran. Ia juga menjadi pekerjaan

berkomunikasi yang direncanakan – melibatkan pengelolaan citra, pemilihan cerita pribadi yang dibagikan, kerapian tampilan, dan percakapan yang dijaga terus-menerus dengan para pengikut. Gejala ini menunjukkan bahwa kepemimpinan keagamaan di era algoritma semakin dipengaruhi oleh cara kerja komunikasi digital, yang menempatkan pribadi seseorang di pusat perhatian orang banyak.

Tulisan-tulisan tentang budaya selebritas, merek diri, dan agama digital menerangkan bahwa media sosial telah memindahkan pusat kepercayaan dari lembaga ke orang per orang. Alice Marwick menunjukkan bahwa berhasil-tidaknya seorang tokoh digital sangat ditentukan oleh kesanggupannya membangun hubungan yang terasa pribadi dengan penontonnya – meski hubungan itu sebetulnya hanya berjalan sepihak, atau dalam istilahnya, parasosial. Dalam dakwah Islam, hubungan sepihak itu terlihat jelas ketika seorang pengikut merasa benar-benar mengenal seorang ustaz melalui unggahan kesehariannya: kegiatan bersama keluarganya, perjalanan dakwahnya, renungan tentang hidupnya yang dibagikan hampir setiap hari. Kedekatan perasaan semacam itu melahirkan kepercayaan yang sangat tinggi – pada banyak kejadian bahkan lebih tinggi daripada kepercayaan kepada ulama di kampungnya sendiri, yang justru mengenalnya secara langsung. Dengan begitu, merek diri bukan sekadar cara berjualan. Ia menjadi mesin pembentuk kewibawaan yang bekerja melalui perasaan, kedekatan, dan kesan bahwa orang ini tampak apa adanya.

Gejala ustaz seleb di Indonesia memperlihatkan bagaimana jati diri keagamaan dibangun dari gabungan tiga hal: kecakapan berkomunikasi, kerapian tampilan digital, dan cerita pribadi yang dijaga tetap sama dari waktu ke waktu. Konten dakwahnya tidak lagi sebatas

ceramah yang resmi, melainkan dikemas dalam berbagai bentuk yang cocok dengan watak tiap platform – video pendek, siniar, siaran langsung, bagan bergambar, cerita sehari, bahkan konten gaya hidup Islami. Pilihan kata yang mudah dicerna, selipan humor, gambar yang menarik, musik latar, dan cara menyunting video menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari cara menyampaikan pesan. Dilihat dengan gagasan pengaruh media atas agama, perubahan itu menunjukkan satu hal: pesan agama sedang menyesuaikan diri dengan aturan main media, di mana berhasil-tidaknya sebuah pesan makin ditentukan oleh cara menyajikannya, bukan hanya oleh isinya. Akibatnya, dakwah digital sering berhasil justru karena si penyampainya pandai menggabungkan dua peran sekaligus: pendakwah dan pembuat konten.

Di sisi lain, tumbuhnya budaya merek diri membawa akibat pada cara masyarakat menilai layak-tidaknya seorang pendakwah dipercaya. Dahulu ukurannya cukup jelas: riwayat pendidikannya, seberapa dalam ia menguasai kitab, dan pengakuan dari kalangan ulama. Sekarang ukuran-ukuran itu berdiri berdampingan dengan ukuran digital – jumlah pengikut, tingkat keterlibatan, seberapa sering ia muncul di berbagai platform, dan seberapa lama ia sanggup bertahan di perhatian publik. Dari situ lahirlah apa yang dapat disebut kekayaan simbolik digital, yakni bentuk kekayaan sosial yang diperoleh dengan cara menumpuk keterlihatan di ruang digital. Semakin sering seorang ustaz tampil, semakin besar peluangnya dianggap orang sebagai figur yang berwenang – meski bekal ilmunya belum tentu sebanding dengan kepopuleran yang ia pegang. Dalam bahasa Pierre Bourdieu, yang terjadi adalah penukaran bentuk kekayaan: dari kekayaan yang berupa ilmu

menjadi kekayaan yang berupa nama, dan penukaran itu diperantarai oleh platform.

Perubahan itu juga memengaruhi hubungan antara dakwah dan uang. Kepopuleran di media sosial membuka banyak jalan penghasilan: bagi hasil iklan platform, kerja sama dagang, mempromosikan produk halal, menerbitkan buku, mengisi seminar berbayar, sampai membangun usaha yang bersandar pada komunitas pengikut. Dengan begitu, jati diri keagamaan bukan hanya sumber kewibawaan, tetapi juga harta yang bernilai tinggi di pasar. Ada dua sisi yang perlu ditimbang jujur. Sisi pertama: keadaan ini memungkinkan para pendakwah memperluas jangkauannya karena punya biaya yang lebih cukup – dan itu bukan hal buruk. Sisi kedua: muncul kekhawatiran bahwa agama diperdagangkan, ketika cara berpikir pasar mulai ikut menentukan tema apa yang diangkat, bagaimana nada bicaranya, bahkan ke arah mana sebuah konten dibuat. Dalam keadaan begitu, batas antara dakwah sebagai tugas keagamaan dan dakwah sebagai industri menjadi semakin sulit dilihat.

Perlu dinyatakan dengan adil bahwa merek diri tidak selalu berarti memperdagangkan agama. Seorang pendakwah bisa memakai cara berkomunikasi yang modern tanpa mengorbankan kejujuran ilmu maupun nilai-nilai akhlak Islam. Bahkan di tengah masyarakat yang banjir informasi, kesanggupan mengemas pesan dengan menarik menjadi syarat yang tidak bisa diabaikan – tanpa itu, nilai-nilai keislaman sama sekali tidak akan sampai ke anak-anak muda yang tumbuh bersama layar. Jadi persoalannya tidak terletak pada dipakainya teknologi, melainkan pada kesanggupan menjaga timbangan antara menarik dan bermutu. Dengan kata lain, merek diri sebaiknya berfungsi sebagai jalan untuk memperluas akses pada ilmu Islam, bukan sebagai

pengganti dasar keilmuan yang menjadi sumber kewibawaan itu sendiri. Alat bantu tidak boleh naik menjadi tuan rumah.

Selain tokoh-tokoh dengan jutaan pengikut, media sosial juga melahirkan pendakwah mikro keagamaan — para pembuat konten dengan pengikut yang jauh lebih sedikit tetapi dengan kedekatan yang jauh lebih hangat. Beberapa kajian tentang pemasaran digital, antara lain oleh Colin Campbell dan Justine Farrell, menunjukkan bahwa pendakwah mikro justru sering memperoleh tingkat keterlibatan yang lebih baik daripada selebritas digital. Alasannya masuk akal: hubungan mereka dengan penonton terasa lebih dekat, lebih apa adanya, dan lebih saling menanggapi. Dalam dakwah Islam, kelompok ini memegang peran yang tidak kecil dalam menyebarkan ilmu agama ke kalangan yang sangat khusus — mahasiswa, ibu-ibu muda, pekerja kantoran Muslim, santri, komunitas hijrah, sampai pelaku usaha halal. Masing-masing dengan bahasa dan kebutuhan yang berbeda. Keberadaan mereka menunjukkan bahwa kewibawaan keagamaan digital tidak lagi tunggal dan tidak lagi terpusat. Ia tersebar di banyak jaringan komunitas, dan tiap komunitas punya wataknya sendiri.

Gejala pendakwah mikro juga memperlihatkan terbukanya pintu bagi siapa saja. Dahulu, untuk bisa berbicara di ruang publik keagamaan, seseorang harus melewati mimbar masjid, lembaga pendidikan, atau stasiun siaran. Sekarang orang dengan bekal yang sangat terbatas dapat membangun pengaruh hanya dengan rajin membuat konten. Terbukanya pintu ini melahirkan cara-cara berdakwah yang lebih merangkul, lebih kreatif, dan lebih peka pada persoalan nyata masyarakat. Namun pada waktu yang sama, pintu yang terbuka itu juga memperbesar risiko menyebarnya tafsiran keagamaan

yang tidak punya dasar yang memadai. Dan di sinilah pelajaran yang perlu dicatat: terbukanya akses tidak selalu diikuti membaiknya mutu.

Dalam gagasan tentang otoritas berjejaring yang berkembang dalam kajian agama digital — antara lain melalui Heidi Campbell dan Pauline Cheong — kewibawaan para ustaz seleb dan pendakwah mikro tidak dibangun dengan klaim sepihak. Ia tumbuh dari percakapan yang berjalan terus-menerus antara empat pihak: si pembuat konten, penontonnya, mesin platform, dan jaringan digital yang lebih luas. Kepercayaan kepada mereka diproduksi melalui tumpukan komentar pujian, rekomendasi mesin, kerja sama dengan tokoh lain, pengakuan komunitas, dan penyebaran ulang oleh para pengikut. Jadi kewibawaan keagamaan digital adalah hasil kerja jaringan, bukan sifat yang menempel pada satu orang. Cara pandang ini memperluas gagasan lama tentang kewibawaan yang berpusat pada pribadi, menjadi gagasan yang lebih memperhatikan hubungan — di mana kepercayaan terbentuk dari gerak percakapan di seluruh ekosistem platform.

Bila kita periksa para ustaz seleb dan pendakwah mikro dengan alat empat komponen dari Bab 3, polanya menjadi lebih terang. Dasar klaim kepercayaan: keduanya cenderung bersandar pada kesan apa adanya, kedekatan perasaan, dan contoh gaya hidup, sementara bekal keilmuan ditampilkan dengan kadar yang sangat beragam. Cara mesin memilih: keterlihatan mereka diperoleh dari kerajinan mengunggah, kerja sama antarakun, keikutsertaan dalam tren yang sedang ramai, dan bentuk konten yang cocok dengan sistem rekomendasi. Cara penonton mengesahkan: kepercayaan dikukuhkan melalui komentar yang membenarkan, pembagian ulang, dan keikutsertaan komunitas pengikut — yang lebih sering

menandakan tergeraknya perasaan daripada diterimanya sebuah alasan keilmuan. Akibatnya yang lebih jauh: tumpukan keterlihatan membuat sebagian tokoh diperlakukan orang sebagai rujukan keagamaan yang setara ulama, sehingga batas antara terkenal dan berilmu menjadi kabur.

Meski begitu, perlu ditegaskan bahwa terkenal di dunia digital tidak sama dengan punya kewibawaan keagamaan yang tahan lama. Kepopuleran naik-turun, karena ia sangat bergantung pada berubahnya algoritma, bergantinya tren, dan bergesernya selera penonton. Sebaliknya, kewibawaan keilmuan dalam tradisi Islam dibangun melalui jalan yang jauh lebih panjang, dan justru karena itu lebih tahan terhadap perubahan teknologi. Seorang ulama yang dihormati tiga puluh tahun lalu masih dihormati hari ini; seorang bintang media sosial lima tahun lalu mungkin sudah tidak diingat siapa pun. Karena itu, tantangan utama kepemimpinan Islam di era algoritma bukanlah memilih antara cara lama atau cara baru. Tantangannya adalah menyusun perpaduan yang sanggup menyatukan empat hal secara seimbang: kedalaman ilmu, kejujuran akhlak, kecakapan berkomunikasi, dan pemahaman atas teknologi. Perpaduan itulah dasar bagi kewibawaan keagamaan yang tetap dipercaya di tengah masyarakat digital yang makin ruwet.

5.3 Tiga Negara, Tiga Jalan

Berubahnya kewibawaan keagamaan di era digital adalah gejala yang berlangsung di seluruh dunia, tetapi wajahnya tidak sama di setiap negeri. Ada lima hal yang membentuk perbedaan itu: susunan politiknya, hubungan antara negara dan agama, seberapa luas internet sudah

masuk, kebiasaan berkomunikasi warganya, dan bagaimana lembaga-lembaga Islam disusun di sana. Karena itu, memahami berubahnya kepemimpinan keagamaan menuntut kita menengok ke luar batas satu negara. Membandingkan memungkinkan kita mengenali dua hal sekaligus: apa yang berlaku di mana-mana, dan apa yang hanya berlaku di satu tempat. Dalam kerangka itu, Indonesia, Malaysia, dan kawasan Timur Tengah adalah tiga contoh yang cukup mewakili untuk menerangkan bagaimana pertemuan antara agama, teknologi, dan kekuasaan melahirkan susunan kewibawaan yang berbeda-beda namun saling berkaitan.

Dasar pemikiran perbandingan ini sederhana: pengaruh media atas agama tidak pernah berlangsung di ruang yang kosong dan netral. Stig Hjarvard menegaskan bahwa media bukan sekadar saluran bagi pesan agama, melainkan ikut menyusun ulang bangunan komunikasi keagamaan melalui aturan mainnya sendiri. Namun aturan main media itu selalu bertemu dengan keadaan sosial dan politik yang khas di tiap tempat. Jadi algoritma platform memang bekerja dengan cara yang sama di seluruh dunia, tetapi akibatnya atas kepemimpinan keagamaan bergantung pada keadaan setempat — pada seberapa terpusat otoritas agamanya, seberapa dipercaya lembaga keagamaannya, dan bagaimana negara memperlakukan ruang digital. Cara pandang ini penting agar kita tidak keliru menyimpulkan bahwa dunia sedang menjadi serupa. Yang terjadi adalah tawar-menawar antara teknologi yang sama dan keadaan setempat yang berbeda-beda.

Perbandingan antarnegara juga memperlihatkan satu hal yang mungkin mengejutkan: digitalisasi tidak selalu melemahkan lembaga keagamaan yang sudah ada. Di beberapa tempat, platform digital justru dipakai

lembaga-lembaga agama untuk memperluas jangkauan dakwahnya dan memperkuat kepercayaan publik kepadanya. Di tempat lain, media sosial justru menjadi arena persaingan antara otoritas resmi dan pemain-pemain baru yang tidak punya kaitan kelembagaan apa pun. Karena itu, pertanyaan yang pantas diajukan bukan lagi apakah teknologi mengubah kewibawaan keagamaan — itu sudah jelas. Yang pantas ditanyakan adalah bagaimana perubahan itu disalurkan oleh hubungan antara negara, masyarakat, lembaga agama, dan perusahaan platform.

Bab ini memakai tiga sudut untuk membandingkan. Sudut pertama: bagaimana lembaga-lembaga otoritas agama disusun di masing-masing negeri. Sudut kedua: bagaimana watak dakwah digitalnya, dan bagaimana para pelakunya menyesuaikan diri dengan cara kerja platform. Sudut ketiga: apa akibat perubahan itu bagi kepercayaan keagamaan, kerekatan masyarakat, dan pengelolaan ruang publik digital. Ketiga sudut itu memungkinkan kita menangkap pola yang berlaku umum sekaligus perbedaan yang khas, sehingga pemahaman kita tentang tersusunnya kembali kepemimpinan Islam di era algoritma menjadi lebih utuh.

Pada akhirnya, perbandingan ini menunjukkan satu kesimpulan yang pantas diingat: algoritma tidak bekerja di ruang hampa. Teknologi memang menyediakan jalan yang sama bagi semua orang di dunia, tetapi hasil akhirnya sangat dipengaruhi oleh budaya politik setempat, tradisi keilmuan Islam yang hidup di sana, aturan negaranya, dan watak masyarakat digitalnya. Karena itu, setiap bentuk perubahan kewibawaan keagamaan harus dipahami sebagai hasil pertemuan antara teknologi yang mendunia dan lembaga-lembaga setempat yang terus menyesuaikan diri.

5.3.1 Indonesia: Dakwah yang Terbuka dan Saling Berebut

Indonesia adalah negara dengan penduduk Muslim terbanyak di dunia, dan sekaligus salah satu pasar media sosial terbesar di planet ini. Tingginya pemakaian internet, hampir semua orang memegang telepon pintar, dan watak masyarakat yang sangat ramai di media sosial menjadikan Indonesia tempat yang sangat berharga untuk mempelajari komunikasi agama digital. Berbagai platform – YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, dan siniar – kini menjadi ruang utama berdakwah, berdiskusi soal agama, sampai membentuk jemaah yang tidak pernah bertemu badan. Keadaan itu melahirkan lingkungan komunikasi yang sangat hidup, di mana batas antara ulama, akademisi, aktivis, pemengaruh, dan orang biasa menjadi semakin cair.

Salah satu watak paling menonjol di Indonesia adalah kuatnya keterbukaan dalam membuat konten keagamaan. Sebelum era digital, ruang dakwah dijaga oleh masjid, pesantren, organisasi Islam, televisi, dan penerbit buku. Sekarang seseorang dengan alat sederhana dan sambungan internet dapat menjangkau jutaan orang. Akibatnya, pelaku dakwah menjadi sangat beragam – keberagaman yang belum pernah terjadi sebelumnya dalam sejarah. Ulama pesantren, dosen kampus Islam, pemberi motivasi Muslim, pengusaha, seniman yang berhijrah, sampai kelompok kajian yang berdiri sendiri – semuanya punya peluang yang sama untuk membangun pendengarnya sendiri.

Namun keterbukaan itu juga memperkeras persaingan kewibawaan. Di ruang digital, kepercayaan tidak lagi sepenuhnya ditentukan oleh kedalaman ilmu, tetapi juga oleh kecakapan berkomunikasi. Pendakwah

yang sanggup membuat konten singkat, menarik dilihat, dan mudah dibagikan cenderung memperoleh penyebaran jauh lebih luas daripada ceramah ilmiah yang panjang. Akibatnya, masyarakat sering berada dalam keadaan yang menyedihkan: kepopuleran menjadi petunjuk utama dalam memilih kepada siapa ia bertanya soal agama. Pergeseran ini menunjukkan bagaimana algoritma, tanpa pernah dimintai pendapat, ikut menyaring siapa yang berwenang di ruang publik Islam.

Meski begitu, Indonesia punya watak yang berbeda dari banyak negeri Muslim lain, dan ini karena keberadaan organisasi Islam besar seperti Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah. Keduanya sudah menyesuaikan diri dengan dunia digital: membangun media daring, membuka kanal video, menyiapkan tempat belajar daring, dan merawat jaringan dakwah digital yang cukup mapan. Penyesuaian itu membuktikan bahwa lembaga-lembaga lama tidak kehilangan pengaruhnya karena digitalisasi. Justru sebaliknya: mereka melakukan penyesuaian yang memungkinkan kewibawaan kelembagaan tetap berarti di lingkungan komunikasi yang baru.

Keistimewaan Indonesia terletak pada hidupnya bermacam-macam bentuk kewibawaan pada waktu yang sama. Kewibawaan pesantren, kewibawaan organisasi Islam, kewibawaan kampus, kewibawaan negara melalui Majelis Ulama Indonesia, dan kewibawaan pemengaruh digital — semuanya terus bertemu, bersaing, dan kadang bekerja sama dalam membentuk pendapat umum kalangan Muslim. Hasilnya adalah ruang publik Islam yang sangat beragam dan sekaligus ruwet, di mana setiap orang punya kebebasan yang sangat besar untuk menentukan kepada siapa ia berguru.

5.3.2 Malaysia: Digitalisasi di Bawah Otoritas Negara

Berbeda dari Indonesia, Malaysia memiliki susunan kelembagaan Islam yang jauh lebih terpusat. Urusan agama berada di tangan pemerintah tiap negeri, yang dikoordinasikan melalui lembaga-lembaga resmi seperti Jabatan Kemajuan Islam Malaysia dan berbagai Majlis Agama Islam Negeri. Susunan semacam itu membuat otoritas agama di sana berhubungan jauh lebih rapat dengan negara dibanding di Indonesia. Karena itu, perubahan digital di Malaysia berlangsung di dalam pagar kelembagaan yang relatif lebih terjaga.

Media sosial memang membuka ruang baru bagi munculnya pendakwah mandiri dan pemengaruh Muslim di sana. Tetapi mereka tetap bergerak di dalam aturan yang lebih ketat. Negara punya kuasa yang besar untuk menentukan siapa yang boleh mengajar agama, siapa yang boleh berceramah di depan umum, dan siapa yang boleh masuk ke ruang dakwah resmi. Dalam keadaan begitu, platform digital tidak menghapus bangunan kewibawaan yang lama. Yang dilakukannya adalah memperluas saluran bicara bagi mereka yang sudah memperoleh pengakuan lembaga.

Keadaan itu melahirkan bentuk kewibawaan campuran, yakni perpaduan antara pengakuan negara dan keterlihatan digital. Banyak pendakwah Malaysia yang rajin di media sosial tetap dipercaya orang karena ia punya kaitan dengan lembaga resmi, dengan kampus Islam, atau dengan badan negara. Dengan begitu, jumlah pengikut bukan satu-satunya sumber kepercayaan di sana. Ia hanya pelengkap bagi kewibawaan yang sudah lebih dulu dibangun melalui jalur kelembagaan.

Walau demikian, tumbuhnya TikTok, YouTube, dan Instagram juga melahirkan angkatan muda Muslim

yang lebih berani mencari sendiri keterangan tentang agamanya. Mereka tidak lagi sepenuhnya bergantung pada lembaga resmi, melainkan menggabungkan bermacam sumber dari layar. Gejala ini memperlihatkan satu hal yang tak terbandung: bahkan di dalam susunan yang cukup terpusat sekalipun, algoritma tetap membuka ruang tawar-menawar baru antara otoritas resmi dan selera penggunaanya.

Pengalaman Malaysia mengajarkan bahwa aturan negara dapat memperlambat terpecahnya kewibawaan digital, tetapi tidak dapat menghentikan berubahnya cara orang mencari keterangan agama. Karena itu, persoalannya bukan sekadar mengawasi konten. Yang jauh lebih menentukan adalah menumbuhkan bekal literasi digital masyarakat, agar mereka sanggup menimbang sendiri mutu keterangan agama yang sampai ke tangannya.

5.3.3 Timur Tengah: Negara, Ulama, dan Platform Global

Kawasan Timur Tengah memperlihatkan susunan yang lebih berwarna, sebab di sana bermain tiga hal sekaligus: sistem politiknya, sejarah lembaga-lembaga Islamnya, dan hubungan yang sangat rapat antara agama dan negara. Di Arab Saudi, misalnya, berubahnya komunikasi keagamaan berjalan bersamaan dengan program pembaruan nasional yang mendorong digitalisasi di banyak bidang, termasuk urusan keagamaan. Lembaga-lembaga resmi di sana memanfaatkan media sosial, aplikasi, bahkan kecerdasan buatan untuk memperluas akses pada fatwa, pendidikan Islam, dan keterangan mengenai ibadah haji serta umrah.

Di Mesir, keberadaan Al-Azhar sebagai salah satu lembaga Islam tertua di dunia membuat kewibawaan

keagamaan di sana lebih berkumpul pada satu titik. Namun media sosial tetap melahirkan pendakwah-pendakwah mandiri yang memperoleh pengaruh luas melalui layar. Akibatnya, Al-Azhar menghadapi tantangan yang belum pernah ia hadapi: menjaga kewibawaan keilmuannya di tengah berjubelnya keterangan keagamaan yang beredar di ruang digital. Keadaan ini memberi pelajaran bahwa lembaga dengan sejarah berabad-abad sekalipun tidak bisa mengabaikan aturan main komunikasi digital.

Di beberapa negara Teluk lainnya, hubungan antara negara dan media digital makin diperkuat melalui aturan tentang platform, pengawasan konten, dan hubungan luar negeri yang dijalankan lewat layar. Di sana negara bukan hanya pembuat aturan, tetapi juga pembuat pesan keagamaan melalui kanal-kanal resminya di media sosial. Dengan begitu, ruang digital menjadi bagian dari strategi berkomunikasi politik sekaligus strategi berkomunikasi keagamaan — dan keduanya sulit dipisahkan.

Meski berbeda-beda antarnegara, ada satu pola umum yang menonjol: makin besarnya peran platform global sebagai perantara baru dalam pembagian kewibawaan agama. YouTube, TikTok, Meta, dan platform lainnya pada dasarnya memakai algoritma yang sama di seluruh dunia. Akibatnya, para pelaku keagamaan di Timur Tengah pun harus menyesuaikan cara berkomunikasi dengan aturan main platform global itu, bila ingin tetap terlihat oleh publiknya sendiri. Mesin yang dirancang di tempat yang sangat jauh menentukan siapa yang didengar di sana.

Pengalaman kawasan Timur Tengah memperlihatkan bahwa digitalisasi tidak menghapus kekuasaan negara maupun lembaga agama yang lama. Yang diubahnya adalah cara keduanya berhubungan

dengan masyarakat. Kewibawaan kini tidak hanya diproduksi melalui fatwa, lembaga pendidikan, atau mimbar masjid, melainkan juga melalui perebutan pesan di ruang digital yang diperantarai algoritma.

5.3.4 Apa yang Dapat Dipelajari dari Perbandingan Ini

Melihat Indonesia, Malaysia, dan Timur Tengah berdampingan, kita menemukan satu kesimpulan yang jelas: meski algoritma platform bekerja dengan cara yang sama di mana-mana, akibatnya atas kepemimpinan keagamaan sangat dipengaruhi oleh susunan kelembagaan tiap negeri. Indonesia menunjukkan bentuk yang beragam dan saling berebut. Malaysia menunjukkan bentuk campuran antara negara dan platform. Sedangkan banyak negara di Timur Tengah menunjukkan bentuk kewibawaan digital yang disaring negara, di mana negara tetap menjadi pemain yang paling menentukan. Perbandingannya dirangkum pada Tabel 5.1.

Tabel 5.1. Tiga negara, tiga susunan otoritas keagamaan digital

Yang Dibandingkan	Indonesia	Malaysia	Kawasan Timur Tengah
Susunan kelembagaan	Beragam — organisasi besar seperti Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah, pesantren, dan Majelis Ulama Indonesia	Terpusat — Jabatan Kemajuan Islam Malaysia dan majelis agama tiap negeri	Bermacam-macam — lembaga resmi negara berdampingan dengan lembaga bersejarah seperti Al-Azhar

Yang Dibandingkan	Indonesia	Malaysia	Kawasan Timur Tengah
Peran negara	Memfasilitasi, mengatur dalam batas tertentu	Mengatur secara aktif, termasuk izin mengajar dan berdakwah	Mengatur sekaligus ikut menyusun isi pesan keagamaan
Bentuk otoritas digital	Beragam dan saling berebut	Campuran antara negara dan platform	Otoritas digital yang disaring negara
Ruang bagi pendakwah mandiri	Sangat luas	Ada, tetapi di dalam pagar aturan	Sempit dan diawasi
Akibat yang paling terasa	Bebas memilih rujukan, tetapi mudah terpecah	Perpecahan tertahan, namun bekal literasi tetap sangat dibutuhkan	Perebutan pesan berlangsung di bawah bayang-bayang negara

Meski berbeda, ketiga kawasan itu punya satu kesamaan yang mendasar: munculnya kewibawaan digital yang dibangun dari gabungan tiga hal – bekal keilmuan, keterlihatan di layar, dan kepercayaan komunitas daring. Temuan ini memperkuat pokok argumen buku ini bahwa era algoritma tidak menghapus kewibawaan keagamaan, melainkan menyusunnya kembali menjadi bentuk yang lebih berbelit, lebih berjaringan, dan punya banyak sisi. Penyusunan ulang itulah yang kemudian memunculkan pertanyaan yang lebih mendasar: bagaimana kewibawaan keilmuan Islam dapat dipertahankan di tengah berkuasanya cara berpikir platform? Pertanyaan itu akan dibahas pada bagian berikutnya.

5.4 Apa Akibatnya bagi Kedudukan Ilmu Agama

Berubahnya lanskap komunikasi digital tidak hanya memengaruhi cara dakwah disampaikan. Ia

menyentuh dasar yang selama berabad-abad menjadi tumpuan kewibawaan keilmuan Islam. Dalam tradisi pemikiran Islam, kewibawaan keagamaan dibangun melalui empat hal: perjalanan panjang menuntut ilmu, bersambungny rantai keilmuan atau sanad, penguasaan atas cara menarik kesimpulan hukum yang disebut *istinbāt*, dan pengakuan bersama dari kalangan ahli ilmu. Kewibawaan semacam itu bersifat bertumpuk, karena ia diperoleh melalui proses belajar, diuji, dan dibina akhlaknya selama bertahun-tahun. Dengan datangnya media sosial, cara terbentuknya kewibawaan berubah cukup jauh. Pengakuan publik hari ini tidak hanya ditentukan oleh kuatnya alasan keilmuan, tetapi juga oleh seringnya seseorang tampil, oleh enakny ia berbicara, dan oleh seberapa banyak orang yang sanggup ia jangkau. Pergeseran ini memunculkan pertanyaan yang tidak bisa dihindari: bagaimana kewibawaan keilmuan Islam dapat dijaga ketika angka-angka kepopuleran makin menguasai ruang publik?

Dalam cara pandang sosiologi pengetahuan, kewibawaan adalah sesuatu yang dibangun bersama-sama oleh masyarakat — terbentuk dari pertemuan antara pembuat pengetahuan, lembaga, dan orang banyak. Peter Berger dan Thomas Luckmann menerangkan bahwa sebuah pengetahuan baru memperoleh kedudukan sebagai kebenaran ketika ia diakui dan diulang-ulang secara sosial. Di era algoritma, pengulangan itu tidak lagi dijalankan sendiri oleh lembaga pendidikan Islam, majelis ulama, atau organisasi keagamaan. Ia juga dijalankan oleh perusahaan platform yang mengatur penyebaran keterangan melalui sistem rekomendasi. Dengan begitu, cara kewibawaan terbentuk bergeser: dari kewibawaan yang diperantarai lembaga menjadi kewibawaan yang diperantarai mesin. Artinya, sanggup-tidaknya sebuah

gagasan keagamaan memperoleh perhatian publik makin ditentukan oleh cara berpikir platform, yang mengutamakan keterlibatan pengguna ketimbang mutu isi pesannya.

Perubahan itu menghadirkan satu keadaan yang ganjil dan patut direnungkan. Di satu sisi, digitalisasi memperluas akses masyarakat pada ilmu Islam seluas yang belum pernah terjadi sepanjang sejarah. Kitab-kitab klasik, kuliah ulama dari berbagai negeri, diskusi para akademisi, sampai fatwa dari berbagai belahan dunia kini dapat dibuka dalam hitungan detik dari telepon di saku. Terbukanya akses ini membuka peluang besar bagi tumbuhnya pemahaman keagamaan masyarakat, terutama angkatan muda yang tumbuh bersama layar. Penghalang jarak, biaya, dan kelembagaan makin menipis, sehingga seseorang kini berkesempatan mempelajari Islam dari banyak sudut pandang yang dahulu sangat sukar ia jangkau.

Di sisi lain, terbukanya akses itu melahirkan keadaan yang dapat disebut kelimpahan yang membingungkan: jumlah keterangan yang tersedia jauh melampaui kesanggupan seseorang menimbang mutunya. Dalam keadaan begitu, orang cenderung memakai petunjuk yang paling mudah dilihat sebagai dasar menilai – jumlah pengikut, jumlah tayangan, seberapa viral, atau banyaknya komentar pujian. Padahal petunjuk-petunjuk itu sama sekali tidak berhubungan dengan sah-tidaknya sebuah alasan keagamaan. Akibatnya, kewibawaan keilmuan berpeluang tergeser oleh kewibawaan kepopuleran. Inilah salah satu tantangan terbesar dalam kajian komunikasi agama digital, karena ia menunjukkan bahwa algoritma – tanpa pernah bermaksud demikian – ikut mengubah cara masyarakat memahami apa itu kewibawaan.

Dari sudut gagasan otoritas algoritmik yang diajukan Clay Shirky dan kemudian dikembangkan dalam berbagai kajian tentang platform, antara lain oleh Tarleton Gillespie, masyarakat modern makin cenderung mempercayai hasil pilihan mesin sebagai tanda mutu. Ketika sebuah video dakwah muncul berulang-ulang di halaman rekomendasi YouTube atau di Halaman Untuk Anda TikTok, banyak orang menganggap konten itu memang layak dipercaya. Anggapan itu tidak lahir dari pemeriksaan atas isinya, melainkan dari dugaan bahwa mesin sudah memilihkan yang paling pantas. Dalam urusan komunikasi Islam, keadaan ini melahirkan bentuk kewibawaan yang baru — yang tidak lagi sepenuhnya datang dari kalangan ulama, melainkan dari sebuah sistem perhitungan yang bekerja dengan membaca kebiasaan para penggunanya, dan yang tidak pernah bisa dimintai pertanggungjawaban oleh siapa pun.

Ada satu akibat lain yang tak kurang pentingnya, yaitu berubahnya hubungan antara kewibawaan ilmu dan kewibawaan bicara. Kewibawaan ilmu berarti kedalaman penguasaan, ketepatan cara berpikir, dan kejujuran seorang ulama atau cendekiawan. Kewibawaan bicara berarti kesanggupan menyampaikan pesan dengan jitu kepada orang banyak. Dahulu keduanya biasanya berjalan bersama, sebab ruang publik memang terbatas dan dipegang lembaga keagamaan — yang diberi mimbar adalah yang berilmu. Sekarang tidak lagi. Media sosial memungkinkan orang yang sangat pandai bicara memperoleh pengaruh jauh lebih besar daripada orang yang sangat dalam ilmunya tetapi tidak cakap berkomunikasi di layar. Pergeseran ini tidak berarti ilmu kehilangan nilainya. Yang ditunjukkannya adalah bahwa kecakapan berkomunikasi kini ikut menjadi penentu, dan mengabaikan itu sama dengan menyerahkan ruang publik

kepada orang lain yang mungkin kurang layak mengisinya. Keduanya diperlukan, dan hanya salah satu saja tidak lagi memadai.

Keadaan itu melahirkan kebutuhan akan cara pandang baru tentang kepemimpinan keagamaan Islam. Seorang ulama di era algoritma tidak cukup hanya berilmu dalam. Ia juga dituntut memahami dunia digital, cakap berbicara di depan publik, mengerti cara mengelola media sosial, dan tahu bagaimana algoritma platform bekerja. Ini sama sekali bukan ajakan agar ulama mengikuti seluruh aturan dagang media sosial. Maksudnya satu: agar ilmu Islam yang dapat dipercaya tetap hadir dan tetap sanggup bersaing di ruang digital yang makin penuh dengan segala macam keterangan. Dengan kata lain, perubahan digital menuntut bertambahnya kecakapan, tanpa mengorbankan kejujuran keilmuan yang menjadi ciri utama tradisi Islam.

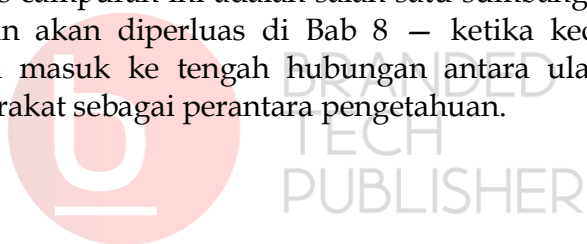
Dari sisi kelembagaan, perubahan ini juga menghadirkan tantangan berat bagi pesantren, kampus Islam, majelis ulama, dan organisasi keagamaan. Selama ini lembaga-lembaga itu berfungsi sebagai penjaga mutu pengetahuan melalui pendidikan yang teratur, pembinaan calon ulama, dan pemeriksaan keilmuan. Persoalannya, ketika masyarakat makin banyak memperoleh keterangan agama dari media sosial, cara-cara lama saja tidak lagi cukup. Diperlukan cara berkomunikasi digital yang sanggup menjembatani kewibawaan ilmu dengan kebiasaan orang hari ini dalam mencari keterangan. Lembaga keagamaan perlu membangun lingkungan dakwah digital yang dikerjakan dengan serius, memanfaatkan tiap platform dengan pertimbangan, dan bekerja sama dengan angkatan muda yang menguasai teknologi dan kecakapan berkomunikasi, sebab angkatan itulah yang paling mengerti bahasa ruang tempat umat kini banyak menghabiskan waktunya.

Lebih jauh lagi, berubahnya kewibawaan keilmuan berkaitan erat dengan soal kepercayaan publik. Berbagai penelitian komunikasi menunjukkan bahwa kepercayaan adalah dasar bagi berhasilnya segala bentuk komunikasi, termasuk komunikasi agama. Di masyarakat digital, kepercayaan tidak lagi dibangun semata dari nama besar sebuah lembaga, tetapi juga dari keterbukaan, kesetiaan pada pendirian, kesediaan menanggapi, dan kesan apa adanya. Orang cenderung mempercayai figur yang terbuka, cepat menjawab, dan mampu menerangkan persoalan agama dengan bahasa yang mudah dimengerti tanpa kehilangan kedalamannya. Karena itu, membangun kepercayaan publik di era digital menuntut dua hal sekaligus: kelayakan ilmu dan mutu percakapan antarmanusia yang kini diperantarai layar.

Namun perlu ditegaskan se jelas-jelasnya bahwa kewibawaan keilmuan Islam tidak dapat diperas menjadi soal jumlah pengikut atau seberapa viral seseorang. Tradisi pemikiran Islam memiliki perangkat pemeriksaan yang telah tumbuh berabad-abad melalui cabang-cabang ilmu seperti usul fikih, ilmu hadis, tafsir, dan ilmu kalam. Semuanya dibangun untuk satu tujuan: memastikan bahwa setiap pendapat keagamaan punya dasar yang dapat dipertanggungjawabkan, bukan sekadar terdengar meyakinkan. Karena itu, tantangan era algoritma bukanlah mengganti perangkat lama itu dengan yang baru. Tantangannya adalah mempertemukan perangkat itu dengan teknologi komunikasi hari ini. Pertemuan semacam itu menuntut kesediaan menyesuaikan diri, di mana pembaruan cara berkomunikasi berjalan bersama kesetiaan pada kejujuran ilmu.

Dari seluruh pembahasan dalam bab ini dapat disimpulkan bahwa tersusunnya kembali kepemimpinan keagamaan di era algoritma adalah proses yang punya

banyak sisi, melibatkan pertemuan antara teknologi, komunikasi, lembaga, dan tradisi keilmuan Islam. Bergesernya kewibawaan dari sanad menuju kewibawaan yang dipengaruhi jumlah pengikut, algoritma, dan merek diri bukan tanda bahwa ulama tradisional sudah tidak diperlukan. Ia tanda lahirnya lingkungan kewibawaan yang lebih berbelit. Masa depan kepemimpinan Islam kemungkinan besar tidak akan dikuasai oleh satu bentuk kepercayaan tunggal, melainkan oleh bentuk otoritas keagamaan campuran yang menyatukan empat hal: kedalaman ilmu, kejujuran akhlak, kecakapan berkomunikasi di ruang digital, dan kesediaan menyesuaikan diri dengan cara kerja platform. Gagasan otoritas campuran ini adalah salah satu sumbangan buku ini, dan akan diperluas di Bab 8 – ketika kecerdasan buatan masuk ke tengah hubungan antara ulama dan masyarakat sebagai perantara pengetahuan.





BRANDED
TECH
PUBLISHER

BAB 6

Rujukan yang Terpecah

Fatwa Daring, Jumlah Suka, dan Kebenaran yang Kabur

Dunia digital tidak hanya mengubah cara umat Islam mencari keterangan tentang agamanya. Ia juga mengubah bangunan kewibawaan yang menjadi dasar terbentuknya pengetahuan keislaman. Seperti sudah dibahas pada bab sebelumnya, platform digital telah menyusun ulang kepemimpinan keagamaan melalui munculnya pemain-pemain baru yang kepercayaannya dibangun dari gabungan tiga hal: kecakapan berkomunikasi, seringnya tampil di layar, dan pengakuan jemaah daringnya. Namun akibat dari perubahan itu jauh melampaui pertanyaan tentang siapa yang berhak bicara. Yang lebih mendasar adalah terpecahnya ruang keagamaan itu sendiri — keadaan ketika umat tidak lagi berbagi sumber rujukan yang sama dalam memahami ajaran agamanya. Di ruang digital, setiap orang punya kebebasan yang sangat besar untuk memilih, menggabungkan, bahkan mengganti rujukannya sesuai selera pribadi — dan selera itu sendiri terus dibentuk oleh algoritma platform.

Terpecahnya rujukan itu adalah watak utama masyarakat digital, yang memang dibangun di atas satu asas: keterangan disaring khusus untuk tiap orang. Berbeda dari media massa lama yang menyajikan agenda yang relatif sama bagi semua orang, platform digital memakai mesin yang belajar sendiri untuk menyajikan konten yang dianggapnya paling cocok dengan watak masing-masing pengguna. Akibatnya, dua orang dengan

latar hidup yang berbeda dapat menerima dunia keterangan keagamaan yang sama sekali berlainan, meski keduanya memakai aplikasi yang persis sama. Dalam urusan komunikasi agama, penyaringan semacam ini membuat pengalaman beragama menjadi semakin pribadi, semakin terpisah-pisah, dan semakin jauh dari ruang diskusi bersama yang dahulu menjadi tempat lahirnya kesepakatan sosial.

Perubahan itu punya akibat yang sangat besar terhadap cara kewibawaan keagamaan terbentuk. Dalam tradisi Islam, beragamnya pendapat memang bagian yang tidak terpisahkan dari perkembangan fikih dan ijtihad — perbedaan itu bukan penyakit, melainkan tanda kehidupan. Tetapi perbedaan pada masa itu berlangsung di dalam satu kerangka cara berpikir yang disepakati kalangan ulama. Di era algoritma, beragamnya pendapat tidak lagi hanya lahir dari perbedaan cara berpikir, melainkan juga dari cara keterangan disebarkan oleh perusahaan platform. Perlu dinyatakan dengan tepat: algoritma tidak menentukan isi ajaran agama. Yang ditentukannya adalah peluang sebuah tafsiran untuk dilihat, dibagikan, dan akhirnya dipercaya orang. Di situlah terjadi pergeseran yang penting — dari keberagaman yang lahir dari ilmu menuju keberagaman yang lahir dari mesin: keberagaman yang dibentuk bukan hanya oleh kekayaan tradisi keilmuan, tetapi juga oleh perhitungan yang mengatur arus keterangan.

Tulisan-tulisan terbaru tentang masyarakat platform, budaya algoritma, agama yang berjejaring, dan agama digital — antara lain dari José van Dijck dan rekan-rekannya, dari Ted Striphas, dan dari Heidi Campbell — menunjukkan bahwa platform digital telah tumbuh menjadi lembaga sosial yang baru, dengan kuasa besar dalam membentuk pandangan orang banyak tentang

agama. Algoritma tidak bekerja sebagai alat yang netral. Ia menjalankan seperangkat aturan yang mengutamakan tiga hal: banyaknya interaksi, bertahannya perhatian, dan peluang sebuah konten menjadi viral. Dalam praktiknya, aturan itu lebih sering menguntungkan konten yang menyentuh perasaan, memancing perdebatan, sederhana, dan mudah ditelan, dibanding penjelasan keagamaan yang berlapis dan menuntut perenungan. Akibatnya, bangunan komunikasi agama berubah: dari bangunan yang mengutamakan musyawarah menjadi bangunan yang digerakkan perebutan perhatian.

Bab ini berangkat dari satu pendirian: terpecahnya ruang keagamaan di era digital bukan semata akibat bertambahnya jumlah sumber keterangan. Ia hasil pertemuan empat hal – algoritma platform, kebiasaan para pengguna, cara kerja ekonomi digital, dan berubahnya pola berkomunikasi di kalangan Muslim. Untuk menerangkannya, pembahasan akan dipusatkan pada empat persoalan. Pertama, berpindahnya fatwa ke ruang digital dan berlimpahnya rujukan yang menyertainya. Kedua, tumbuhnya pengesahan oleh mesin, yakni keadaan ketika angka-angka digital seperti tanda suka, pembagian ulang, komentar, dan jumlah pengikut mulai berfungsi sebagai tanda kelayakan dipercaya. Ketiga, mengerasnya kelompok, terbentuknya ruang gema, dan terbelahnya ruang publik Islam akibat beranda yang disaring khusus untuk tiap orang. Keempat, tumbuhnya zaman pasca-kebenaran yang mengubah hubungan antara kenyataan, kewibawaan ilmu, dan keyakinan. Keempat persoalan itu akan memperlihatkan satu hal: tantangan terbesar komunikasi Islam di era algoritma bukan pada menyebarkan keterangan, melainkan pada bagaimana masyarakat membangun

kepercayaan terhadap ilmu agamanya di tengah dunia digital yang semakin ruwet.

Secara gagasan, bab ini melanjutkan apa yang sudah dibangun di Bab 4 dan Bab 5. Bab 4 menempatkan algoritma sebagai pemain yang mengatur pembagian perhatian. Bab 5 menerangkan tersusunnya kembali kepemimpinan keagamaan melalui munculnya otoritas campuran. Bab ini memeriksa akibat sosial dari keduanya terhadap kehidupan keberagamaan umat. Dengan begitu, bab ini menjadi jembatan menuju pembahasan tentang literasi digital keagamaan di Bab 7 — di mana perhatian kita bergeser dari persoalan berubahnya kewibawaan menuju cara menumbuhkan bekal masyarakat agar sanggup menyusuri ruwetnya keterangan keagamaan di dunia platform. Dengan kata lain, bab ini memeriksa harganya; bab berikutnya mencari penawarnya.

6.1 Fatwa Daring dan Rujukan yang Berlimpah

6.1.1 Fatwa Berpindah dari Lembaga ke Layar

Dalam tradisi pemikiran Islam, fatwa adalah salah satu alat terpenting untuk menjembatani ketentuan syariat dengan kehidupan nyata yang terus berubah. Fatwa bukan sekadar jawaban hukum atas sebuah pertanyaan. Ia pernyataan kewibawaan keilmuan seorang mufti, yang memang dibekali kemampuan menarik kesimpulan hukum dari sumber-sumbernya. Karena itu, sah-tidaknya sebuah fatwa di mata masyarakat sangat bergantung pada tiga hal: kemampuan ilmu si pemberi fatwa, nama baik lembaga tempat fatwa itu dikeluarkan, dan penerimaan masyarakat atas kejujuran serta akhlaknya. Hubungan antara orang yang bertanya dan orang yang menjawab dibangun di atas satu hal:

kepercayaan bahwa jawaban itu lahir dari proses keilmuan yang sungguh-sungguh, bukan dari kira-kira.

Digitalisasi mengubah mekanisme itu dari dasarnya. Internet memungkinkan fatwa dibuat, disebarkan, dan dibaca melalui berbagai platform tanpa dibatasi jarak maupun susunan kelembagaan yang lama. Lembaga-lembaga resmi seperti Majelis Ulama Indonesia, Nahdlatul Ulama, Muhammadiyah, Dār al-Iftā' al-Miṣriyyah, dan Al-Azhar kini membuka layanan fatwa daring melalui situs, aplikasi, media sosial, dan kanal video. Pada waktu yang sama, ribuan orang yang tidak punya kaitan resmi dengan lembaga keagamaan mana pun juga rajin menjawab persoalan fikih melalui YouTube, TikTok, Instagram, Telegram, siniar, bahkan aplikasi berbasis kecerdasan buatan. Perkembangan ini memperlihatkan satu hal yang belum pernah terjadi sepanjang sejarah komunikasi Islam: ruang pembuatan fatwa kini tersebar ke mana-mana, tanpa pusat. Tidak ada lagi penjaga pintu yang memastikan siapa yang boleh menjawab pertanyaan umat, dan tidak ada lagi yang bertanggung jawab bila jawabannya keliru.

Salah satu akibat utama dari digitalisasi itu adalah berlimpahnya rujukan keagamaan. Dahulu, orang memperoleh jawaban keagamaan dari ulama di kampungnya, dari pesantren, dari masjid, atau dari lembaga keagamaan yang ada di sekelilingnya. Sekarang seorang Muslim di Indonesia dapat dengan mudah membandingkan pandangan ulama dari Mesir, Arab Saudi, Turki, Qatar, Malaysia, Pakistan, sampai Muslim yang bermukim di Eropa — semuanya hanya dari telepon di tangannya. Terbukanya pintu pada begitu banyak sudut pandang memperkaya wawasan keislaman, dan sekaligus membuka ruang perbincangan antarmazhab, antarnegara, dan antartradisi pemikiran yang dahulu hampir tidak

mungkin dilakukan. Dalam pengertian itu, digitalisasi punya kemungkinan besar untuk memperluas wawasan keilmuan dunia Islam.

Namun berlimpahnya rujukan juga menghadirkan kesulitan yang tidak sederhana. Kelimpahan membuat orang menghadapi apa yang disebut Barry Schwartz sebagai kebingungan karena terlalu banyak pilihan: keadaan ketika banyaknya pilihan justru mempersulit, bukan mempermudah, pengambilan keputusan. Dalam urusan fatwa, seseorang sering menemukan bermacam jawaban yang berbeda atas pertanyaan yang sama, tanpa ia sendiri punya bekal untuk menimbang dasar alasan masing-masing. Akibatnya bisa diduga. Sebagian orang akhirnya memilih fatwa yang dirasa paling ringan, paling cocok dengan keinginannya, atau paling ramai di media sosial. Kebiasaan ini melahirkan gejala yang dapat disebut berburu fatwa yang enak – memilih pendapat keagamaan berdasarkan kenyamanan diri, bukan berdasarkan kekuatan alasannya. Dan karena pilihan selalu tersedia, kebiasaan itu hampir tidak pernah terasa sebagai kesalahan.

Lebih jauh lagi, platform digital pelan-pelan mengubah watak penyampaian fatwa itu sendiri. Agar cocok dengan aturan main media sosial, banyak jawaban hukum kini disampaikan dalam bentuk video singkat, kartu kutipan, bagan bergambar, atau potongan ceramah yang sudah terlepas dari alasan-alasan yang melatarinya. Penyederhanaan ini memang memudahkan orang mengaksesnya, tetapi berisiko menghilangkan kehati-hatian yang justru menjadi ciri utama tradisi fikih. Persoalan yang sebenarnya menuntut penjelasan menyeluruh sering diperas menjadi jawaban dua pilihan: halal atau haram, boleh atau tidak boleh, sunah atau bidah. Dengan begitu, digitalisasi bukan hanya mengubah

saluran penyebaran fatwa. Ia ikut mengubah bentuk pengetahuan keagamaan yang akhirnya diterima masyarakat.

6.1.2 Ketika Satu Pertanyaan Punya Puluhan Jawaban

Berlimpahnya rujukan keagamaan adalah akibat paling nyata dari digitalisasi komunikasi Islam. Sebelum internet dan media sosial tumbuh, sebagian besar umat Islam memperoleh bimbingan agamanya melalui jaringan sosial yang mantap: keluarga, masjid, pesantren, madrasah, organisasi keagamaan, dan ulama setempat yang mengenal jemaahnya secara langsung. Susunan semacam itu melahirkan kewibawaan yang berakar pada kedekatan sosial — kewibawaan yang dibangun melalui perjumpaan tatap muka, melalui nama baik yang tumbuh di tengah masyarakat, dan melalui hubungan yang berlangsung bertahun-tahun antara seorang ulama dan jemaahnya. Dalam susunan seperti itu, ilmu tidak hanya berpindah sebagai keterangan. Ia berpindah bersama pembentukan watak, contoh akhlak, dan pembinaan rohani yang berjalan terus-menerus — hal-hal yang tidak bisa disampaikan lewat unggahan.

Dunia digital mengubah pola itu dari akarnya. Mesin pencari, media sosial, aplikasi fatwa, siniar, dan tempat berbagi video memungkinkan setiap orang membuka bermacam pandangan keagamaan — dari berbagai mazhab, berbagai negeri, berbagai organisasi, bahkan dari orang yang sama sekali tidak ia kenal. Seseorang tidak lagi bergantung pada satu jaringan kewibawaan tertentu. Ia menyusun sendiri lingkungan keterangan keagamaannya — dirangkai berdasarkan seleranya, pengalamannya di layar, dan rekomendasi mesin. Dalam keadaan ini, kewibawaan keagamaan tidak lagi bersifat bersama dan terpusat. Ia menjadi semakin

pribadi, semakin lentur, dan semakin mudah berubah. Kadang ia berubah dalam hitungan minggu saja, mengikuti apa yang sedang ramai.

Perubahan itu melahirkan bentuk keberagaman yang berbeda dari keberagaman fikih yang kita kenal. Dalam tradisi Islam, berbedanya pendapat atau ikhtilāf adalah akibat wajar dari berbedanya cara memahami Al-Qur'an, hadis, ijmak, qiyas, dan sumber hukum lainnya. Perbedaan itu berlangsung di dalam satu kerangka yang sama, yakni penghormatan pada cara berpikir yang tertib dan pada etika berbeda pendapat. Sebaliknya, keberagaman digital tidak selalu dibangun di atas perbedaan cara berpikir. Ia sering muncul semata karena arus keterangan yang terpecah, karena penyaringan oleh mesin, dan karena banyaknya orang yang membuat konten keagamaan. Jadi perbedaan yang kita saksikan hari ini tidak selalu mencerminkan kekayaan tradisi keilmuan. Sebagiannya hanya hasil susunan teknologi.

Keadaan itu melahirkan persaingan yang makin keras di antara berbagai sumber kewibawaan. Lembaga fatwa resmi, organisasi Islam, pesantren, akademisi, ustaz seleb, pendakwah mikro, sampai akun tanpa nama — semuanya kini berada di gelanggang yang sama, berebut perhatian orang yang sama. Di dunia platform, siapa pun berpeluang menjangkau pendengar yang luas selama ia sanggup menyesuaikan diri dengan cara kerja algoritma. Persaingan itu tidak hanya berlangsung di tingkat isi alasannya, tetapi juga di tingkat cara berkomunikasi, kerapian tampilan, kerajinan mengunggah, kepintaran mengatur kata kunci pencarian, dan kesanggupan membangun jemaah daring yang setia. Akibatnya, menang-tidaknya sebuah pandangan keagamaan di ruang digital makin ditentukan oleh kecakapan berkomunikasi, di samping mutu ilmunya.

Gejala ini memperlihatkan bahwa persaingan fatwa di era digital bukan lagi semata persaingan antarpendapat hukum. Ia juga persaingan antar cara menyampaikan. Pendapat yang dikemas dalam video satu menit dengan gambar yang menarik sering menjangkau jauh lebih banyak orang daripada penjelasan ilmiah yang disampaikan mendalam di sebuah forum. Ini bukan berarti masyarakat menolak pengetahuan yang berlapis – tuduhan semacam itu terlalu mudah dan kurang adil. Yang ditunjukkannya adalah bahwa cara menyampaikan kini sudah menjadi bagian dari terbentuknya kewibawaan itu sendiri. Dengan kata lain, di masyarakat platform, kewibawaan ilmu makin sulit dipisahkan dari kewibawaan berbicara.

Akibat lain dari berlimpahnya rujukan adalah tumbuhnya kebiasaan memilih sendiri keterangan yang cocok dengan keyakinannya – kecenderungan seseorang dengan sadar hanya mencari sumber keagamaan yang sejalan dengan pahamnya atau seleranya. Gagasan ini sudah lama dikenal dalam ilmu komunikasi, antara lain melalui penelitian Natalie Stroud, yang menunjukkan bahwa orang cenderung menghindari keterangan yang bertentangan dengan keyakinannya. Di media sosial, kecenderungan itu diperkuat berkali-kali oleh sistem rekomendasi yang mempelajari kebiasaan pengguna lalu terus menyajikan yang sejenis. Akibatnya, seseorang makin jarang berjumpa dengan pandangan lain yang bisa memperluas wawasannya atau memperbaiki pemahamannya.

Dari sudut komunikasi agama, keadaan itu punya akibat yang berat terhadap terbentuknya kewibawaan keilmuan. Ketika seseorang hanya menyantap pandangan yang menguatkan keyakinannya sendiri, ruang perbincangan antartradisi keilmuan menjadi makin

sempit. Padahal sejarah pemikiran Islam menunjukkan hal yang sebaliknya: ilmu justru tumbuh melalui perbincangan, kritik, dan perdebatan yang terbuka. Imam-imam mazhab berbeda pendapat dan saling menghormati; para muridnya mencatat perbedaan itu, bukan menyembunyikannya. Terpecahnya ruang digital berpeluang mengurangi mutu perbincangan semacam itu, sebab algoritma lebih suka menyambungkan seseorang dengan kelompok yang sudah sepaham daripada dengan kelompok yang berbeda. Dengan begitu, keberagaman digital bisa berubah menjadi keterpecahan, bila tidak diimbangi bekal literasi dan budaya berpikir yang kuat.

Gagasan tentang agama yang berjejaring yang dikembangkan Heidi Campbell menyediakan kerangka yang berguna untuk memahami gejala ini. Campbell berpendapat bahwa agama di ruang digital tumbuh melalui jaringan percakapan yang cair, melibatkan banyak orang, dan melintasi batas negara. Kewibawaan tidak lagi semata diproduksi oleh lembaga resmi, tetapi juga melalui pertemuan antara berbagai pihak di dalam jaringan itu. Dalam urusan fatwa, sebuah pandangan keagamaan memperoleh kedudukan bukan hanya karena kekuatan alasannya, tetapi juga karena ada komunitas daring yang giat membagikan, mengomentari, dan menyebarkannya kembali. Dengan begitu, kewibawaan menjadi hasil kerja jaringan, bukan sifat yang menempel pada satu orang atau satu lembaga. Dan karena itu pula, kewibawaan semacam ini bisa runtuh secepat ia dibangun.

Namun perlu ditegaskan bahwa berlimpahnya rujukan tidak selalu berakibat buruk. Sebaliknya, bila disertai bekal literasi yang memadai, beragamnya sumber keterangan dapat memperkaya wawasan umat Islam, memperluas perbincangan antarmazhab, dan mendorong tumbuhnya budaya berpikir yang lebih terbuka. Jadi

persoalannya bukan pada keberagaman itu sendiri, melainkan pada kesanggupan masyarakat menimbang mutu setiap pandangan yang mereka santap. Karena itu, pertanyaan pokok era digital bukan bagaimana membatasi keberagaman — jalan itu mustahil dan juga tidak dikehendaki. Pertanyaannya adalah bagaimana membangun cara menimbang, agar masyarakat sanggup membedakan antara kewibawaan ilmu yang dapat dipercaya dan kepopuleran digital yang hanya sebentar.

Dari seluruh uraian tadi dapat disimpulkan bahwa berlimpahnya rujukan keagamaan adalah akibat yang wajar dari digitalisasi komunikasi Islam. Kelimpahan itu memperluas akses pada ilmu, dan sekaligus memperkeras persaingan antarpelaku keagamaan di ruang publik. Pada waktu yang sama, perubahan itu menggeser cara kepercayaan terbentuk: dari cara yang berpusat pada lembaga menuju cara yang makin dipengaruhi jaringan digital, kecakapan berkomunikasi, dan cara kerja algoritma. Pergeseran inilah yang menjadi pijakan bagi pembahasan berikutnya tentang pengesahan oleh mesin — keadaan ketika petunjuk-petunjuk digital seperti tanda suka, pembagian ulang, komentar, dan jumlah pengikut mulai berfungsi sebagai sumber kepercayaan atas pengetahuan agama.

6.2 Ketika Jumlah Suka Menggantikan Kesepakatan Ulama

6.2.1 Dari Pengesahan Lembaga ke Pengesahan Algoritma

Salah satu perubahan paling mendasar dalam komunikasi agama di era platform adalah bergesernya cara pengetahuan disahkan. Dalam tradisi Islam, sebuah

pendapat memperoleh kedudukan melalui proses yang melibatkan empat hal: kemampuan ilmu, pengujian cara berpikirnya, pengakuan dari sesama ahli, dan penerimaan yang tumbuh pelan-pelan di kalangan ulama. Kewibawaan semacam itu bersifat musyawarah, sebab ia dibangun melalui perdebatan, dialog ilmiah, dan tersambungnyanya tradisi keilmuan. Proses itu tidak selalu berakhir dengan kesepakatan penuh – dan memang tidak harus. Tetapi ia memastikan bahwa setiap pendapat yang berkembang punya dasar yang bisa dipertanggungjawabkan. Jadi pengesahan dalam tradisi Islam pada dasarnya adalah proses sosial dan keilmuan yang berjalan di kalangan ahli, bukan proses hitung-hitungan kepopuleran.

Era media sosial memperkenalkan cara pengesahan yang sama sekali lain. Platform digital menyediakan bermacam angka – jumlah tanda suka, pembagian ulang, komentar, tayangan, unggahan ulang, simpanan, dan jumlah pengikut – yang terus-menerus ditampilkan kepada semua orang. Angka-angka itu semula dirancang hanya untuk mengukur seberapa ramai sebuah konten ditanggapi. Tetapi dalam kehidupan sosial, fungsinya berubah tanpa pernah diputuskan siapa pun. Angka menjadi lambang kelayakan dipercaya dan lambang pengaruh. Makin tinggi angka sebuah konten dakwah, makin besar kecenderungan orang lain menganggapnya penting, cocok, bahkan benar. Dengan begitu, angka digital mulai menjalankan pekerjaan sosial yang jauh melampaui maksud teknisnya.

Gejala itu dapat dipahami melalui gagasan bukti sosial yang diperkenalkan Robert Cialdini. Menurutnyanya, manusia cenderung menilai sebuah tindakan atau keterangan sebagai benar ketika ia melihat banyak orang lain mendukungnya. Itu jalan pintas yang masuk akal dan

sudah lama dipakai manusia — kalau banyak orang makan di warung itu, mungkin makanannya memang enak. Di dunia digital, tanda suka, komentar pujian, dan jumlah tayangan menjadi bentuk bukti sosial semacam itu, dan ia memengaruhi pandangan orang atas mutu sebuah konten. Ketika sebuah video fatwa mencapai jutaan tayangan dan ribuan komentar yang membenarkan, banyak orang menyimpulkan bahwa pendapat itu memang berwibawa — padahal mereka belum tentu memahami dasar fikih yang dipakainya. Akibatnya, menimbang alasan tergantikan oleh menghitung dukungan.

Perkembangan ini melahirkan apa yang buku ini sebut pengesahan oleh mesin, yakni keadaan ketika kepercayaan masyarakat terhadap sebuah pengetahuan dibentuk dari gabungan dua hal: kebiasaan para pengguna dan sistem rekomendasi platform. Bedanya dengan pengesahan keilmuan sangat tajam. Pengesahan keilmuan menimbang mutu alasan; pengesahan oleh mesin hanya mengukur pola tanggapan. Makin besar tanggapan yang dihasilkan, makin besar peluang mesin menyarankan konten itu kepada orang lain. Dari situ lahir putaran yang saling menguatkan, yang terus membesarkan keterlihatan sekaligus membesarkan kesan bahwa sesuatu itu layak dipercaya.

Istilah Kunci: Pengesahan oleh Mesin dan Ijmak Versi Digital

Pengesahan oleh mesin — atau validasi algoritmik — adalah keadaan ketika sebuah pandangan keagamaan dipercaya publik karena gabungan dua hal: perilaku para pengguna dan pilihan sistem rekomendasi platform. Akibatnya, kepopuleran yang bisa dihitung — jumlah tayangan, tanda suka, komentar, dan pembagian ulang — berubah fungsi menjadi tanda bahwa sesuatu itu layak dipercaya. Ketika penerimaan ramai-ramai berdasarkan angka semacam itu lalu dirasakan orang sebagai “kesepakatan umat”, lahirlah apa yang buku ini sebut ijmak versi digital. Perlu ditegaskan, istilah itu dipakai untuk menamai gejala, bukan untuk membenarkannya. Secara mendasar ia sangat berbeda dari ijmak dalam ilmu usul fikih, yang lahir dari kesepakatan para ahli, bukan dari jumlah jempol.

Gagasan tentang pengesahan oleh mesin menjadi salah satu pijakan penting untuk memahami berubahnya komunikasi agama di era algoritma. Ia menerangkan bahwa persoalan utamanya bukan sekadar banyaknya keterangan keagamaan yang tersedia. Yang berubah adalah mesin sosial yang menentukan keterangan mana yang mendapat perhatian, mana yang dipercaya, dan akhirnya mana yang membentuk arah keberagamaan masyarakat. Bagian berikutnya akan memperdalam bagaimana pengesahan semacam itu melahirkan apa yang dapat disebut ijmak versi digital — kesepakatan yang dibangun dari angka tanggapan, dan yang sering dikira orang sebagai petunjuk kebenaran agama.

6.2.2 Suka, Bagikan, dan Komentar sebagai Ijmak Versi Baru

Salah satu watak paling menonjol masyarakat digital adalah makin besarnya peran angka dalam membentuk pandangan orang tentang mutu sebuah keterangan. Di platform digital, hampir setiap gerakan

pengguna dicatat, dihitung, dan ditampilkan secara terbuka — jumlah tanda suka, pembagian ulang, komentar, tayangan, unggahan ulang, dan jumlah pengikut. Dari sisi teknis, angka-angka itu memang dirancang hanya untuk mengukur keramaian. Tetapi dalam kehidupan sosial, fungsinya bergeser jauh. Angka digital tidak lagi sekadar mewakili kegiatan pengguna; ia tumbuh menjadi lambang kelayakan, kepercayaan, bahkan kewibawaan. Dalam urusan komunikasi agama, keadaan ini melahirkan gejala yang perlu kita waspadai: kepopuleran di layar dirasakan orang sebagai tanda bahwa umat sudah menerima sebuah pandangan keagamaan.

Gejala itu dapat dibaca dengan gagasan tentang kenyataan sosial yang dibangun bersama, yang dikembangkan Peter Berger dan Thomas Luckmann. Menurut keduanya, kenyataan sosial terbentuk melalui tiga tahap yang berjalan terus-menerus: dikeluarkan, dianggap ada dengan sendirinya, lalu diserap kembali ke dalam diri. Di era media sosial, tahap kedua — ketika sesuatu mulai dirasakan ada dengan sendirinya — tidak lagi hanya dikerjakan oleh lembaga pendidikan, organisasi keagamaan, atau kalangan ulama. Ia juga dikerjakan oleh sistem perhitungan yang menerjemahkan kebiasaan pengguna menjadi angka. Ketika sebuah ceramah mencapai jutaan tayangan dan puluhan ribu komentar pujian, angka-angka itu menjelma menjadi semacam kenyataan yang berdiri sendiri, dan kenyataan itu memengaruhi pandangan orang lain atas mutunya. Dengan begitu, algoritma ikut membangun kenyataan sosial kita — melalui pekerjaan menghitung perhatian.

Dalam tradisi Islam, ijmak punya kedudukan yang sangat tinggi, sebagai salah satu sumber hukum sesudah Al-Qur'an dan Sunnah menurut kebanyakan mazhab usul fikih. Ijmak dipahami sebagai kesepakatan para mujtahid

atas sebuah persoalan hukum pada satu masa sesudah Nabi Muhammad saw. wafat. Dan di sinilah letak yang perlu dicamkan: yang menjadi dasar kekuatan ijmak bukanlah banyaknya orang yang menyetujui, melainkan mutu keilmuan para ulama yang terlibat dalam kesepakatan itu. Ijmak adalah perangkat keilmuan yang lahir dari perdebatan, dari penguasaan cara berpikir yang tertib, dan dari rasa tanggung jawab akhlak dalam menafsirkan syariat. Bukan dari jumlah tangan yang terangkat.

Di era algoritma muncul gejala yang sesungguhnya sangat berbeda, tetapi terasa mirip di mata orang awam. Banyak pengguna media sosial, tanpa menyadarinya, menganggap bahwa sebuah pendapat keagamaan yang memperoleh jutaan tanda suka, dibagikan ribuan kali, dan didukung ribuan komentar pujian adalah pendapat yang paling benar atau paling sesuai dengan Islam. Dalam buku ini, gejala itu disebut ijmak versi digital, yakni bentuk penerimaan bersama yang dibangun dari angka tanggapan, bukan dari musyawarah keilmuan sebagaimana ijmak dalam usul fikih. Perlu ditegaskan sekeras-kerasnya: istilah itu dipakai untuk menamai gejala, bukan untuk membenarkannya. Keduanya tidak boleh disamakan, sebab dasarnya sama sekali berlainan. Ijmak bertanya siapa yang menyepakati dan atas dasar apa. Ijmak versi digital tidak bertanya apa pun; ia hanya menjumlah. Dan penjumlahan, sebesar apa pun angkanya, tidak pernah berubah menjadi alasan.

Gagasan tentang ijmak versi digital memperlihatkan bagaimana cara pengesahan berubah akibat cara kerja platform. Di ruang digital, makin banyak orang menanggapi sebuah konten, makin besar peluang mesin menyarakannya kepada orang lain. Dari situ lahir putaran yang membesar dengan cepat. Konten yang sudah

populer menjadi makin populer, karena mesin membaca ramainya tanggapan sebagai tanda bahwa konten itu memang penting. Sebaliknya, konten yang mutu ilmunya tinggi tetapi tanggapannya sepi cenderung tidak disarankan kepada siapa-siapa, sehingga ia tetap tinggal di pinggiran dan tidak pernah ditemukan. Perlu diingat duduk persoalannya: dalam seluruh putaran itu, mesin tidak pernah sekali pun menimbang benar-tidaknya isi. Ia hanya memperbesar peluang orang menanggapi.

Gejala itu menunjukkan bahwa algoritma telah mengubah cara kepercayaan dibagikan di ruang publik digital. Dahulu kepercayaan dibangun melalui pengakuan kalangan berilmu — berjalan lambat, tetapi mendalam. Sekarang kepercayaan masyarakat dapat terbentuk dalam hitungan jam, lewat sebuah konten yang viral. Perubahan waktu ini punya akibat yang berat bagi komunikasi agama. Sebuah pendapat keagamaan yang baru muncul dapat memperoleh pengakuan publik dengan sangat cepat, tanpa pernah melewati pemeriksaan keilmuan yang pantas. Sebaliknya, hasil kajian akademik atau fatwa resmi yang menuntut penelitian berbulan-bulan sering kalah dalam perebutan perhatian — bukan karena isinya lemah, melainkan karena bentuk penyajiannya tidak cocok dengan selera platform.

Gagasan tentang otoritas algoritmik menerangkan gejala ini dengan baik. Clay Shirky menjelaskan bahwa masyarakat digital makin mempercayai hasil pilihan mesin sebagai cara menyaring keterangan yang praktis. Tarleton Gillespie kemudian memperluas pendapat itu dengan menunjukkan bahwa algoritma bukan hanya mengurutkan keterangan, tetapi juga membentuk pandangan orang banyak tentang apa yang penting, apa yang cocok, dan apa yang pantas diperhatikan. Dalam urusan komunikasi agama, keadaan ini membuat

rekomendasi mesin memegang peran yang hampir menyerupai peran penyunting — peran yang dahulu dipegang ulama, pemimpin redaksi, atau lembaga pendidikan. Bedanya satu dan mendasar: mesin bekerja dengan membaca data kebiasaan pengguna, bukan dengan menimbang mutu isi pesan.

Akibat lain yang muncul adalah makin kuatnya kecenderungan ikut arus — perilaku mengikuti pandangan yang sudah didukung banyak orang. Dalam ilmu jiwa sosial, gejala ini menerangkan bahwa seseorang sering menerima sebuah keyakinan bukan karena ia sudah menimbang alasannya, melainkan karena ia melihat banyak orang lain mendukungnya. Di media sosial, jumlah tanda suka, komentar, dan pembagian ulang memperkuat kesan bahwa ada dukungan bersama atas sebuah pandangan. Dalam persoalan keagamaan, keadaan itu dapat mempercepat menyebarnya satu tafsiran tertentu, dan pada waktu yang sama mempersempit ruang perenungan kritis yang justru menjadi bagian penting dari tradisi pemikiran Islam.

Namun perlu ditegaskan sekali lagi bahwa ijmak versi digital sangat berbeda wataknya dari ijmak dalam tradisi Islam. Ijmak dibangun dari kewibawaan ilmu, dari alasan yang tertib, dan dari tanggung jawab keilmuan yang berat. Sebaliknya, ijmak versi digital terbentuk dari tumpukan perilaku pengguna yang sangat beragam, tanpa sedikit pun menimbang kemampuan ilmu mereka. Dukungan atas sebuah konten bisa muncul karena banyak sebab: karena merasa dekat dengan si pembicara, karena videonya bagus, karena cocok dengan pahamnya, karena merasa sekelompok, atau sekadar karena konten itu sedang ramai dibicarakan. Semua sebab itu manusiawi, tetapi tak satu pun berhubungan dengan sah-tidaknya

sebuah pendapat. Karena itu kepopuleran digital tidak dapat dipakai sebagai ukuran kebenaran.

Dari sudut komunikasi Islam, gejala ini menghadirkan tantangan yang penting. Lembaga fatwa, kampus Islam, pesantren, dan organisasi keagamaan tidak lagi cukup hanya menghasilkan pengetahuan yang bermutu. Mereka juga harus memikirkan bagaimana pengetahuan itu bisa terlihat di dunia platform. Ini sama sekali bukan ajakan agar lembaga keagamaan mengejar viral — tujuan itu akan merusak apa yang hendak dijaganya. Maksudnya satu: diperlukan cara berkomunikasi yang sanggup menyambungkan kedalaman ilmu dengan kesanggupan menjangkau orang. Dengan begitu, tantangan komunikasi Islam di era algoritma bukan sekadar menghasilkan pengetahuan yang benar, melainkan juga memastikan pengetahuan itu sanggup bersaing dalam perebutan perhatian yang menjadi watak utama masyarakat platform. Tantangannya, ia harus bersaing tanpa menjadi seperti apa yang dilawannya.

Dari seluruh pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa tanda suka, pembagian ulang, komentar, dan berbagai angka digital lainnya telah tumbuh menjadi cara pengesahan sosial yang baru, dan ikut memengaruhi cara masyarakat menilai kewibawaan keagamaan. Gejala ijmak versi digital menunjukkan bahwa penerimaan bersama di ruang digital makin dibentuk oleh cara kerja algoritma dan kebiasaan pengguna, bukan oleh pemeriksaan keilmuan. Temuan ini memperkuat pokok argumen bab ini: terpecahnya ruang keagamaan di era algoritma tidak hanya terjadi karena banyaknya sumber keterangan, tetapi juga karena berubahnya mesin sosial yang menentukan keterangan mana yang dianggap layak dipercaya. Proses itu selanjutnya ikut melahirkan ruang

gema, mengerasnya kelompok, dan terbelahnya ruang publik Islam, yang akan dibahas pada bagian berikutnya.

6.3 Pengerasan Kelompok dan Ruang Gema Keagamaan

6.3.1 Ketika Beranda Dipersonalisasi, Ruang Publik Terbelah

Bagian sebelumnya membahas bagaimana algoritma memengaruhi pengesahan pengetahuan. Persoalan berikutnya adalah bagaimana algoritma membentuk cara kelompok-kelompok umat berhubungan satu dengan yang lain di ruang publik Islam. Salah satu akibat terpenting dari beranda yang disaring khusus untuk tiap orang adalah munculnya ruang gema dan mengerasnya kelompok — keadaan ketika seseorang makin sering berjumpa dengan keterangan yang membenarkan keyakinannya sendiri, sementara perjumpaannya dengan pandangan lain makin jarang. Gejala ini tidak hanya mengubah cara orang menyantap keterangan agama. Ia mengubah cara umat Islam memahami perbedaan, membangun perbincangan, dan merasa sebagai satu kelompok di ruang digital.

Dalam gagasan tentang ruang publik yang dikembangkan Jürgen Habermas, ruang publik yang ideal adalah tempat warga bertukar alasan secara jernih untuk mencapai pengertian bersama. Tetapi rancangan platform digital bekerja dengan asas yang berbeda. Alih-alih mempertemukan bermacam pandangan, algoritma justru lebih suka menyambungkan seseorang dengan konten yang paling cocok dengan seleranya, riwayat tontonannya, dan jaringan pertemanannya. Akibatnya, ruang publik digital tumbuh bukan sebagai satu balai pertemuan,

melainkan sebagai kumpulan ruang-ruang kecil yang secara teknis tersambung tetapi secara pikiran makin terpisah. Tersambung tetapi tidak saling mendengar: itulah keadaan yang khas hari ini.

Rancangan mesin yang dipakai platform seperti YouTube, TikTok, Instagram, Facebook, dan X pada dasarnya dibuat untuk satu tujuan: membuat pengguna bertahan selama mungkin. Sistem rekomendasi mempelajari seluruh jejak pengguna – apa yang ia cari, berapa lama ia menonton, apa yang ia sukai, apa yang ia komentari, siapa yang ia ikuti, dan apa yang sering ia bagikan – untuk menyusun gambaran selera yang makin tepat. Berdasarkan gambaran itu, mesin menyajikan konten yang peluangnya paling besar untuk menahan perhatiannya. Dari sudut bisnis platform, cara ini sangat masuk akal: makin lama seseorang bertahan di dalam aplikasi, makin besar peluang mendapatkan uang dari iklan dan layanan lainnya. Tetapi dari sudut komunikasi agama, penyaringan semacam itu melahirkan akibat yang jauh lebih berbelit, sebab ia membangun lingkungan keterangan yang sangat pilih-pilih.

Gagasan tentang gelembung penyaringan yang diperkenalkan Eli Pariser menerangkan gejala ini dengan tepat. Pariser berpendapat bahwa penyaringan oleh mesin menciptakan semacam gelembung keterangan, di mana seseorang pelan-pelan hanya menerima hal-hal yang sejalan dengan selernya yang sudah terbaca. Bedanya dengan penyensoran biasa sangat penting: penyensoran dilakukan terang-terangan dan bisa dilawan, sedangkan gelembung penyaringan bekerja tanpa terlihat, melalui perhitungan yang hampir tidak disadari penggunaannya. Dalam kehidupan beragama secara digital, seorang Muslim yang sering menonton ceramah dari satu kelompok tertentu akan makin banyak disuguhi konten

dari kelompok yang sama, sementara peluangnya menemukan pandangan lain makin kecil. Akibatnya, pengalaman beragamnya tumbuh di dalam ruang yang makin seragam – dan ia sendiri merasa sedang bebas memilih.

Gejala itu ikut melahirkan ruang gema, yakni lingkungan percakapan di mana keyakinan yang sudah dimiliki seseorang terus-menerus dipantulkan kembali kepadanya melalui perjumpaan dengan orang-orang yang sepaham. Cass Sunstein menerangkan bahwa ketika seseorang hanya bergaul dengan kelompok yang sepikiran, pendiriannya cenderung menjadi makin keras, bukan makin teduh. Dalam Islam digital, ruang gema dapat terbentuk di sekitar bermacam kecenderungan pemikiran – yang menjaga tradisi, yang membaharui, yang bercorak salafi, yang bercorak tasawuf, yang progresif, dan banyak lainnya. Perlu dicatat dengan adil: algoritma tidak menciptakan paham-paham itu. Semuanya sudah ada sebelum internet. Yang dilakukan algoritma adalah memperkuat pemisahan keterangan, sehingga tiap kelompok makin jarang bersungguh-sungguh berbincang dengan kelompok lain.

Perlu ditegaskan bahwa adanya komunitas digital dengan kecenderungan keagamaan tertentu sama sekali bukan hal yang buruk. Dalam banyak kejadian, komunitas daring justru menjadi tempat belajar, tempat saling menguatkan, jalan memperluas akses pada pendidikan Islam, dan jalan membangun kepedulian antarwilayah. Banyak majelis taklim daring, kelas tafsir di layar, kelompok penghafal Al-Qur'an, dan halaqah fikih yang tumbuh dengan sangat baik melalui media sosial dan aplikasi perpesanan. Jutaan orang yang dulu tidak punya akses kini bisa mengaji. Persoalan baru muncul ketika algoritma secara terus-menerus mengurangi kemungkinan

terjadinya perbincangan antarkelompok, sampai setiap kelompok makin yakin bahwa pandangannyalah satu-satunya wajah Islam yang benar.

Dari gagasan masyarakat jejaring yang dikembangkan Manuel Castells, masyarakat digital tidak lagi tersusun terutama berdasarkan kedekatan tempat tinggal, melainkan berdasarkan jaringan percakapan yang dibentuk teknologi. Jati diri seseorang dibangun melalui sambungannya di dalam jaringan yang punya nilai, cerita, dan arah yang seragam. Dalam Islam digital, hal itu berarti jati diri keagamaan seseorang makin dipengaruhi oleh komunitas di layar yang mungkin berada ribuan kilometer dari rumahnya. Bayangkan seorang mahasiswa di Surabaya yang merasa jauh lebih sepuas dan jauh lebih dekat dengan sebuah komunitas daring di Timur Tengah daripada dengan jemaah masjid di kampungnya sendiri — padahal setiap hari ia melewati masjid itu. Gejala ini memperlihatkan bahwa digitalisasi telah mencabut kewibawaan keagamaan dari tempatnya: ruang pembentukan jati diri tidak lagi bergantung pada batas wilayah.

Perubahan itu punya akibat pada apa yang kita sebut ruang publik Islam. Sepanjang sejarah, ruang publik Islam dibentuk melalui perjumpaan di masjid, di pesantren, di majelis ilmu, dan di organisasi kemasyarakatan. Di tempat-tempat itu perbedaan pandangan tentu ada, tetapi orang bertemu badan: bisa bertanya, bisa diluruskan, bisa bersalaman sesudah berdebat. Sebaliknya, ruang publik digital lebih terbagi-bagi, sebab perjumpaannya diatur mesin yang mengutamakan kesamaan selera. Akibatnya, ruang publik Islam tidak lagi berbentuk satu balai yang cukup terbuka bagi semua, melainkan jaringan berbagai komunitas digital yang masing-masing punya pagarnya sendiri.

Dalam kajian agama digital, Heidi Campbell menerangkan bahwa komunitas keagamaan daring tidak sekadar menyalin komunitas tatap muka. Ia membentuk pola hubungan yang baru: lebih lentur, lebih melibatkan banyak orang, dan melintasi batas. Tetapi pola baru itu juga lebih mudah pecah, sebab tidak punya perangkat kelembagaan yang kuat untuk mengelola perbedaan. Ketika terjadi perdebatan soal fikih, politik, atau jati diri keagamaan, penyelesaiannya sering tidak berlangsung melalui musyawarah atau lewat kewibawaan sebuah lembaga, melainkan melalui perebutan pesan yang diperbesar oleh algoritma. Dengan begitu, sebuah perselisihan tidak hanya dipengaruhi oleh pokok perkaranya, tetapi juga oleh cara platform memperbesar jangkauan konten yang paling memanaskan perasaan. Yang menang bukan yang paling benar, melainkan yang paling nyaring.

Sisi kejiwaan dari penyaringan oleh mesin juga tidak boleh diabaikan. Berbagai penelitian ilmu jiwa komunikasi, antara lain oleh Raymond Nickerson, menunjukkan bahwa manusia cenderung mengalami bias konfirmasi, yakni kecenderungan mencari, menerima, dan mengingat keterangan yang menguatkan keyakinan yang sudah ia pegang. Algoritma platform memperbesar kecenderungan itu, sebab ia terus menyediakan keterangan yang sejalan dengan selera penggunanya. Akibatnya, ruang digital menjadi lingkungan yang menguatkan keyakinan lama, bukan lingkungan yang mendorong seseorang memeriksa ulang dirinya. Dalam urusan komunikasi agama, keadaan ini dapat mengikis tiga hal sekaligus: kebiasaan memeriksa sebelum mempercayai atau tabayyun, kebiasaan berdebat dengan cara yang paling baik, dan etika berbeda pendapat yang selama ini menjadi warisan berharga pemikiran Islam.

Namun penting dicatat bahwa algoritma bukan satu-satunya sebab mengerasnya kelompok. Algoritma bekerja bersama banyak hal lain: keadaan sosial, politik, ekonomi, budaya, dan kejiwaan. Mengerasnya kelompok sering dipengaruhi oleh rasa sekelompok, oleh persaingan politik, oleh gerak organisasi keagamaan, dan oleh berubahnya susunan masyarakat secara lebih luas. Dengan kata lain, algoritma lebih tepat dipahami sebagai pengeras suara daripada sebagai pencipta. Ia memperkuat kecenderungan yang sudah ada, mempercepat menyebarnya sebuah cerita, dan memanaskan pergaulan di dalam kelompok — tetapi ia tidak menciptakan perselisihan dari keadaan yang semula benar-benar tenang. Pemahaman ini penting agar kita tidak jatuh pada anggapan bahwa teknologi adalah sebab dari segala sesuatu, sebuah anggapan yang menyenangkan karena menghapus tanggung jawab kita sendiri.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa penyaringan oleh mesin telah mengubah bangunan ruang publik Islam, dari bangunan yang cukup menyatu menjadi bangunan yang makin terpecah. Keterpecahan itu melahirkan komunitas-komunitas digital yang sangat rekat di dalamnya, tetapi makin sedikit bergaul dengan kelompok lain. Dalam jangka panjang, keadaan ini berpeluang mengurangi kesanggupan umat Islam membangun perbincangan antarpandangan, mempersempit ruang musyawarah, dan mengeraskan pemisahan dalam kehidupan keberagamaan. Karena itu, tantangan utama komunikasi Islam di era algoritma bukan hanya memperluas akses pada keterangan — itu sudah tercapai dengan sendirinya. Tantangannya adalah membangun kembali ruang publik digital yang sanggup memelihara perbincangan, penghormatan pada perbedaan, dan kepercayaan antarkelompok. Dan ruang

semacam itu tidak akan tumbuh sendiri; ia harus diupayakan dengan sadar.

6.3.2 Mengapa Konten yang Memanaskan Lebih Menguntungkan

Berbeda dari pemahaman lama yang melihat mengerasnya kelompok terutama sebagai akibat perbedaan paham atau mazhab, di masyarakat platform ia juga diproduksi oleh cara kerja perebutan perhatian. Dalam cara mencari uang platform digital, perhatian pengguna adalah harta yang paling berharga. Makin besar perhatian yang diraih sebuah konten, makin besar nilainya bagi platform – melalui bertambahnya waktu pemakaian, bertambahnya tampilan iklan, dan bertumpuknya data tentang kebiasaan pengguna. Karena itu, algoritma cenderung mengutamakan konten yang sanggup membangkitkan perasaan, memancing perdebatan, mengejutkan, atau memperlihatkan perselisihan. Alasannya bukan ideologi, melainkan kenyataan yang terukir: jenis konten semacam itu memang menghasilkan tanggapan jauh lebih banyak daripada konten yang teduh atau akademis.

Dalam komunikasi keagamaan, keadaan itu melahirkan dorongan yang tertanam dalam sistemnya sendiri: dorongan untuk memeras persoalan yang rumit menjadi cerita dua kubu. Benar melawan sesat. Sunah melawan bidah. Kami melawan mereka. Islam yang asli melawan Islam yang menyimpang. Perlu dikatakan dengan jujur bahwa cerita semacam itu tidak mewakili seluruh dunia dakwah digital – ada banyak pendakwah yang tetap teduh dan tetap hati-hati. Masalahnya, algoritma sering memberi panggung yang lebih luas kepada konten yang menggerakkan perasaan dengan kuat. Akibatnya, mengerasnya kelompok tidak hanya lahir dari

perbedaan keyakinan. Ia juga diperkuat oleh susunan ekonomi platform, yang menghargai keramaian di atas mutu percakapan.

Cara kerja perebutan perhatian pada dasarnya mengubah perhatian manusia menjadi barang yang bisa diperjualbelikan. Michael Goldhaber termasuk orang pertama yang mengemukakan bahwa di masyarakat digital, yang langka bukan lagi keterangan, melainkan perhatian. Gagasan itu kemudian dikembangkan Thomas Davenport dan John Beck, yang menerangkan bahwa berhasilnya komunikasi di era digital sangat ditentukan oleh kesanggupan merebut dan menahan perhatian pendengarnya. Di dunia platform, perhatian seseorang punya nilai dua lapis: nilai sosial dan nilai uang. Nilai uangnya datang dari penjualan ruang iklan, dari penyusunan ramalan tentang perilaku pengguna, dan dari pengolahan data. Artinya, setiap kali kita menanggapi sebuah konten keagamaan — menyukai, berkomentar, membagikan — kita sesungguhnya juga sedang menjadi bagian dari roda ekonomi platform itu, baik kita menyadarinya atau tidak.

Akibat dari cara berdagang semacam itu adalah lahirnya dorongan mesin untuk mengangkat konten yang paling menggerakkan perasaan. Berbagai penelitian tentang perilaku di media sosial — antara lain oleh Jonah Berger dan Katherine Milkman, serta oleh William Brady dan rekan-rekannya — menunjukkan bahwa konten yang membangkitkan kemarahan, keterkejutan, ketakutan, atau rasa sekelompok berpeluang jauh lebih besar untuk dibagikan dibanding konten yang tenang dan menguraikan. Dalam komunikasi keagamaan, temuan ini menerangkan satu hal yang sering membuat kita bertanya-tanya: mengapa potongan ceramah yang berisi serangan keras kepada kelompok tertentu, tuduhan sesat kepada

pihak lain, atau pernyataan yang memancing perdebatan hampir selalu menyebar jauh lebih luas daripada kajian fikih yang menyeluruh atau diskusi yang penuh kehati-hatian. Jawabannya sederhana dan tidak menyenangkan: algoritma tidak memilih konten berdasarkan pahamnya, melainkan berdasarkan kesanggupannya membuat orang bereaksi.

Gejala itu memperlihatkan hubungan yang rapat antara susunan ekonomi platform dan mengerasnya kelompok di kalangan umat. Mengerasnya kelompok tidak lagi semata akibat perbedaan menafsirkan agama. Ia juga buah tidak langsung dari sistem yang memberi ganjaran lebih besar kepada tergeraknya perasaan daripada kepada bekerjanya pikiran. Pada banyak kejadian, konten yang memeras persoalan rumit menjadi hitam-putih jauh lebih mudah mendapat perhatian daripada penjelasan yang mengakui bahwa persoalannya memang berlapis, bahwa pendapat ulama memang berbeda-beda, dan bahwa ada riwayat panjang di belakangnya. Akibatnya, ruang publik digital cenderung memberi keuntungan kepada suara yang menantang, bukan kepada suara yang mengajak berpikir bersama.

Dilihat dengan gagasan pengaruh media atas agama, gejala itu menunjukkan bahwa aturan main media sudah masuk ke dalam proses pembentukan makna keagamaan. Stig Hjarvard menegaskan bahwa ketika agama bergerak di dalam dunia media, ia tidak hanya memakai media sebagai saluran. Ia juga menyesuaikan diri dengan watak media itu sendiri. Di era algoritma, penyesuaian itu menjadi makin kuat, sebab berhasilnya sebuah pesan tidak hanya ditentukan oleh kesanggupan menyampaikannya, tetapi juga oleh kesanggupan menghasilkan tanda-tanda yang dianggap penting oleh mesin. Akibatnya, sebagian pembuat konten keagamaan

– dengan sadar maupun tidak – mulai mengubah cara bicaranya agar lebih cocok dengan jalan menuju viral: judul yang memancing klik, potongan video yang dibuat menegangkan, dan pilihan kata yang mempertajam garis antarkubu.

Perubahan itu berakibat pada mutu percakapan keagamaan. Dalam tradisi pemikiran Islam, pembahasan tentang fikih, akidah, maupun akhlak berlangsung dengan alasan yang bertingkat, mempertimbangkan keadaan, memperhatikan perbedaan mazhab, dan menjauhi penyederhanaan yang berlebihan. Sebaliknya, media sosial mendorong pembicaraan yang singkat, cepat, dan mudah ditelan. Kerumitan cara berpikir sering harus diperas menjadi video kurang dari satu menit atau kutipan pendek yang mudah dibagikan. Cara itu memang jitu untuk menjangkau banyak orang. Tetapi ia memperbesar tiga risiko sekaligus: hilangnya keadaan yang melatari, menyusutnya alasan, dan lahirnya salah paham terhadap ajaran Islam.

Selain mengubah bentuk pembicaraan, perebutan perhatian juga mengubah perilaku para pembuat konten keagamaan itu sendiri. Di lingkungan yang penuh persaingan, seorang kreator menghadapi tekanan untuk menjaga jumlah pengikutnya, menaikkan keramaian, dan mempertahankan keterlihatannya di mata mesin. Tekanan itu dapat mendorong sebagian dari mereka memilih tema yang lebih mengguncang daripada yang mendidik, atau mengutamakan perkara yang sedang ramai daripada kebutuhan pembinaan umat yang berjangka panjang. Dengan begitu, arah komunikasi keagamaan berpeluang bergeser: dari arah mendidik menuju arah pertunjukan, yakni pembicaraan yang dirancang terutama untuk mendapat perhatian orang.

Perlu dicatat bahwa gejala ini tidak hanya menimpa orang per orang, tetapi juga lembaga keagamaan. Lembaga dakwah, pesantren, organisasi kemasyarakatan Islam, bahkan kampus mulai menghadapi pilihan yang sulit: menjaga kedalaman keilmuan, atau memenuhi tuntutan komunikasi digital yang cepat. Di satu sisi mereka dituntut menjaga mutu ilmu. Di sisi lain mereka harus bersaing dengan para pemain digital yang jauh lebih cepat bergerak dan lebih luwes memanfaatkan watak platform. Pilihan sulit itu menunjukkan bahwa perubahan digital tidak hanya mengubah perilaku orang per orang, tetapi juga memaksa lembaga-lembaga untuk menyesuaikan diri. Bahkan lembaga yang paling mapan pun tidak terkecuali.

Namun mengaitkan seluruh mengerasnya kelompok dengan algoritma akan menghasilkan anggapan yang tidak seluruhnya tepat — anggapan bahwa teknologi adalah sebab dari segalanya. Mengerasnya kelompok sesungguhnya punya banyak sisi: ia dipengaruhi oleh sejarah politik, oleh pergulatan jati diri, oleh susunan masyarakat, oleh kepentingan ekonomi, dan oleh hubungan kekuasaan. Algoritma memang memperbesar sebaran sebuah cerita, tetapi isi cerita itu datang dari manusia — dari pihak-pihak yang punya kepentingan, paham, dan rencananya sendiri. Karena itu, menimbang mengerasnya kelompok harus menempatkan algoritma sebagai bagian dari sistem sosial yang lebih luas, bukan sebagai satu-satunya biang keladi.

Dari sudut komunikasi Islam, tantangan utamanya bukan menghapus perbedaan pendapat — sebab ikhtilāf adalah bagian dari sejarah pemikiran Islam dan justru menjadi tanda kesuburannya. Tantangannya adalah mencegah agar perbedaan itu tidak berkembang menjadi pengerasan yang menghabisi ruang perbincangan. Tradisi etika berbeda pendapat mengajarkan bahwa perbedaan

cara berpikir harus disikapi dengan menghormati kejujuran keilmuan pihak lain, bukan dengan merendahkan jati dirinya. Di masyarakat digital, pegangan itu perlu diterjemahkan menjadi kebiasaan nyata: memeriksa keterangan sebelum mempercayainya atau tabayyun, beralasan dengan dalil, menghormati beragamnya mazhab, dan memakai media sosial dengan rasa tanggung jawab.

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa mengerasnya kelompok di era platform tidak dapat dipahami hanya sebagai akibat perbedaan ajaran atau paham. Ia juga akibat dari susunan perebutan perhatian, yang memberi ganjaran kepada konten yang paling kuat menggerakkan perasaan. Dengan begitu, tantangan komunikasi Islam hari ini bukan hanya menghasilkan pengetahuan yang benar, melainkan juga menyusun cara berkomunikasi yang sanggup bersaing di dunia digital tanpa mengorbankan kejujuran ilmu dan akhlak dakwah. Temuan ini menjadi pijakan untuk memahami bagaimana terpecahnya dan mengerasnya umat selanjutnya ikut melahirkan zaman pasca-kebenaran dalam dakwah digital. Persoalan itulah yang akan kita bahas sekarang.

6.4 Ketika Benar dan Meyakinkan Tidak Lagi Sama

6.4.1 Memahami Zaman Pasca-Kebenaran dalam Dakwah

Perkembangan teknologi digital ikut melahirkan gejala yang dalam dua dekade terakhir menjadi perhatian utama para ahli komunikasi, yaitu zaman pasca-kebenaran. Istilah ini mendapat perhatian dunia setelah dipilih sebagai kata tahun oleh Oxford Dictionaries pada 2016, sebagaimana ditelusuri Lee McIntyre. Yang

dimaksud adalah keadaan ketika kenyataan yang dapat diperiksa punya pengaruh lebih kecil atas pendapat umum dibanding perasaan, keyakinan pribadi, dan rasa sekelompok. Di masyarakat platform, sebuah keterangan tidak lagi dinilai terutama dari benar-tidaknya atau dari kekuatan alasannya, melainkan dari sejauh mana ia menguatkan keyakinan yang sudah dipegang pembacanya. Gejala ini sangat berat akibatnya bagi komunikasi agama, sebab ia menyentuh cara masyarakat memahami kewibawaan, kebenaran, dan kelayakan sebuah ilmu untuk dipercaya.

Dari sudut komunikasi Islam, zaman pasca-kebenaran tidak cukup dipahami sebagai menyebarnya kabar yang keliru atau kabar yang sengaja dipelintir. Yang lebih mendasar adalah bergesernya cara orang menimbang kebenaran. Tradisi pengetahuan Islam sejak awal menempatkan empat hal sebagai pegangan utama dalam menerima maupun menyampaikan kabar: memeriksa lebih dulu atau tabayyun, bersikap jujur, teliti dalam mencatat, dan beralasan dengan bukti. Ilmu hadis, misalnya, tumbuh melalui pemeriksaan jalur periwayatan dan pemeriksaan isi yang luar biasa ketatnya — sebuah sistem yang dibangun berabad-abad sebelum orang bicara tentang pemeriksaan fakta. Jadi secara sejarah, budaya berpikir Islam dibangun di atas etika memeriksa, bukan di atas kebiasaan meneruskan.

Namun watak media sosial justru sering bergerak ke arah yang berlawanan. Cepatnya kabar menyebar, desakan untuk menjadi yang pertama membagikan, dan ganjaran mesin bagi apa pun yang viral melahirkan lingkungan yang lebih mengutamakan kecepatan daripada ketepatan. Dalam urusan agama, akibatnya sangat terasa. Kutipan ayat, hadis, fatwa, dan pendapat ulama sering beredar dalam bentuk yang terpotong, lepas dari keadaan

yang melatarinya, atau bahkan berubah maknanya. Dan ketika kabar itu kebetulan cocok dengan paham si pembaca, keinginannya untuk memeriksa menjadi makin tipis. Akibatnya, kebiasaan tabayyun yang menjadi dasar komunikasi Islam terancam tergeser oleh kebiasaan membagikan dalam sekejap.

Zaman pasca-kebenaran dalam urusan agama juga berkaitan erat dengan makin besarnya peran jati diri dalam menerima sebuah kabar. Penelitian ilmu jiwa politik tentang penalaran yang digerakkan keinginan, antara lain oleh Charles Taber dan Milton Lodge, menunjukkan bahwa seseorang lebih mudah menerima kabar yang menguatkan kelompoknya daripada kabar yang bertentangan dengan keyakinannya. Dalam persoalan keagamaan, jati diri mazhab, organisasi, komunitas dakwah, dan paham sering menjadi penentu utama apakah sebuah kabar dipercaya atau ditolak. Dengan begitu, sebuah alasan tidak lagi dinilai dari kekuatan cara berpikirnya, melainkan dari siapa yang menyampaikannya dan kelompok mana yang dianggap diuntungkan olehnya.

Keadaan itu memperlihatkan bahwa tantangan utama komunikasi Islam di zaman pasca-kebenaran bukanlah kurangnya keterangan yang benar — keterangan yang benar justru berlimpah dan mudah dicari. Yang sedang melemah adalah mesin sosial yang memungkinkan masyarakat membedakan antara empat hal yang sering tampak sama di layar: kewibawaan ilmu, pendapat pribadi, hasil rekayasa digital, dan kepopuleran yang diatur mesin.

6.4.2 Ragam Kekacauan Informasi Keagamaan

Untuk menimbanginya dengan tepat, kekacauan keterangan dalam urusan agama perlu dibedakan dengan

hati-hati. Claire Wardle dan Hossein Derakhshan membedakan tiga bentuknya. Pertama, kabar keliru yang disebarkan tanpa niat merugikan. Kedua, kabar bohong yang sengaja dibuat atau disebarkan untuk merugikan. Ketiga, kabar yang sesungguhnya benar tetapi dipakai untuk merugikan – misalnya dengan melepaskannya dari keadaan yang melatarinya. Ketiga bentuk itu punya padanan yang sangat jelas dalam dakwah digital, dan sebaiknya kita kenali satu per satu.

Kabar keliru tanpa niat buruk, misalnya, tampak pada menyebarnya hadis lemah atau palsu oleh orang yang sungguh-sungguh meyakini kebenarannya, atau pada kutipan pendapat ulama yang salah disebut nama penulisnya. Niatnya baik, akibatnya tetap merugikan. Kabar bohong yang sengaja tampak pada cerita yang direkayasa untuk menyerang kelompok lain, untuk menggerakkan sentimen politik, atau untuk menipu orang dengan memakai lambang-lambang agama. Sedangkan kabar benar yang dipakai untuk merugikan tampak ketika potongan ceramah, ayat, atau fatwa yang asli dilepaskan dari seluruh alasannya, sehingga artinya berbalik dari maksud semula – sebuah praktik yang menjadi sangat mudah justru karena pecahnya bentuk konten, seperti sudah diuraikan di Bab 3.

Pembedaan ini penting karena masing-masing menuntut jawaban yang berbeda. Kabar keliru tanpa niat buruk terutama menuntut bertambahnya kemampuan orang memeriksa. Kabar bohong yang sengaja menuntut lebih dari itu – ia menuntut jawaban kelembagaan dan pengaturan platform, sebab orangnya memang berniat. Sedangkan kabar benar yang dipelintir menuntut kemampuan membaca keadaan yang melatarinya, bukan sekadar memeriksa keaslian teksnya. Ilmu hadis menyediakan perbandingan yang sangat tajam untuk ini.

Pemeriksaan jalur periwayatan memeriksa dapat-tidaknya para penutur dipercaya, sementara pemeriksaan isi memeriksa cocok-tidaknya isinya dengan keadaan dan dengan prinsip yang lebih luas. Para ulama hadis tidak memilih salah satu. Keduanya wajib dilakukan sebelum sebuah kabar diterima.

6.4.3 *Tabayyun sebagai Jawaban*

Tradisi Islam menyediakan pegangan yang sangat cocok untuk keadaan ini. Perintah memeriksa kebenaran sebuah kabar sebelum mempercayai dan menindaklanjutinya – sebagaimana tercantum dalam QS al-Ḥujurāt ayat 6 – melahirkan etika tabayyun, yang dalam sejarah pemikiran Islam diwujudkan menjadi cara memeriksa periwayatan yang sangat teliti. Dalam konteks Indonesia, pegangan itu sudah diterjemahkan menjadi pedoman yang terang melalui Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah melalui Media Sosial. Fatwa itu antara lain menegaskan larangan menyebarkan kabar bohong, tuduhan tanpa bukti, ujaran kebencian, dan keterangan yang belum jelas kebenarannya, serta menegaskan kewajiban memeriksa sebelum menyebarkan.

Namun pengalaman menunjukkan bahwa pedoman saja tidak cukup. Seruan untuk ber-tabayyun hanya akan berguna bila orang benar-benar sanggup melakukannya – dan kesanggupan itu menuntut empat kemampuan: mengenali sumber yang dapat dipercaya, memahami bagaimana algoritma membentuk apa yang ia lihat, mengendalikan perasaannya saat berjumpa konten yang memanas-manasi, dan menimbang akibat sosial dari setiap kali ia menekan tombol bagikan. Dengan kata lain, tabayyun di era algoritma bukan hanya kewajiban akhlak. Ia kemampuan yang harus dilatih. Karena itu,

menumbuhkan literasi digital keagamaan menjadi pekerjaan yang mendesak — pekerjaan yang bukan hanya soal pandai memakai alat, melainkan soal tumbuhnya kesanggupan masyarakat menimbang keterangan dengan kepala jernih.



BRANDED
TECH
PUBLISHER



BRANDED
TECH
PUBLISHER

BAGIAN III

BEKAL BARU: LITERASI DAN KECERDASAN BUATAN

Bagian ketiga beralih dari mendiagnosis ke mencari jalan keluar. Kita akan merumuskan literasi digital keagamaan sebagai empat kemampuan yang harus tumbuh bersama, lalu menimbang kecerdasan buatan: makhluk baru

yang kini ikut menjawab pertanyaan agama,
lengkap dengan soal etika, tata kelola, dan
gambaran ekosistem yang mungkin terbentuk di
sekitarnya.



BRANDED
TECH
PUBLISHER

BAB 7

Bekal Membaca Agama di Dunia Digital

Empat Kemampuan dan Cara Menumbuhkannya

Bab-bab sebelumnya memperlihatkan bahwa dunia digital telah mengubah lanskap komunikasi agama di kalangan Muslim dari dasarnya. Platform digital bukan lagi sekadar alat menyebarkan dakwah; ia telah menjadi gelanggang utama tempat pengetahuan keagamaan diproduksi, disebarkan, disahkan, dan diperebutkan. Algoritma platform membentuk kebiasaan orang menyantap keterangan, menyusun ulang kewibawaan ulama, memperkeras terpecahnya ruang publik Islam, dan melahirkan cara pengesahan baru yang lebih dipengaruhi kepopuleran daripada mutu ilmu. Bersamaan dengan itu tumbuh pula mengerasnya kelompok, ruang gema, kabar bohong, dan zaman pasca-kebenaran yang mengubah cara masyarakat membangun kepercayaan atas keterangan keagamaan. Seluruh keadaan itu mengarah pada satu kesimpulan yang tidak nyaman: tantangan komunikasi Islam di era algoritma tidak lagi bisa dijawab hanya dengan memperbanyak konten dakwah. Yang harus diperkuat adalah kemampuan orang yang menerimanya. Yang kurang bukan lagi pasokan, melainkan daya tahan.

Di sinilah gagasan literasi digital keagamaan menjadi penting. Yang dimaksud adalah kemampuan seseorang dan komunitasnya untuk mencari, menimbang, memahami, membuat, dan menyebarkan keterangan keagamaan dengan kepala kritis, sikap beretika, dan rasa tanggung jawab. Kemampuan ini bukan sebatas soal cakap memakai perangkat digital — soal itu justru paling mudah dipelajari. Yang jauh lebih sukar adalah tiga hal lainnya:

kesanggupan membedakan keterangan yang sah dari yang dipelintir, kesanggupan bergaul di ruang digital dengan menjaga kepatutan, dan kesanggupan bercermin agar nilai Islam tetap terbawa di tengah gerak teknologi yang cepat. Jadi literasi digital keagamaan adalah bekal bersisi banyak, yang menyambungkan urusan teknologi, komunikasi, agama, budaya, dan tata krama sebagai warga ruang digital.

Kebutuhan akan bekal ini makin mendesak seiring tumbuhnya kecerdasan buatan generatif, sistem rekomendasi yang belajar sendiri, dan pembuatan konten secara otomatis yang sanggup menghasilkan tulisan, gambar, video, dan suara yang makin sukar dibedakan dari yang asli. Teknologi itu membuka peluang besar untuk memperluas akses pada pendidikan Islam. Tetapi pada waktu yang sama ia memperbesar tiga bahaya: menyebarnya keterangan yang keliru, dipalsukannya kewibawaan keagamaan, dan dipakainya lambang-lambang agama untuk kepentingan uang atau kekuasaan. Di lingkungan keterangan yang serumit ini, kesanggupan seseorang memeriksa sebelum mempercayai menjadi sama pentingnya dengan kesanggupan memahami isi ajaran agamanya sendiri. Karena itu, literasi digital keagamaan pantas diperlakukan sebagai bekal dasar bagi seorang Muslim abad ini – bukan keterampilan tambahan bagi yang berminat.

Gagasan tentang literasi digital sendiri sudah tumbuh pesat dalam kajian komunikasi, pendidikan, dan media. Namun sebagian besar kerangka yang ada masih berpusat pada tiga hal: soal teknis, soal keterangan, dan soal tata krama sebagai warga digital pada umumnya. Kerangka-kerangka yang disusun Paul Gilster, David Buckingham, Henry Jenkins bersama rekan-rekannya, dan UNESCO melalui kerangka Literasi Media dan Informasi

memang memberi sumbangan besar bagi tumbuhnya kecakapan digital masyarakat. Tetapi semuanya belum cukup menerangkan watak literasi dalam urusan agama – khususnya di kalangan Muslim, yang menempatkan kewibawaan keagamaan, cara berpikir fikih, akhlak berdakwah, dan kebiasaan memeriksa sebelum mempercayai sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari cara mereka menerima dan menyampaikan ilmu. Karena itu diperlukan pendekatan yang sanggup mempertemukan gagasan literasi digital dengan cara Islam memastikan sebuah ilmu layak dipercaya.

Bab ini berangkat dari satu pendirian: literasi digital keagamaan bukan sekadar menempelkan gagasan literasi digital pada urusan agama. Ia cara pandang yang baru, yang menyatukan lima hal dalam satu kerangka utuh – melek media, melek keterangan, melek algoritma, melek etika, dan melek ilmu keislaman. Cara pandang ini menempatkan umat Islam bukan sebagai penyantap teknologi yang pasrah, melainkan sebagai pelaku yang sadar: sanggup memahami cara kerja platform, menimbang kelayakan sumber keagamaan, mengenali keberpihakan mesin, membuat konten dengan bertanggung jawab, dan membangun cara berkomunikasi yang sejalan dengan ajaran agamanya. Dengan begitu, literasi digital keagamaan menjadi alat penting untuk memperkuat ketahanan masyarakat dalam menimbang – ketahanan menghadapi segala bentuk pemelintiran keterangan di era algoritma.

Pembahasan dalam bab ini dibagi menjadi lima bagian. Bagian pertama merumuskan apa sebenarnya literasi digital keagamaan itu, dan di mana kedudukannya di antara gagasan-gagasan literasi digital yang sudah ada. Bagian kedua menguraikan empat kemampuan yang menyusunnya – kemampuan berpikir, mengelola rasa,

beretika, dan membaca algoritma. Bagian ketiga merangkai keempat kemampuan itu menjadi satu kerangka, lengkap dengan keunggulan dan sumbangannya. Bagian keempat menyusun cara menumbuhkannya secara menyeluruh, dengan melibatkan keluarga, pesantren, sekolah dan kampus, organisasi Islam, pemerintah, platform digital, dan masyarakat sipil – sambil menengok sejumlah upaya yang sudah berjalan di Indonesia. Bagian kelima menurunkan dugaan-dugaan yang perlu diuji beserta pertanyaan-pertanyaan yang masih terbuka. Melalui kelima bagian itu, bab ini tidak hanya merangkai gagasan, tetapi juga menawarkan kerangka yang dapat dipakai menyusun kebijakan, pendidikan, penelitian, dan praktik dakwah.

7.1 Apa Itu Literasi Digital Keagamaan

7.1.1 Dari Pandai Membaca ke Pandai Menyaring

Arti kata literasi sudah berubah jauh, mengikuti berubahnya teknologi komunikasi dan berubahnya masyarakat itu sendiri. Mula-mula artinya sempit: sanggup membaca, menulis, dan berhitung – tiga hal yang menjadi syarat paling dasar agar seseorang dapat ikut serta dalam kehidupan bersama. Lalu artinya meluas, seiring makin ruwetnya media yang dipakai manusia. Literasi tidak lagi sebatas memahami tulisan, tetapi juga memahami lambang, gambar, suara, dan berbagai bentuk penyajian keterangan lainnya. Perubahan ini memperlihatkan satu hal: literasi bukan gagasan yang beku. Ia selalu menyesuaikan diri dengan lingkungan tempat manusia saling berbicara pada masanya. Apa yang

disebut melek pada satu zaman bisa berarti buta pada zaman berikutnya.

Tumbuhnya teknologi digital pada akhir abad ke-20 melahirkan gagasan literasi digital, yang pertama kali dipopulerkan Paul Gilster. Ia mengartikannya sebagai kemampuan memahami dan memakai keterangan dari berbagai sumber digital secara jitu. Pengertian itu menandai pergeseran yang penting, sebab ia menempatkan kemampuan berpikir kritis – bukan kecakapan memakai alat – sebagai inti persoalannya. Menurut Gilster, orang yang melek digital harus sanggup mengerjakan tiga hal: menimbang mutu sebuah keterangan, memahami bagaimana jaringan digital tersusun, dan menyusun cara mencari keterangan yang tepat. Jadi sejak awal, literasi digital bukan gagasan teknis. Ia gagasan tentang cara berpikir – tentang bagaimana seseorang mengolah keterangan di lingkungan digital.

Langkah berikutnya datang dari David Buckingham, yang menekankan pentingnya tiga kemampuan: menelaah, menimbang, dan membuat media. Buckingham mengkritik pendekatan yang terlalu sibuk pada sisi teknis pemakaian teknologi. Ia mengusulkan agar literasi dipahami sebagai kemampuan memahami bagaimana media ikut membentuk kenyataan sosial, bagaimana ia memengaruhi hubungan kekuasaan, dan bagaimana ia menampilkan nilai-nilai budaya tertentu. Pendekatan ini sangat cocok untuk urusan agama, sebab ia menunjukkan bahwa media bukan saluran yang netral, melainkan lembaga sosial dengan aturan main, kepentingan, dan cara menampilkan sesuatu yang khas. Karena itu, sanggup memakai media harus disusul oleh sanggup memahami bagaimana media memengaruhi cara orang memandang agama, kewibawaan, dan jati dirinya sendiri.

Gagasan literasi digital terus tumbuh melalui berbagai kerangka antarbangsa, termasuk Literasi Media dan Informasi yang disusun UNESCO. Pendekatan itu menyatukan tiga hal – melek media, melek keterangan, dan melek teknologi – menjadi satu kerangka kecakapan, dengan tujuan membangun masyarakat yang kritis, ikut serta, dan menghargai suara orang lain. UNESCO menegaskan bahwa masyarakat digital membutuhkan kesanggupan mencari, menimbang, memakai, membuat, dan membagikan keterangan dengan bertanggung jawab. Kerangkanya luas dan berguna. Tetapi perhatiannya masih tertuju pada percakapan umum, dan belum sungguh-sungguh menampung watak komunikasi agama – yang punya sisi keilmuan, sisi aturan, dan sisi rohani yang tidak dimiliki percakapan biasa.

Dalam dua dekade terakhir, tumbuhnya algoritma, media sosial, dan kecerdasan buatan mendorong lahirnya gagasan-gagasan baru: melek algoritma yang antara lain dikembangkan Leyla Dogruel dan rekan-rekannya, melek kecerdasan buatan yang dibahas Duri Long dan Brian Magerko, melek platform, dan melek data. Banyaknya gagasan baru itu menunjukkan bahwa literasi digital terus tumbuh mengikuti berubahnya rancangan teknologi. Namun kajian-kajian itu umumnya masih memandang agama sebagai salah satu topik percakapan, bukan sebagai sistem pengetahuan yang punya cara sendiri dalam memproduksi, memeriksa, dan mewariskan ilmu. Karena itu diperlukan perluasan: mempertemukan gagasan literasi digital dengan cara Islam memastikan ilmu, agar kita sanggup menerangkan apa yang sesungguhnya dihadapi umat Islam hari ini. Tanpa itu, kita akan terus memakai alat ukur yang dibuat untuk persoalan lain.

7.1.2 Merumuskan Literasi Digital Keagamaan

Perkembangan literasi digital dalam tiga dekade terakhir telah menghasilkan banyak kerangka yang memperkaya pemahaman kita tentang hubungan antara manusia, teknologi, dan keterangan. Namun hampir semuanya tumbuh di masyarakat sekuler, dengan satu andaian yang tidak pernah dinyatakan: bahwa segala bentuk keterangan punya watak yang kurang lebih sama. Dalam pandangan semacam itu, yang dituntut dari seseorang adalah sanggup mencari, menimbang, mengelola, dan membuat keterangan secara jitu. Pendekatan itu sangat penting bagi tumbuhnya masyarakat digital, tetapi belum cukup untuk menerangkan urusan komunikasi agama – khususnya dalam Islam, yang membedakan dengan tegas antara tiga macam kewibawaan: kewibawaan ilmu, kewibawaan akhlak, dan kewibawaan rohani. Pengetahuan keagamaan tidak hanya diukur dari tepat-tidaknya keterangan. Ia juga diukur dari sahnya cara berpikir yang dipakai, dari bersambungannya rantai keilmuan atau sanad, dari kejujuran orang yang menyampaikannya, dan dari cocoknya ia dengan ketentuan syariat. Empat ukuran yang tidak dikenal kerangka mana pun dari luar. Karena itu, perluasan gagasan menjadi keharusan.

Dalam tradisi pemikiran Islam, menuntut ilmu selalu dipahami sebagai pekerjaan yang melibatkan tiga sisi sekaligus: sisi pikiran, sisi akhlak, dan sisi rohani. Seorang Muslim tidak hanya dituntut tahu isi sebuah keterangan, tetapi juga memahami dari mana ia datang, bagaimana cara ia diperoleh, apakah penyampainya dapat dipercaya, dan apa akibat akhlak dari memakai keterangan itu. Pegangan-pegangan seperti tabayyun atau memeriksa, taḥqīq atau memastikan secara ilmiah, taṣabbut atau

berhati-hati, amanah atau menjaga kejujuran, dan hikmah atau bijak menempatkan sesuatu – semuanya menunjukkan bahwa budaya literasi dalam Islam sejak awal jauh melampaui sekadar sanggup membaca. Tradisi pemeriksaan jalur periwayatan dalam ilmu hadis, cara berpikir dalam usul fikih, dan etika berbeda pendapat adalah bukti bahwa Islam telah membangun sistem literasi yang sangat maju, berabad-abad sebelum orang bicara tentang literasi digital. Karena itu, menyusun gagasan literasi digital keagamaan tidak boleh dipandang sebagai pembaruan yang datang dari luar tradisi Islam. Ia justru penafsiran ulang atas pegangan-pegangan Islam sendiri, untuk keadaan hari ini.

Berdasarkan seluruh pertimbangan itu, buku ini merumuskan literasi digital keagamaan sebagaimana tertera dalam kotak berikut.

Istilah Kunci: Literasi Digital Keagamaan

Literasi digital keagamaan adalah kemampuan seorang Muslim dan komunitasnya untuk mencari, memahami, menimbang, memeriksa, membuat, dan menyebarkan informasi keagamaan di ruang digital – dengan kepala yang kritis, hati yang terjaga, sikap yang bertanggung jawab, dan kesediaan untuk bercermin pada diri sendiri. Kemampuan itu bersandar pada dua pijakan sekaligus: prinsip-prinsip yang dipakai Islam untuk memastikan sebuah ilmu layak dipercaya, dan pemahaman atas cara kerja teknologi digital beserta mesin pemilih kontennya.

Rumusan itu menempatkan literasi digital keagamaan bukan sebagai kecakapan teknis memakai media, melainkan sebagai bekal menyeluruh yang menyambungkan lima hal: teknologi, komunikasi, ilmu keislaman, akhlak, dan tata krama sebagai warga ruang digital. Dengan rumusan itu, seseorang belum dapat disebut memiliki literasi digital keagamaan hanya karena

ia pandai memakai media sosial atau lancar bercakap dengan mesin pintar. Ia disebut memilikinya ketika sanggup mengelola seluruh perjalanan sebuah keterangan keagamaan secara bertanggung jawab, dari mencari sampai menyebarkan, sesuai nilai-nilai agamanya.

Rumusan itu sekaligus memperluas berbagai gagasan yang sudah ada. Gilster menekankan kesanggupan memahami keterangan digital. Buckingham menyoroti kesanggupan menelaah cara media menampilkan sesuatu. UNESCO menyatukan urusan media dan keterangan. Dan kajian-kajian terbaru mengembangkan melek algoritma serta melek kecerdasan buatan. Literasi digital keagamaan menyatukan seluruh sisi itu, lalu memberinya pijakan dari cara Islam memastikan ilmu. Jadi gagasan ini tidak menggantikan apa pun. Ia memperkaya dan mendudukan semuanya dalam urusan agama. Perlu ditegaskan mengapa ini penting. Komunikasi agama punya watak yang berbeda dari komunikasi politik, dagang, atau hiburan. Keliru menerima keterangan agama tidak hanya merugikan pengetahuan seseorang. Ia berakibat pada cara ia beribadah, pada jati dirinya, pada kerekatan masyarakat, bahkan pada kehidupan rohaninya. Karena itu, taruhannya lebih besar — dan kehati-hatiannya pun harus lebih besar.

Secara gagasan, literasi digital keagamaan dalam buku ini dibangun di atas lima andaian dasar. Andaian pertama: keterangan keagamaan adalah bentuk pengetahuan yang menuntut penimbangan keilmuan, bukan sekadar pemeriksaan fakta — memeriksa benar-tidaknya sebuah kutipan tidak sama dengan menimbang sahih-tidaknya sebuah kesimpulan hukum. Andaian kedua: teknologi digital bukan alat yang netral, melainkan punya cara kerja sendiri yang memengaruhi apa yang

terlihat, apa yang tersebar, dan apa yang akhirnya dipercaya. Andaian ketiga: umat Islam adalah pelaku yang sanggup bernegosiasi dengan teknologi, bukan pengguna pasrah yang nasibnya ditentukan algoritma. Andaian keempat: literasi digital keagamaan harus membawa akhlak Islam ke dalam kebiasaan berkomunikasi digital, sehingga memakai teknologi tetap disertai rasa tanggung jawab. Andaian kelima: menumbuhkan literasi adalah tanggung jawab bersama – keluarga, lembaga pendidikan, organisasi keagamaan, negara, perusahaan platform, dan masyarakat sipil. Kelima andaian itulah yang membedakan gagasan ini dari kerangka-kerangka literasi digital yang lebih sibuk pada kecakapan orang per orang.

Lebih jauh lagi, gagasan ini menawarkan cara baru memandang hubungan antara manusia dan algoritma. Sebagian besar kajian tentang algoritma menempatkan pengguna sebagai pihak yang lemah dan mudah dipermainkan platform. Pendekatan yang dibangun di sini menempuh jalan lain: ia menekankan pentingnya menumbuhkan ketahanan menghadapi algoritma, yakni kesanggupan seseorang memahami cara kerja mesin, mengenali keberpihakan sistem rekomendasi, menghindari keterangan yang dipelintir, dan tetap berdiri pada keputusan keagamaannya sendiri. Dengan kata lain, literasi digital keagamaan bukan bertujuan membuat umat menjauhi teknologi – itu jalan yang mustahil dan juga merugikan. Tujuannya adalah membentuk masyarakat yang sanggup memakai teknologi secara kritis tanpa kehilangan kemerdekaan berpikir dan keutuhan rohaninya.

Gagasan ini juga membawa akibat penting bagi cara meneliti komunikasi agama. Sejauh ini, sebagian besar penelitian literasi digital masih mengukur kecakapan

teknis atau kebiasaan memakai media. Pendekatan itu belum sanggup menangkap sisi keilmuan yang menjadi inti komunikasi agama. Karena itu, literasi digital keagamaan membuka jalan bagi alat ukur yang baru – alat yang menimbang lima kesanggupan: menimbang kelayakan sumber keagamaan, memahami cara kerja algoritma, menjalankan tabayyun, mengenali pemelintiran keterangan yang memakai nama agama, dan membuat konten digital yang sesuai akhlak Islam. Dengan demikian, gagasan ini tidak hanya menyumbang pada cara berpikir, tetapi juga menyediakan pijakan nyata bagi penelitian di masa depan. Alat ukur semacam itu belum ada, dan justru di situ pekerjaan para peneliti berikutnya menunggu.

Dari sudut komunikasi Islam, gagasan ini sekaligus menegaskan satu hal: literasi digital keagamaan bukan bentuk menyerah pada kemajuan teknologi. Ia bagian dari tajdid, yakni pembaruan yang sudah lama menjadi tradisi dalam pemikiran Islam. Sejarah Islam menunjukkan bahwa setiap kali teknologi komunikasi berubah – dari tradisi lisan ke manuskrip, dari manuskrip ke mesin cetak, lalu ke radio, televisi, dan internet – umat selalu menjawabnya dengan menyesuaikan cara, tanpa meninggalkan pegangan dasar syariat. Era algoritma dan kecerdasan buatan adalah kelanjutan dari rangkaian itu, bukan patahan darinya. Karena itu, menumbuhkan literasi digital keagamaan harus dipahami sebagai usaha memperbarui cara berdakwah agar tetap berarti di zamannya, tanpa kehilangan dasar keilmuan yang selama ini menjadi ciri peradaban Islam.

Berdasarkan seluruh pertimbangan itu, buku ini menempatkan literasi digital keagamaan sebagai salah satu gagasan utama yang menyambungkan seluruh pembahasan sebelumnya – tentang algoritma, tentang kewibawaan, tentang terpecahnya umat, dan tentang

komunikasi agama. Gagasan ini menjadi titik temu antara empat hal: teori komunikasi digital, kajian agama digital, melek media, dan cara Islam memastikan ilmu. Dalam gambaran yang lebih luas, literasi digital keagamaan tidak hanya menerangkan bagaimana umat Islam memakai media digital. Ia menerangkan bagaimana umat menjaga tiga hal sekaligus di tengah dunia yang makin diatur algoritma: mutu pengetahuannya, keutuhan akhlaknya, dan tanggung jawabnya kepada orang lain. Dengan begitu, literasi digital keagamaan adalah dasar bagi terwujudnya masyarakat Muslim digital yang tangguh, mau bercermin, dan berdaya — masyarakat yang sanggup menjadikan teknologi sebagai alat memperkuat peradaban, bukan sebagai sebab terpecahnya umat dan merosotnya mutu ilmu.

7.2 Empat Kemampuan yang Harus Tumbuh Bersama

7.2.1 Mengapa Satu Kemampuan Saja Tidak Cukup

Sesudah merumuskan apa itu literasi digital keagamaan, pertanyaan berikutnya lebih praktis: bekal itu terdiri atas apa saja? Sebagian besar kerangka literasi digital yang ada cenderung memusatkan perhatian pada kemampuan berpikir — mencari keterangan, menimbang sumber, memakai teknologi secara jitu. Semua itu penting, tetapi tidak cukup. Pendekatan yang hanya mengandalkan kemampuan berpikir belum sanggup menerangkan ruwetnya komunikasi agama di masyarakat digital. Alasannya sederhana: keterangan keagamaan tidak diolah semata dengan akal. Ia juga dipengaruhi oleh perasaan, oleh jati diri, oleh pengalaman rohani, oleh hubungan sosial, dan oleh ukuran baik-buruk yang dipegang seseorang. Karena itu, literasi digital keagamaan menuntut

kerangka bersisi banyak — kerangka yang sanggup menerangkan hubungan antara pengetahuan, sikap, nilai, dan perbuatan sebagai satu kesatuan.

Dalam ilmu jiwa komunikasi, perilaku manusia biasanya diterangkan melalui tiga bagian: bagian pikiran, bagian perasaan, dan bagian perbuatan. Bagian pikiran berurusan dengan pengetahuan dan cara bernalar. Bagian perasaan berurusan dengan emosi, sikap, dan kecenderungan nilai. Bagian perbuatan berurusan dengan tindakan nyata. Tetapi untuk urusan komunikasi Islam, ketiganya belum cukup. Agama punya satu sisi lagi yang tidak terwakili di situ, yaitu sisi aturan — sisi yang mengatur tanggung jawab akhlak seseorang dalam memakai ilmunya. Karena itu, buku ini menambahkan sisi etika sebagai bagian utama literasi digital keagamaan. Penambahan itu punya alasan yang kuat: kesanggupan memakai teknologi tanpa pegangan akhlak justru berpeluang memperbesar menyebarnya kabar bohong, ujaran kebencian, dan pemakaian lambang-lambang agama untuk tujuan yang tidak benar. Alat yang tajam di tangan yang tidak terdidik lebih berbahaya daripada tidak punya alat.

Dengan begitu, literasi digital keagamaan dalam buku ini dibangun atas empat kemampuan: kemampuan berpikir, kemampuan mengelola rasa, kemampuan beretika, dan — pada bagian berikutnya — kemampuan membaca algoritma. Keempatnya saling melengkapi dan tidak bisa dipisah-pisahkan. Contohnya mudah. Sanggup memahami cara kerja algoritma tidak akan melahirkan komunikasi yang bertanggung jawab kalau tidak disertai kesetiaan pada pegangan memeriksa dan menjaga amanah. Sebaliknya, niat yang baik dan akhlak yang terjaga juga tidak akan berguna kalau seseorang tidak sanggup menimbang kelayakan sebuah keterangan.

Keduanya harus ada. Karena itu literasi digital keagamaan harus dipahami sebagai bekal yang utuh, bukan kumpulan keterampilan teknis yang bisa dipilih sebagiannya.

Kerangka bersisi empat ini juga menjadi salah satu sumbangan utama buku ini bagi kajian komunikasi keagamaan digital. Sebab ia memperluas pendekatan literasi digital yang selama ini lebih sibuk pada cara memakai media, menuju cara pandang yang menempatkan empat hal sebagai satu kesatuan bekal masyarakat Muslim di era algoritma: keutuhan dalam menimbang ilmu, kedewasaan dalam mengelola perasaan, tanggung jawab dalam beretika, dan kesadaran akan cara kerja mesin.

7.2.2 Kemampuan Berpikir: Menguji Sebelum Mempercayai

Kemampuan pertama dalam literasi digital keagamaan adalah kemampuan berpikir, yakni kesanggupan seseorang memahami, menimbang, dan merangkai keterangan keagamaan yang beredar di ruang digital. Kemampuan ini menjadi dasar bagi yang lain, sebab segala bentuk komunikasi agama pada akhirnya bergantung pada kesanggupan manusia membedakan keterangan yang sah dari keterangan yang tidak bisa dipertanggungjawabkan. Perlu dicatat apa yang sudah berubah. Di masyarakat digital, persoalannya bukan lagi sulitnya mendapat keterangan — itu persoalan generasi sebelumnya. Persoalannya adalah berlimpahnya keterangan dengan mutu, ketepatan, dan kelayakan yang sangat berbeda-beda. Karena itu, kemampuan berpikir hari ini bukan lagi soal mendapatkan keterangan, melainkan soal memilah mana yang layak diterima. Memilah, bukan mengumpulkan, itulah pekerjaannya sekarang.

Dalam ilmu komunikasi, kemampuan semacam itu berkaitan erat dengan cara mengolah keterangan secara kritis — keadaan ketika seseorang tidak menerima begitu saja, melainkan dengan aktif menimbang lima hal: dari mana datanginya, apa keadaan yang melatarinya, bagaimana jalan pikirannya, apa buktinya, dan kepentingan siapa yang ada di belakangnya. Pendekatan ini sejalan dengan tradisi pengetahuan Islam, yang sejak awal menempatkan tabayyun atau memeriksa, taḥqīq atau memastikan, dan taṣabbut atau berhati-hati sebagai syarat sebelum menerima sebuah kabar. Jadi kemampuan berpikir dalam literasi digital keagamaan sama sekali bukan gagasan asing bagi Islam. Ia penafsiran ulang atas nilai yang sudah lama dipegang, untuk keadaan hari ini.

Kemampuan berpikir itu menjadi makin mendesak karena satu kenyataan yang perlu dicamkan: algoritma platform sama sekali tidak dirancang untuk menimbang sahih-tidaknya sebuah keterangan. Sistem rekomendasi bekerja berdasarkan tebakan tentang seberapa besar peluang orang akan menanggapi — bukan berdasarkan kekuatan alasan atau ketepatan cara berpikirnya. Akibatnya, keterangan keagamaan yang paling sering muncul di layar belum tentu yang paling bermutu ilmunya. Dalam keadaan begitu, masyarakat tidak boleh menyerahkan pekerjaan menimbang kepada mesin. Pekerjaan itu harus dikerjakan sendiri. Dengan kata lain, literasi digital keagamaan menempatkan manusia sebagai penimbang utama, dan teknologi hanya sebagai alat pengantar.

Dari sudut komunikasi agama, kemampuan berpikir juga mencakup kesanggupan mengenali bermacam wajah kewibawaan keagamaan yang hadir di layar. Seseorang perlu sanggup membedakan antara ulama yang memang berbekal ilmu, pendakwah yang

populer, pemengaruh keagamaan, pembuat konten motivasi, dan akun tanpa nama yang menyajikan keterangan agama tanpa dasar yang jelas. Kesanggupan ini penting karena dunia digital telah memperbanyak orang yang ikut memproduksi pengetahuan agama. Tanpa kesanggupan menimbang, masyarakat berisiko jatuh pada dua kekeliruan yang sangat mahal: menyamakan terkenal dengan berilmu, dan menganggap viral sebagai tanda benar.

Lebih jauh lagi, kemampuan berpikir mencakup kesanggupan memahami bagaimana keterangan digital dibuat, disunting, dipotong, dipindahkan ke keadaan yang berbeda, lalu disebarkan ke berbagai platform. Sebuah kutipan ayat, hadis, atau pendapat ulama bisa benar secara huruf dan tetap melahirkan pemahaman yang keliru, apabila ia dilepaskan dari sejarah dan alasan yang melatarinya. Karena itu, literasi digital keagamaan menuntut dua kesanggupan sekaligus: membaca teksnya dan membaca keadaannya. Perbedaan antara keduanya sangat menentukan – dan justru perbedaan itulah yang paling sering hilang di ruang digital.

Dalam kerangka buku ini, kemampuan berpikir tidak berhenti pada membedakan benar dan salah. Ia tumbuh menjadi kesanggupan menimbang: kesanggupan mengambil keputusan berdasarkan penilaian atas cara berpikir di balik berbagai pilihan keterangan yang tersedia. Orang yang punya kesanggupan ini tidak mudah menerima sebuah pendapat hanya karena disampaikan tokoh populer atau karena ditonton jutaan kali. Ia akan menimbang lima hal: cara berpikirnya, sumber yang dirujuknya, bekal ilmu penyampainya, cocok-tidaknya dengan keadaan, dan sejalan-tidaknya dengan pokok-pokok ajaran Islam. Dengan begitu, kemampuan berpikir membentuk daya tahan yang memungkinkan seorang

Muslim tetap berdiri pada pendiriannya sendiri di tengah derasny arus keterangan.

Akibat praktis dari kemampuan ini adalah perlunya pendidikan Islam bergeser — dari model yang mengandalkan hafalan menuju model yang menumbuhkan kesanggupan menimbang keterangan digital. Pesantren, madrasah, sekolah, dan kampus tidak lagi cukup hanya mengajarkan isi ajaran Islam. Mereka juga harus membekali anak didiknya dengan empat hal: menimbang sumber digital, mengenali keterangan yang dipelintir, memahami cara kerja algoritma, dan membiasakan diri memeriksa sebelum membagikan. Dengan begitu, pendidikan Islam di era algoritma harus menjadi dua hal sekaligus: pendidikan cara berpikir dan pendidikan digital.

Dari uraian itu dapat disimpulkan bahwa kemampuan berpikir adalah dasar utama literasi digital keagamaan, sebab ia membentuk kesanggupan masyarakat Muslim menimbang mutu pengetahuan agamanya secara jernih, tertib, dan kritis. Tanpa dasar yang kuat di sini, ketiga kemampuan lainnya akan kehilangan pijakan — akhlak yang baik tanpa kesanggupan menimbang tetap mudah disesatkan. Karena itu, memperkuat kemampuan berpikir adalah langkah pertama dalam membangun masyarakat Muslim yang sanggup menghadapi tantangan komunikasi agama hari ini.

7.2.3 Kemampuan Mengelola Rasa: Menahan Diri dari Pancingan

Kalau kemampuan berpikir berurusan dengan bagaimana seseorang memahami keterangan keagamaan, maka kemampuan mengelola rasa berurusan dengan bagaimana ia merasakan, menghayati, dan menahan

tanggapan perasaannya atas keterangan itu. Di dunia digital, perasaan bukan akibat sampingan dari sebuah percakapan. Ia salah satu penentu utama apakah sebuah pesan akan diperhatikan, dipercaya, dibagikan, atau dilewatkan. Berbagai penelitian tentang perilaku digital – antara lain oleh William Brady dan rekan-rekannya serta oleh Jonah Berger dan Katherine Milkman – menunjukkan bahwa konten yang memancing kemarahan, ketakutan, kebanggaan, atau rasa sekelompok menyebar jauh lebih luas daripada konten yang tenang. Karena itu, memperkuat literasi digital keagamaan tidak cukup dengan melatih kepala. Hati pun harus dilatih. Sebab di ruang digital, yang menggerakkan tangan seseorang untuk membagikan sesuatu paling sering bukan pikirannya, melainkan perasaannya – dan algoritma mengetahui hal itu jauh lebih baik daripada kita sendiri.

Dalam tradisi Islam, menahan diri adalah bagian yang tidak terpisahkan dari pembentukan akhlak. Al-Qur'an dan hadis berulang kali menekankan empat hal: sabar, lembut, bijak, dan menahan amarah. Nilai-nilai itu terasa sangat tepat untuk zaman ini, sebab media sosial justru bekerja dengan cara yang berlawanan: ia mempercepat tanggapan sebelum seseorang sempat berpikir. Bayangkan keadaan yang hampir semua orang pernah alami. Seseorang membaca sesuatu yang dirasanya menyerang agamanya. Dalam hitungan detik, tersedia tombol untuk berkomentar, tombol untuk membagikan, dan kemudahan untuk membuat konten balasan. Tidak ada jarak antara terbakar dan bertindak. Di situlah kesanggupan menahan diri menjadi bagian penting dari literasi digital keagamaan.

Ilmu jiwa komunikasi menerangkan bahwa perasaan bekerja sebagai penyaring keterangan. Seseorang cenderung menerima apa yang membuatnya nyaman dan

menolak apa yang membuatnya tidak nyaman – dan penyaringan itu terjadi bahkan sebelum ia menimbang isinya dengan akal. Gejala ini menerangkan mengapa keterangan yang menguatkan kelompoknya sering diterima tanpa diperiksa, sementara keterangan yang berbeda langsung dirasa sebagai ancaman. Dalam komunikasi Islam, kecenderungan itu dapat memperkeras perpecahan, bila tidak diimbangi kesanggupan bercermin – kesanggupan memisahkan antara apa yang sedang ia rasakan dan apa yang sesungguhnya benar.

Dengan begitu, kemampuan mengelola rasa bertujuan menumbuhkan kedewasaan perasaan sebagai syarat bagi komunikasi keagamaan yang sehat. Orang yang punya kemampuan ini tidak hanya sanggup menahan diri dari pancingan di layar. Ia juga sanggup menaruh diri pada tempat orang lain, menghargai perbedaan, dan membangun percakapan yang membangun dengan kelompok yang tidak sepaham. Kemampuan ini makin dibutuhkan di masyarakat digital, yang setiap hari mempertemukan orang dari budaya, mazhab, dan jati diri keagamaan yang berbeda-beda – sering tanpa persiapan sama sekali.

7.2.4 Kemampuan Beretika: Tanggung Jawab atas Setiap Bagian

Kalau kemampuan berpikir menekankan memahami dan menimbang, dan kemampuan mengelola rasa menekankan menahan diri, maka kemampuan ketiga dalam literasi digital keagamaan adalah kemampuan beretika. Kemampuan ini berurusan dengan kesanggupan seseorang memakai teknologi digital sesuai nilai-nilai akhlak Islam – sehingga apa yang ia kerjakan tidak hanya jitu secara teknis, tetapi juga benar secara aturan. Di masyarakat digital, persoalannya bukan lagi apakah

seseorang sanggup membuat dan menyebarkan keterangan. Hampir semua orang sanggup. Persoalannya adalah apakah ia mengerjakannya dengan bertanggung jawab: menghormati harga diri orang lain, menjaga keutuhan ilmu, dan menimbang akibat sosial dari setiap tindakannya. Karena itu, etika tidak boleh ditempatkan sebagai pelengkap literasi digital. Ia pondasi yang menentukan ke mana seluruh kecakapan digital itu diarahkan. Tanpa pondasi itu, kecakapan hanya menambah daya rusak.

Dalam tradisi Islam, ilmu dan akhlak tidak pernah dipisahkan. Para ulama terdahulu menegaskan bahwa ilmu yang tidak melahirkan adab akan kehilangan manfaatnya, sedangkan adab tanpa ilmu berpeluang melahirkan kesalehan yang tidak berdasar. Pegangan itu memperoleh arti baru di era algoritma — dan artinya cukup mengkhawatirkan. Kesanggupan membuat konten digital tumbuh jauh lebih cepat daripada kesanggupan masyarakat merenungkan akibat akhlak dari apa yang mereka kerjakan. Seseorang kini dapat membuat video dakwah, mengutip hadis, atau menyampaikan fatwa kepada jutaan orang hanya dari telepon di tangannya. Tetapi kemudahan itu tidak otomatis disertai kesadaran tentang beratnya tanggung jawab yang menempel pada setiap keterangan yang disampaikan kepada orang banyak. Jarak antara niat dan akibat menjadi sangat jauh, sementara jarak antara niat dan perbuatan menjadi sangat dekat.

Al-Qur'an menyediakan pijakan akhlak yang sangat kuat untuk urusan berbicara, melalui beberapa pegangan: *ṣidq* atau kejujuran, *amānah* atau menjaga kepercayaan, *ʿadl* atau keadilan, *tabayyun* atau memeriksa, *ḥikmah* atau kebijaksanaan, dan *qaulan ṣadīdan* atau perkataan yang lurus. Pegangan-pegangan itu tidak hanya mengatur

pergaulan antarpribadi; ia juga membentuk aturan berbicara di depan orang banyak. Di ruang digital, pegangan itu menuntut seorang Muslim memastikan empat hal sebelum menekan tombol bagikan: keterangan itu punya dasar yang jelas, tidak menyesatkan, tidak dipotong dari keadaannya, dan tidak dipakai untuk menumbuhkan kebencian terhadap kelompok lain. Dengan begitu, akhlak berkomunikasi digital dalam Islam bukan sebatas soal sopan santun. Ia bagian dari tanggung jawab keagamaan.

Kemampuan beretika juga menuntut kesanggupan membedakan antara hak berbicara dan kewajiban menjaga kemaslahatan orang banyak. Media sosial sering dirasakan sebagai ruang yang sepenuhnya bebas, sehingga setiap orang merasa berhak menyampaikan apa pun tanpa menimbang akibatnya. Padahal dalam pandangan maqāsid al-syarī‘ah, kebebasan berbicara selalu berada di dalam kerangka menjaga lima hal: agama, akal, jiwa, kehormatan, dan kemaslahatan umum. Karena itu, berkomunikasi digital secara bertanggung jawab tidak cukup berhenti pada pertanyaan “bolehkah saya menyampaikan ini?”. Masih ada satu pertanyaan lagi yang lebih berat, dan justru itulah yang paling sering dilewatkan: “apakah menyampaikan ini akan mendatangkan manfaat, atau justru memperbesar kerusakan?” Pertanyaan kedua itulah yang membedakan orang yang beretika dari orang yang hanya tahu aturan.

Pemikiran etika komunikasi masa kini menguatkan pendirian itu. Jürgen Habermas, misalnya, menempatkan komunikasi sebagai proses yang semestinya diarahkan untuk mencapai saling mengerti, bukan untuk memenangkan perdebatan. Sementara itu, pemikiran etika keutamaan – yang dikembangkan untuk urusan teknologi oleh Shannon Vallor – menekankan pentingnya watak

akhlak si pembicara, bukan semata kepatuhannya pada aturan tertulis. Dalam urusan komunikasi agama, kedua pemikiran itu bertemu dengan gagasan adab dalam Islam. Dakwah tidak hanya dinilai dari isi pesannya, tetapi juga dari empat hal lain: cara menyampaikannya, niat yang membawanya, penghormatan kepada yang mendengarnya, dan kesanggupan menjaga harga diri orang yang berbeda pendapat. Dengan begitu, etika berkomunikasi digital tidak dapat diperas menjadi aturan teknis tentang memakai media. Ia pernyataan tentang watak akhlak seorang Muslim di ruang digital.

Tantangan akhlak itu menjadi makin berat dengan hadirnya kecerdasan buatan. Mesin pintar memungkinkan dibuatnya tulisan, gambar, video, bahkan suara yang menyerupai manusia dengan ketepatan yang mengherankan. Teknologi ini menawarkan peluang besar: mengembangkan pendidikan Islam, menerjemahkan kitab, menyusun bahan dakwah, dan memperluas akses pada khazanah keislaman. Tetapi pada waktu yang sama ia dapat dipakai untuk empat hal yang merusak: membuat kutipan ulama yang tidak pernah diucapkan, memelintir ceramah melalui wajah dan suara palsu, mengarang fatwa yang tidak pernah ada, dan menyusun cerita keagamaan yang menyesatkan. Dalam keadaan begitu, kemampuan beretika menuntut umat Islam tidak hanya sanggup memakai mesin, tetapi juga berani bertanya tentang kepatutan setiap pemakaiannya. Sanggup memakai dan pantas memakai adalah dua hal yang berbeda.

Sisi lain yang tak kurang pentingnya adalah kepatutan dalam membuat konten keagamaan. Tumbuhnya penghidupan dari konten melahirkan ribuan pembuat dakwah digital yang memakai media sosial sebagai ruang mendidik sekaligus sumber penghasilan. Gejala ini pada dasarnya baik, sebab ia memperluas

jangkauan dakwah dan memungkinkan orang berdakwah tanpa harus menjadi miskin. Namun mencari penghasilan dari konten juga dapat melahirkan pertentangan kepentingan, ketika mencari perhatian mulai lebih menguasai daripada mencari kebenaran. Tekanan untuk menjaga jumlah pengikut, menaikkan tayangan, atau memenuhi selera mesin dapat mendorong sebagian pembuat konten memakai judul yang memancing, memeras persoalan fikih yang rumit, atau mengangkat perkara yang memanas-manasi semata agar viral. Karena itu, kemampuan beretika harus menumbuhkan satu kesadaran: berhasilnya dakwah digital tidak diukur dari angka di layar, melainkan dari mutu ilmunya, manfaatnya bagi orang, dan kejujuran penyampaiannya.

Dalam kerangka buku ini, kemampuan beretika juga mencakup tanggung jawab sebagai warga ruang digital. Setiap Muslim hari ini bukan hanya penyantap keterangan, tetapi juga pembuatnya — dan apa yang ia buat ikut membentuk pendapat orang banyak. Karena itu, perbuatan yang tampak sepele seperti menulis komentar, membagikan video, membuat kutipan, atau meralat sebuah kekeliruan sesungguhnya adalah bagian dari pembentukan ruang publik Islam. Kesadaran sebagai warga digital menuntut seseorang memahami bahwa setiap jejaknya punya akibat yang melampaui ruang pribadinya. Cara pandang ini memperluas gagasan amar makruf nahi mungkar ke ruang digital: sebagai usaha bersama membangun lingkungan keterangan yang sehat, adil, dan bertanggung jawab.

Dengan demikian, kemampuan beretika dapat dipahami sebagai kesanggupan menyatukan kecakapan digital dengan pegangan akhlak Islam, sehingga setiap kegiatan di ruang digital diarahkan pada empat hal: kemaslahatan, kejujuran, keadilan, dan penghormatan

pada harga diri manusia. Inilah yang membedakan kerangka buku ini dari berbagai kerangka literasi digital lain yang lebih sibuk pada jitanya pemakaian teknologi. Dalam pandangan Islam, seseorang belum dapat disebut melek digital hanya karena ia mahir memakai media sosial atau sanggup membuat konten yang viral. Literasi yang sejati baru terwujud ketika seluruh kecakapan itu diarahkan oleh keutuhan akhlak dan rasa tanggung jawab kepada agamanya.

7.2.5 Kemampuan Membaca Algoritma: Menyadari Siapa yang Memilih

Di antara keempat kemampuan yang menyusun literasi digital keagamaan, kemampuan membaca algoritma adalah yang paling mewakili watak zaman ini. Pada dekade pertama internet, literasi digital terutama berarti sanggup mencari keterangan. Hari ini persoalannya jauh lebih berbelit, sebab akses pada keterangan sudah diperantarai mesin yang bekerja sendiri. Seseorang tidak lagi memilih seluruh apa yang ia santap; sebagian besar sudah dipilhkan lebih dulu oleh algoritma, berdasarkan bacaan atas kebiasaannya. Karena itu, memahami cara kerja algoritma menjadi syarat bagi terbentuknya masyarakat Muslim yang sanggup mempertahankan kemerdekaan berpikirnya di ruang digital. Tanpa itu, seseorang merasa sedang memilih padahal sedang dipilhkan. Perbedaan antara keduanya halus, tetapi akibatnya besar: yang pertama masih bisa dipertanggungjawabkan, yang kedua tidak. Karena itu kemampuan ini perlu diuraikan tersendiri.

Yang dimaksud kemampuan membaca algoritma dalam buku ini adalah kesanggupan seseorang memahami, menimbang, dan bersikap kritis terhadap cara kerja mesin yang memengaruhi pembuatan, penyebaran,

keterlihatan, dan pengesahan keterangan keagamaan di ruang digital. Rumusan ini melampaui pengertian melekat algoritma yang berkembang dalam kajian komunikasi — antara lain yang dikembangkan Leyla Dogruel dan rekan-rekannya — sebab ia dengan sengaja menyambungkannya pada tiga hal: persoalan kewibawaan keagamaan, cara Islam memastikan ilmu, dan terbentuknya ruang publik Muslim. Jadi yang dituju bukan sekadar tahu bahwa algoritma bekerja dengan data, melainkan memahami bagaimana ia ikut membentuk pengalaman beragama seseorang, pilihan rujukannya, pandangannya tentang ulama, bahkan keputusan-keputusan keagamaannya.

Kesanggupan pertama dalam kemampuan ini adalah kesadaran bahwa apa yang muncul di beranda bukan gambaran apa adanya tentang dunia, melainkan hasil pilihan sistem rekomendasi yang dirancang untuk tujuan tertentu. Banyak pengguna media sosial masih menganggap bahwa apa yang paling sering muncul adalah yang paling penting atau paling benar. Padahal mesin lebih sering mengejar peluang orang menanggapi daripada menimbang mutu isinya. Kesadaran ini menjadi titik berangkat yang penting, sebab ia memungkinkan seseorang mengambil jarak — berhenti sejenak dan bertanya mengapa justru ini yang disajikan kepadanya. Jarak sejenak itu, betapa pun pendeknya, adalah awal dari segala kemandirian berpikir.

Kesanggupan berikutnya adalah mengenali keberpihakan mesin. Tidak ada algoritma yang sungguh-sungguh netral, sebab setiap sistem dibangun di atas tujuan rancangan, ukuran teknis, dan data latihan tertentu. Dalam urusan keagamaan, keberpihakan itu muncul ketika sistem lebih sering mengangkat konten yang mengguncang, memanaskan-manasi, atau menyentuh perasaan — sebab jenis konten itulah yang paling ramai

ditanggapi. Orang yang sanggup membaca algoritma tidak lalu menyalahkan mesin untuk segala hal; ia memahami bahwa setiap sistem punya batasnya. Dan dari pemahaman itu lahir satu pendirian: keputusan keagamaan tidak boleh diserahkan kepada rekomendasi platform.

Kemampuan ini juga mencakup kesanggupan meragamkan sumber. Salah satu akibat utama penyaringan oleh mesin adalah menyempitnya rentang keterangan yang diterima seseorang. Karena itu, seorang Muslim yang sanggup membaca algoritma dengan sengaja memperluas rujukannya: membaca pandangan beberapa ulama, mengikuti lembaga keagamaan yang dapat dipercaya, membuka sumber aslinya, dan tidak hanya bergantung pada satu platform atau satu tokoh di layar. Meragamkan sumber adalah bentuk perlawanan yang tenang terhadap kecenderungan mesin mempersempit dunia pengetahuan seseorang. Ia menuntut kesengajaan, sebab arus mesin selalu mengalir ke arah yang berlawanan.

Kesanggupan lainnya adalah bercermin terhadap perilaku sendiri — kesadaran bahwa cara kerja algoritma ikut dibentuk oleh kebiasaan kita sendiri. Setiap video yang ditonton sampai habis, setiap konten yang dibagikan, setiap komentar yang ditulis, dan setiap akun yang diikuti menjadi data bagi sistem rekomendasi. Dengan kata lain, seorang pengguna bukan hanya sasaran algoritma. Ia juga ikut menyiapkan keadaan yang akan menentukan apa yang kelak disajikan kepadanya. Kesadaran semacam ini mendorong seorang Muslim lebih berhati-hati dalam setiap kegiatan digitalnya, sebab ia paham bahwa apa yang ia tonton hari ini akan menentukan apa yang ia lihat besok. Di situlah terletak kemerdekaan yang sesungguhnya masih kita pegang: bukan pada apa yang disajikan kepada

kita, melainkan pada apa yang kita pilih untuk dibiarkan masuk.

Selanjutnya, kemampuan membaca algoritma mengarah pada terbentuknya ketahanan menghadapi algoritma, yakni kesanggupan seseorang dan komunitasnya tetap berdiri pada pendiriannya di tengah berkuasanya sistem rekomendasi. Ketahanan ini sama sekali tidak berarti menolak teknologi. Ia berarti sanggup memakai teknologi tanpa kehilangan kemerdekaan dalam menimbang. Orang yang tangguh sanggup memanfaatkan algoritma sebagai alat menjelajah pengetahuan, tetapi tetap menjadikan tiga hal sebagai pegangan utama dalam membentuk keyakinannya: cara berpikir yang tertib, bimbingan ulama yang dapat dipercaya, dan kebiasaan memeriksa. Dalam kerangka itu, algoritma ditempatkan sebagai pembuka jalan, bukan sebagai pengganti kewibawaan ilmu.

Dari sudut komunikasi Islam, kemampuan membaca algoritma adalah jawaban atas berubahnya hubungan antara manusia, teknologi, dan agama di era mesin pintar. Dahulu tantangan utamanya adalah sulitnya memperoleh ilmu; hari ini tantangannya justru menjaga keutuhan ilmu di tengah kelimpahan keterangan yang diperantarai mesin. Karena itu, kemampuan ini bukan sekadar tambahan bagi kerangka literasi digital yang sudah ada. Ia kemampuan yang benar-benar baru, dan ia menjadi ciri khas bekal yang dibutuhkan masyarakat Muslim pada era algoritma. Kelimpahan ternyata menuntut kesanggupan yang lebih besar daripada kekurangan.

Dari seluruh pembahasan tadi dapat disimpulkan bahwa kerangka literasi digital keagamaan dalam buku ini terdiri atas empat kemampuan yang saling terjalin: kemampuan berpikir, mengelola rasa, beretika, dan

membaca algoritma. Keempatnya membentuk satu kesatuan yang menerangkan bekal apa yang dibutuhkan masyarakat Muslim dalam menghadapi berubahnya komunikasi agama di era platform dan kecerdasan buatan. Kerangka inilah yang akan menjadi dasar bagi penyusunan kerangka literasi digital keagamaan secara lengkap pada bagian berikutnya – kerangka yang merangkai keempat kemampuan itu menjadi satu acuan yang dapat dipakai untuk penelitian, penyusunan kurikulum, maupun perumusan kebijakan. Dengan begitu, keempat kemampuan itu tidak berhenti sebagai daftar, melainkan menjadi alat yang siap dipakai.

7.3 Merangkai Kerangka Literasi Digital Keagamaan

7.3.1 Mengapa Diperlukan Kerangka Tersendiri

Pembahasan sebelumnya menunjukkan bahwa tantangan komunikasi agama di era algoritma tidak dapat diterangkan hanya dari satu sudut. Gagasan literasi digital menerangkan kesanggupan seseorang mencari dan menimbang keterangan. Gagasan komunikasi agama menerangkan bagaimana pesan keagamaan dibuat dan diterima masyarakat. Dan kajian tentang algoritma memperlihatkan bagaimana mesin ikut menentukan penyebaran, keterlihatan, dan pengesahan sebuah keterangan. Masing-masing menyumbang hal yang berharga. Tetapi belum ada satu pun yang merangkai seluruh sisi itu dalam satu kerangka utuh untuk masyarakat Muslim yang hidup di tengah dunia platform. Kekosongan inilah yang mendasari perlunya kerangka baru – kerangka yang sanggup menerangkan hubungan antara teknologi, komunikasi, cara Islam memastikan ilmu, dan terbentuknya bekal masyarakat digital. Tanpa

kerangka semacam itu, kita akan terus berbicara tentang gejala tanpa pernah menawarkan jalan keluar.

Sejauh ini, berbagai kerangka literasi digital cenderung memandang seseorang sebagai pemakai keterangan yang dituntut punya kecakapan teknis, kecakapan berpikir, dan kesediaan ikut serta. Sebaliknya, kajian komunikasi Islam lebih banyak memperhatikan pesannya, pendakwahnya, lembaganya, atau berubahnya kewibawaan di ruang digital. Keduanya berjalan sejajar tanpa pernah bertemu, dan karena itu belum menghasilkan jawaban atas satu pertanyaan yang paling dibutuhkan: bagaimana seharusnya seorang Muslim bersikap terhadap algoritma, media sosial, kecerdasan buatan, dan teknologi yang terus berganti? Akibatnya, penelitian tentang komunikasi agama sering hanya melukiskan gejala digitalisasi tanpa menawarkan pegangan maupun langkah nyata untuk membangun daya tahan masyarakat terhadap bahaya yang menyertainya. Melukiskan penyakit memang perlu, tetapi tidak menyembuhkan.

Buku ini berangkat dari pendirian bahwa perubahan digital tidak hanya mengganti alat berkomunikasi. Ia mengubah cara manusia memperoleh, memeriksa, mempercayai, dan menyebarkan pengetahuan agamanya. Karena itu, jawaban atas perubahan ini tidak cukup berupa pelatihan keterampilan digital. Yang dibutuhkan adalah cara pandang tentang literasi yang sekaligus menumbuhkan empat hal: daya pikir, kedewasaan perasaan, pegangan akhlak, dan kesadaran akan cara kerja mesin. Dalam cara pandang ini, literasi bukan sekumpulan keterampilan yang bisa dilatih terpisah-pisah. Ia satu sistem bekal yang menentukan mutu perjumpaan antara manusia, teknologi, dan ilmu.

Atas dasar itu, buku ini mengajukan sebuah kerangka yang disebut Kerangka Literasi Digital Keagamaan. Kerangka ini merangkai enam sumber sekaligus: gagasan literasi digital, kajian komunikasi agama, kajian agama digital, gagasan pengaruh media atas agama, melek algoritma, dan pegangan-pegangan cara Islam memastikan ilmu. Bedanya dengan kerangka-kerangka sebelumnya yang biasanya menekankan satu sisi saja: kerangka ini memandang literasi digital keagamaan sebagai proses yang hidup dan berputar – berlangsung melalui perjumpaan antara keadaan ruang digital, bekal seseorang, proses memeriksa sebelum mempercayai, dan hasil sosial yang diharapkan. Karena itu kerangka ini tidak hanya melukiskan keadaan. Ia juga menunjukkan arah dan dapat dipakai bekerja.

Sumbangan utama kerangka ini terletak pada kesanggupannya menyambungkan keempat kemampuan inti – berpikir, mengelola rasa, beretika, dan membaca algoritma – menjadi satu rangkaian yang menerangkan bagaimana masyarakat Muslim dapat membangun ketahanan dalam menimbang di tengah berkuasanya platform digital. Yang dimaksud ketahanan di sini adalah kesanggupan seseorang dan komunitasnya menjaga keutuhan tiga hal: cara mencari ilmu, cara mengambil keputusan keagamaan, dan cara membentuk keyakinan – tanpa kehilangan kemerdekaannya karena tekanan algoritma, kabar bohong, maupun mengerasnya kelompok.

Selain menyumbang pada cara berpikir, kerangka ini juga punya kegunaan nyata. Ia dapat dipakai sebagai dasar menyusun kurikulum literasi digital di pesantren, madrasah, sekolah, kampus, organisasi keagamaan, maupun program-program pemerintah yang hendak memperkuat masyarakat digital. Lebih jauh lagi, ia dapat

menjadi acuan dalam menyusun alat ukur untuk mengetahui seberapa tinggi bekal literasi digital keagamaan masyarakat Muslim di berbagai keadaan sosial dan budaya. Dengan begitu, kerangka ini berfungsi sebagai jembatan antara gagasan di atas kertas dan kebijakan yang benar-benar dijalankan. Tanpa jembatan semacam itu, gagasan sebaik apa pun akan berhenti di rak perpustakaan.

7.3.2 Susunan Kerangka Literasi Digital Keagamaan

Kerangka Literasi Digital Keagamaan yang dikembangkan di sini dibangun atas satu andaian: komunikasi keagamaan di era algoritma adalah sebuah sistem yang terdiri atas empat bagian yang terus saling memengaruhi. Bagian pertama adalah keadaan ruang digitalnya. Bagian kedua adalah kemampuan inti yang harus dimiliki. Bagian ketiga adalah proses memeriksa sebelum mempercayai. Dan bagian keempat adalah hasil yang diharapkan. Keempatnya tidak bekerja berurutan seperti barisan, melainkan membentuk putaran belajar yang terus tumbuh seiring berubahnya teknologi, bertambahnya pengalaman seseorang, dan Bergeraknya masyarakat.

Bagian pertama adalah keadaan ruang digital, yakni lingkungan tempat komunikasi agama berlangsung. Lingkungan ini meliputi media sosial, mesin pencari, aplikasi berbasis kecerdasan buatan, sistem rekomendasi, layanan perpesanan, dan segala jalan digital yang menjadi tempat keterangan keagamaan dibuat serta disebar. Dalam kerangka ini, teknologi tidak dipandang sebagai alat yang netral, melainkan sebagai bangunan komunikasi yang punya aturan main, kebiasaan, dan cara menyaring keterangan yang khas. Karena itu, memahami watak ruang digital adalah syarat pertama bagi tumbuhnya literasi

digital keagamaan – sebab orang tidak bisa menyusuri jalan yang tidak ia kenali.

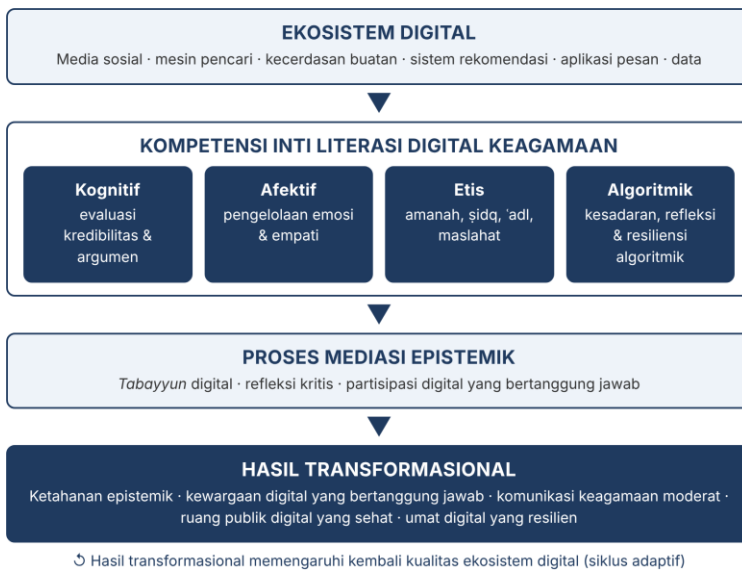
Bagian kedua adalah kemampuan inti, yakni keempat kemampuan yang sudah kita bahas: kemampuan berpikir, mengelola rasa, beretika, dan membaca algoritma. Keempatnya membentuk bekal dasar yang memungkinkan seseorang bergaul dengan keterangan keagamaan secara kritis, mau bercermin, dan bertanggung jawab. Perlu ditegaskan sekali lagi: tidak satu pun di antaranya bisa berdiri sendiri. Kemampuan berpikir kritis harus ditopang kedewasaan perasaan, diarahkan oleh pegangan akhlak, dan diperkuat oleh pemahaman atas cara kerja mesin. Perangkaian inilah yang membedakan kerangka ini dari kerangka literasi digital mana pun sebelumnya. Satu kemampuan yang berdiri sendiri bukan hanya kurang berguna; kadang ia justru menyesatkan, seperti ketajaman tanpa arah.

Bagian ketiga adalah proses memeriksa sebelum mempercayai, yakni apa yang berlangsung di dalam diri seseorang sebelum ia menerima sebuah keterangan sebagai pengetahuan atau meneruskannya kepada orang lain. Dalam kerangka ini, proses itu berjalan melalui tiga jalan. Jalan pertama adalah tabayyun digital, yakni memindahkan pegangan memeriksa dalam Islam ke ruang digital – menuntut seseorang memeriksa sumbernya, keadaan yang melatarinya, keasliannya, dan sahih-tidaknya sebelum mempercayai atau membagikan. Jalan kedua adalah bercermin secara kritis, yakni menimbang isi pesannya dengan kepala jernih. Dan jalan ketiga adalah ikut serta dengan bertanggung jawab, yakni memakai media sosial untuk membangun ruang bersama yang sehat, saling mendengar, dan terbuka.

Bagian terakhir adalah hasil yang diharapkan dari tumbuhnya literasi digital keagamaan. Ada lima hasil yang

dituju. Pertama, ketahanan dalam menimbang, yakni kesanggupan menjaga keutuhan pengetahuan agamanya di tengah banjir keterangan. Kedua, warga digital yang bertanggung jawab, yakni orang yang memakai teknologi sesuai nilai-nilai agamanya. Ketiga, komunikasi keagamaan yang teduh, yakni tumbuhnya kebiasaan berbicara yang mau mendengar, menghargai perbedaan, dan menjauhi pengerasan kubu. Keempat, ruang publik digital yang sehat, yakni ruang yang lebih terbuka, lebih mau bermusyawarah, dan bersandar pada alasan. Kelima, umat digital yang tangguh, yakni bertambahnya kesanggupan masyarakat Muslim menyesuaikan diri dengan teknologi tanpa kehilangan jati dirinya, keutuhan ilmunya, dan kerekatan sesamanya. Kelima hasil itu tidak dicapai sekaligus, melainkan bertahap, dan masing-masing menopang yang berikutnya.

Keempat bagian itu membentuk satu sistem yang hidup dan menyesuaikan diri. Berubahnya ruang digital akan mengubah bekal apa yang dibutuhkan masyarakat. Bertambahnya bekal itu akan memperbaiki mutu proses memeriksa, dan dari situ lahirlah masyarakat digital yang lebih tangguh. Dan putaran itu berjalan dua arah: masyarakat yang bekalnya tinggi juga akan mendorong tumbuhnya kebiasaan berkomunikasi yang lebih sehat, sehingga pada akhirnya ikut mengubah suasana ruang publik digital secara keseluruhan. Dengan begitu, kerangka ini tidak hanya menerangkan hubungan antara seseorang dan teknologinya, tetapi juga menerangkan bagaimana bekal orang per orang dapat menggerakkan perubahan masyarakat yang lebih luas.



Gambar 7.1. Kerangka Literasi Digital Keagamaan

7.3.3 Keunggulan Kerangka Ini

Keunggulan pertama kerangka ini terletak pada kesanggupannya menyatukan teori komunikasi digital dengan cara Islam memastikan ilmu. Kebanyakan kerangka literasi digital dibangun di atas cara pandang sekuler yang berpusat pada tiga hal: akses pada keterangan, kecakapan teknis, dan keikutsertaan di ruang digital. Kerangka ini memperluasnya dengan memasukkan pegangan-pegangan seperti tabayyun, amanah, hikmah, etika berbeda pendapat, dan tanggung jawab akhlak sebagai bagian utama bekal digital. Perangkaan ini memperlihatkan satu hal yang perlu ditegaskan: perubahan digital tidak harus dipahami sebagai ancaman bagi tradisi keilmuan Islam. Ia dapat

menjadi ruang baru untuk menghidupkan kembali nilai-nilai itu di tengah masyarakat hari ini.

Keunggulan kedua adalah menempatkan algoritma sebagai hal yang harus dipelajari, bukan sekadar sebagai latar. Banyak kerangka literasi digital menganggap algoritma sebagai bagian dari lingkungan teknologi yang berada di luar diri penggunaannya — sesuatu yang tidak perlu dipahami, cukup dipakai. Dalam kerangka ini, algoritma justru ditempatkan sebagai sesuatu yang wajib dipahami secara kritis, sebab ia ikut menentukan apa yang terlihat, siapa yang dipercaya, dan bagaimana ruang publik digital terbentuk. Dengan begitu, memahami cara kerja algoritma menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari bekal masyarakat Muslim di era mesin pintar.

Keunggulan ketiga adalah arahnya yang tidak berhenti pada kemampuan orang per orang, melainkan menuju perubahan masyarakat. Kerangka ini memandang berhasilnya literasi digital bukan dari kesanggupan seseorang memakai teknologi, melainkan dari sumbangannya bagi terbentuknya ruang publik digital yang lebih sehat, lebih terbuka, dan lebih bersandar pada ilmu. Cara pandang ini memperluas literasi digital: dari pendekatan yang berhenti pada keterampilan, menuju pendekatan yang mengarah pada tumbuhnya kesanggupan bersama sebagai masyarakat.

Selain itu, kerangka ini juga lentur dalam pemakaiannya. Ia dapat dipakai sebagai pijakan dalam penelitian yang tidak memakai angka, sebagai dasar menyusun alat ukur dalam penelitian yang memakai angka, sebagai acuan menilai sebuah program literasi digital, maupun sebagai dasar menyusun kebijakan pendidikan. Dengan begitu, sumbangannya tidak terbatas pada gagasan, tetapi juga berguna bagi para akademisi,

pendidik, perumus kebijakan, dan organisasi masyarakat yang langsung bekerja di lapangan.

7.3.4 Apa yang Ditawarkannya

Menyusun Kerangka Literasi Digital Keagamaan dalam buku ini tidak dimaksudkan semata sebagai alat menerangkan gejala komunikasi agama di era algoritma. Ia juga dimaksudkan sebagai sumbangan bagi tumbuhnya bidang komunikasi keagamaan digital dan kajian agama digital. Kebanyakan gagasan yang berkembang selama ini cenderung memusatkan perhatian pada satu sisi saja – entah pada berubahnya kewibawaan keagamaan, entah pada cara beragama di ruang digital, entah pada melekat media. Kerangka ini berusaha merangkai berbagai sudut itu menjadi satu kesatuan, agar sanggup menerangkan hubungan antara teknologi, komunikasi, cara memastikan ilmu, dan perubahan masyarakat – semuanya dalam satu tarikan.

Dari sisi cara memastikan ilmu, kerangka ini memperluas gagasan literasi digital dengan memasukkan pegangan-pegangan Islam seperti tabayyun, amanah, hikmah, dan etika berbeda pendapat sebagai bagian dari bekal digital. Dari sisi gagasan, ia memperkaya kajian tentang pengaruh media atas agama dengan menunjukkan satu hal yang melegakan: menyesuaikan diri dengan aturan main media tidak harus berakhir dengan melemahnya kewibawaan keagamaan. Penyesuaian itu dapat diarahkan untuk membangun masyarakat Muslim yang lebih kritis, lebih mau bercermin, dan lebih tangguh. Sedangkan dari sisi kegunaan, ia menyediakan kerangka kerja yang dapat langsung dipakai dalam pendidikan, penelitian, dan perumusan kebijakan.

Dengan demikian, Kerangka Literasi Digital Keagamaan bukan sekadar rangkuman dari berbagai

gagasan yang sudah ada. Ia menawarkan cara pandang baru, yang menempatkan literasi digital keagamaan sebagai jalan utama menumbuhkan ketahanan dalam menimbang bagi masyarakat Muslim di era algoritma. Cara pandang inilah yang menjadi dasar bagi pembahasan berikutnya – tentang bagaimana bekal itu ditumbuhkan melalui lembaga pendidikan, pesantren, organisasi Islam, keluarga, negara, dan platform digital. Dari situlah pembahasan kita beranjak ke soal yang paling praktis.

7.4 Menumbuhkan Literasi: Dari Rumah hingga Kebijakan

7.4.1 Literasi Tidak Tumbuh Sendirian

Menumbuhkan literasi digital keagamaan tidak dapat dibebankan kepada orang per orang. Memang pada akhirnya bekal itu dimiliki oleh setiap pemakai teknologi, tetapi proses tumbuhnya berlangsung melalui perjumpaan yang berbelit antara lingkungan keluarga, lembaga pendidikan, organisasi keagamaan, negara, perusahaan teknologi, media, dan berbagai kelompok masyarakat. Karena itu, pendekatan yang hanya sibuk melatih orang per orang tidak akan cukup menjawab tantangan komunikasi agama hari ini. Yang dibutuhkan adalah pendekatan yang memandang literasi digital keagamaan sebagai bagian dari sebuah ekosistem sosial – jaringan pelaku, lembaga, kebiasaan, dan teknologi yang bersama-sama membentuk mutu ruang publik digital. Bekal tidak tumbuh di ruang hampa; ia tumbuh di dalam lingkungan.

Gagasan tentang ekosistem digital dalam kajian komunikasi menunjukkan bahwa perilaku seseorang di ruang digital tidak pernah terbentuk sendirian. Setiap orang bergaul dengan berbagai lingkungan yang saling

bertaut: keluarga sebagai tempat pertama ia belajar hidup bersama, sekolah dan pesantren sebagai tempat ia dididik, organisasi keagamaan sebagai sumber pegangan, media sebagai pembuat keterangan, dan platform digital sebagai penyedia jalan. Keseluruhan itu memengaruhi cara ia memperoleh pengetahuan, membentuk jati dirinya, dan mengambil keputusan setiap hari. Dengan begitu, berhasil-tidaknya penguatan literasi digital keagamaan sangat ditentukan oleh kesanggupan pihak-pihak itu bekerja bersama – sesuatu yang tidak terjadi dengan sendirinya. Mengubah satu bagian tanpa menyentuh bagian lain hampir selalu berakhir sia-sia.

Pendekatan ekosistem juga menghindarkan kita dari satu kebiasaan yang kurang adil, yaitu menimpakan seluruh tanggung jawab kepada orang per orang – seolah segala persoalan kabar bohong, mengerasnya kelompok, dan pemelintiran oleh mesin semata disebabkan rendahnya kemampuan penggunaanya. Cara pandang semacam itu melewatkan satu kenyataan besar: platform digital punya rancangan yang secara aktif membentuk perilaku penggunaanya. Dan bukan hanya itu. Kebijakan negara, sistem pendidikan, dan kebiasaan berkomunikasi lembaga-lembaga juga ikut menentukan mutu lingkungan keterangan yang kita hirup. Karena itu, literasi digital keagamaan harus ditempatkan sebagai hasil perjumpaan antara bekal seseorang dan mutu sistem sosial tempat ia hidup.

Dalam pemikiran tentang sistem sosial, pendekatan ini sejalan dengan gagasan Niklas Luhmann, yang memandang komunikasi sebagai sesuatu yang berlangsung melalui hubungan antarsistem, bukan semata antarorang. Buku ini tidak memakai gagasan itu sebagai kerangka utamanya, tetapi sudut pandangnya menolong menerangkan satu hal penting: perubahan kebiasaan

berkomunikasi hanya akan bertahan lama bila terjadi perubahan pada berbagai bagian sistem yang saling bertaut. Melatih satu orang saja, tanpa mengubah lingkungannya, akan terhapus oleh lingkungan itu sendiri. Karena itu, menumbuhkan literasi digital keagamaan harus berjalan serentak di empat tingkat: orang per orang, lembaga, kebijakan, dan jalan digitalnya.

Pendekatan ekosistem juga sejalan dengan pegangan *maqāsid al-syarī'ah*, yang menempatkan kemaslahatan sebagai tujuan utama kehidupan bersama. Menjaga agama, akal, jiwa, kehormatan, dan harta tidak dapat diwujudkan hanya melalui perbuatan masing-masing orang. Ia menuntut dukungan lembaga-lembaga sosial yang sanggup menciptakan lingkungan yang memudahkan orang berbuat baik. Dalam urusan komunikasi digital, hal itu berarti penguatan literasi digital keagamaan bukan sekadar menaikkan kecakapan memakai teknologi. Ia juga membangun susunan masyarakat yang menopang terwujudnya ruang publik digital yang lebih adil, lebih merangkul, dan lebih bertanggung jawab. Lingkungan yang baik tidak menjamin orang berbuat baik, tetapi lingkungan yang buruk hampir pasti mempersulitnya.

Atas dasar itu, buku ini mengusulkan agar penumbuhan literasi digital keagamaan dibangun melalui enam tiang: keluarga, lembaga pendidikan, pesantren dan organisasi keagamaan, pemerintah, platform digital, dan masyarakat sipil. Keenam tiang itu punya tugas yang berbeda-beda, tetapi saling menopang dalam membangun ketahanan menimbang masyarakat Muslim di era algoritma. Berikut uraiannya satu per satu.

7.4.2 Keluarga sebagai Tempat Pertama

Dalam semua pemikiran tentang bagaimana manusia belajar hidup bersama, keluarga selalu ditempatkan sebagai lembaga pertama yang membentuk nilai, jati diri, dan cara berbicara seseorang. Sebelum ia mengenal guru, ulama, media, atau algoritma, seorang anak lebih dulu belajar memahami dunia melalui orang tua dan orang-orang di rumahnya. Karena itu, dasar literasi digital keagamaan sesungguhnya dibangun jauh sebelum seseorang punya akun media sosial. Mutu percakapan di dalam keluarga akan menentukan tiga hal: bagaimana ia memandang kewibawaan, bagaimana kebiasaannya mencari keterangan, dan seberapa kritis ia terhadap pesan-pesan yang diterimanya kemudian.

Dunia digital telah mengubah banyak hal dalam keluarga Muslim. Anak-anak kini bergaul dengan teknologi sejak sangat kecil — banyak di antaranya mengenal YouTube, TikTok, atau aplikasi mesin pintar sebelum lancar membaca. Akibatnya, pengetahuan keagamaan mereka tidak lagi terbentuk hanya melalui orang tua atau guru mengaji, tetapi juga melalui sistem rekomendasi yang bekerja tanpa henti, dua puluh empat jam sehari. Keluarga pun menghadapi tantangan yang sama sekali belum pernah dialami generasi sebelumnya: bagaimana mendampingi anak di lingkungan keterangan yang hampir tidak punya batas tempat maupun batas waktu. Dan tidak ada buku panduan yang bisa diwarisi dari generasi sebelumnya, sebab mereka tidak pernah menghadapinya.

Dalam keadaan itu, peran orang tua berubah — dari penyampai pengetahuan menjadi pendamping. Pendampingan di sini bukan berarti pengawasan yang keras dan penuh larangan, melainkan menumbuhkan

kebiasaan berpikir kritis, berdialog, dan memeriksa. Orang tua perlu membangun budaya bertanya di rumah: dari mana keterangan itu datang, siapa yang menyampaikannya, apakah ada sumber lain yang menguatkannya, dan bagaimana ia dipahami dalam kerangka ajaran Islam. Pengalaman menunjukkan bahwa budaya bertanya semacam itu jauh lebih membentuk kesanggupan bercermin pada seorang anak daripada sekadar membatasi waktu pemakaian gawai – sebab yang pertama ia bawa seumur hidup, yang kedua berakhir begitu pengawasannya lepas.

Keluarga juga menjadi tempat pertama tumbuhnya contoh nyata. Anak-anak belajar bukan dari nasihat yang didengarnya, melainkan dari perbuatan yang dilihatnya setiap hari. Orang tua yang biasa memeriksa keterangan sebelum membagikannya, menjauhi ujaran kebencian, berbicara santun di media sosial, dan memakai teknologi dengan ukuran yang wajar sedang memberi pelajaran yang paling kuat – pelajaran tentang bagaimana nilai Islam dijalankan di ruang digital. Sebaliknya, ketika nasihat dan perbuatan orang tua tidak sejalan, anak akan mengikuti perbuatannya, bukan nasihatnya. Dan nilai yang hendak diajarkan justru ikut melemah.

Lebih jauh lagi, keluarga adalah tempat terbentuknya ketahanan perasaan di ruang digital. Seperti sudah dibahas pada kemampuan mengelola rasa, media sosial memang dirancang untuk memancing tanggapan yang cepat. Karena itu keluarga perlu menjadi tempat seorang anak belajar empat hal: menahan marah, menghadapi perbedaan pendapat, menghargai keberagaman, dan menaruh diri pada tempat orang lain. Keempatnya adalah bagian dari pendidikan akhlak yang sudah lama kita kenal, tetapi di era digital ia memperoleh

arti baru — sebagai dasar bagi kebiasaan berkomunikasi yang sehat.

Dengan begitu, keluarga bukan hanya lembaga pendidikan agama yang pertama. Ia juga lembaga pertama yang membentuk budaya literasi digital keagamaan. Keluarga yang sanggup menyatukan pendidikan agama dengan pendampingan digital akan melahirkan angkatan Muslim yang bukan hanya cakap memakai teknologi, tetapi juga punya keutuhan dalam menimbang ilmu dan kedewasaan dalam berakhlak — dua hal yang justru paling dibutuhkan di era algoritma.

7.4.3 Pesantren sebagai Tempat Berlatih

Di antara semua lembaga pendidikan Islam, pesantren punya kedudukan yang sangat menguntungkan dalam menumbuhkan literasi digital keagamaan. Alasannya: pesantren menjalankan tiga pekerjaan sekaligus — mewariskan ilmu keislaman, membentuk watak, dan membina kehidupan bersama. Berbeda dari sekolah yang lebih berpusat pada pelajaran di kelas, pesantren mendidik melalui pergaulan yang berlangsung sepanjang hari, dua puluh empat jam. Watak inilah yang membuat pesantren sangat berpeluang menanamkan literasi digital keagamaan ke dalam kebiasaan hidup sehari-hari, bukan hanya sebagai bahan pelajaran yang dihafal lalu dilupakan. Di pesantren, pelajaran tidak berhenti ketika bel berbunyi.

Sepanjang sejarahnya, pesantren terbukti sangat lentur menghadapi berubahnya teknologi komunikasi. Perpindahan dari tradisi lisan ke kitab kuning, lalu masuknya mesin cetak, radio dakwah, televisi, sampai media sosial — semuanya menunjukkan bahwa pesantren tidak pernah menolak teknologi secara buta. Yang dilakukannya adalah memilih dan menyesuaikan, agar

teknologi dapat dipakai tanpa menghilangkan pokok-pokok pendidikan Islam. Kelenturan yang sudah terbukti itu adalah modal yang sangat berharga bagi penumbuhan literasi digital keagamaan di era algoritma dan mesin pintar hari ini.

Meski begitu, digitalisasi juga menghadirkan tantangan baru bagi pesantren. Seorang santri kini tidak lagi hanya belajar dari kiainya dan dari kitab yang dibacanya; ia juga menerima keterangan keagamaan dari berbagai platform yang sering memakai cara berpikir yang sama sekali berbeda. Keadaan ini di satu sisi memperluas wawasannya. Di sisi lain ia memperbesar risiko kebingungan, bila santri itu belum punya bekal menimbang mutu sumber digital. Karena itu, pesantren perlu memperluas perannya — dari pusat mewariskan ilmu menjadi juga pusat membentuk kesanggupan menimbang di ruang digital, yakni kesanggupan menyambungkan tradisi keilmuan Islam dengan keadaan hari ini.

Dalam kerangka literasi digital keagamaan, pesantren sebaiknya berfungsi sebagai tempat berlatih komunikasi Islam digital. Tempat berlatih di sini bukan sekadar tempat belajar memakai teknologi, melainkan ruang untuk melatih santri mengerjakan lima hal: memeriksa sebelum mempercayai, memahami cara kerja algoritma, membuat konten dakwah yang berdasar ilmu, menimbang kelayakan sumber, dan menjalankan etika berkomunikasi yang sesuai ajaran agamanya. Dengan pendekatan itu, pesantren tidak hanya melahirkan pemakai teknologi yang saleh, tetapi pembuat pengetahuan digital yang punya kejujuran ilmu dan tanggung jawab kepada masyarakatnya.

7.4.4 Kampus Islam dan Sekolah sebagai Tempat Mengembangkan

Kampus dan sekolah adalah lembaga yang sangat menentukan dalam membangun daya pikir masyarakat Muslim menghadapi berubahnya komunikasi di era algoritma. Berbeda dari keluarga yang menjadi tempat pertama seseorang belajar hidup bersama, dan berbeda dari pesantren yang menekankan pembentukan watak secara menyeluruh, lembaga pendidikan formal punya tugas khusus: mengembangkan cara berpikir ilmiah, cara meneliti, kesanggupan menimbang keterangan, dan kecakapan yang dibutuhkan dalam pekerjaan. Karena itu, memperkuat literasi digital keagamaan di lingkungan pendidikan tidak cukup dengan menambah satu mata kuliah tentang teknologi. Ia harus menjadi cara pandang baru dalam seluruh proses belajar – cara pandang yang menyatukan kecakapan digital dengan cara Islam memastikan ilmu dan dengan akhlak berkomunikasi.

Dalam beberapa dekade terakhir, perubahan digital telah mendorong kampus mengembangkan bermacam cara belajar berbasis teknologi: sistem pengelolaan pembelajaran, kuliah daring terbuka untuk umum, perpustakaan digital, kelas jarak jauh, dan pemakaian kecerdasan buatan dalam pekerjaan akademik. Tetapi sebagian besar pembaruan itu masih berpusat pada dua hal: menghemat waktu belajar dan memperluas akses pada bahan bacaan. Satu hal yang justru kurang diperhatikan adalah bagaimana teknologi itu memengaruhi cara mahasiswa memahami kewibawaan keilmuan, menimbang keterangan, dan menjaga kejujuran akademiknya. Dalam urusan komunikasi agama, persoalan ini makin penting, sebab mahasiswa tidak hanya membuka jurnal ilmiah. Setiap hari ia juga menyantap

bermacam konten keagamaan dari media sosial. Kedua hal itu bercampur di layar yang sama, kadang dalam menit yang sama.

Kampus Islam maupun program studi yang mengajarkan pendidikan agama Islam perlu menyusun kurikulum yang tidak lagi memisahkan kajian agama dari kajian teknologi komunikasi. Seorang mahasiswa perlu memahami bahwa algoritma, kecerdasan buatan, perebutan perhatian, dan platform digital adalah hal-hal yang langsung memengaruhi penyebaran ilmu agama. Dengan begitu, mata kuliah seperti komunikasi dakwah, ilmu hadis, usul fikih, etika Islam, dan studi Al-Qur'an dapat diperkaya dengan pembahasan tentang melek algoritma, cara memeriksa keterangan digital, etika memakai mesin pintar, dan cara membaca media digital. Pendekatan lintas bidang semacam itu akan melahirkan lulusan yang bukan hanya menguasai isi ilmu Islam, tetapi juga memahami keadaan tempat ilmu itu dijalankan.

Lebih jauh lagi, kampus punya tanggung jawab menjadi pusat pembuat pengetahuan yang dapat dipercaya di ruang digital. Selama ini media sosial lebih banyak dikuasai konten keagamaan yang bersifat populer, sementara hasil penelitian hampir tidak terdengar dalam percakapan orang banyak. Akibatnya terbentuk jurang antara ilmu yang ditulis di kampus dan pengetahuan yang beredar di masyarakat. Karena itu, kampus perlu menempuh satu jalan yang sering dilewatkan: menjadikan hasil penelitian, kajian, dan pemikirannya dapat diakses dalam bentuk yang lebih enak dibaca dan ditonton, tanpa mengurangi mutunya. Dengan begitu, kampus bukan hanya pembuat ilmu, tetapi juga pemain yang ikut membangun ruang publik digital yang sehat. Jurang itu tidak akan menutup sendiri, dan yang paling dirugikan bukan kampus, melainkan masyarakat.

Memperkuat literasi digital keagamaan juga menuntut berubahnya ukuran keberhasilan belajar. Selama ini pendidikan sering diukur dari tiga hal: dikuasanya bahan, hafalnya seorang murid, dan tercapainya nilai formal. Di era algoritma, ukuran itu perlu diperluas dengan lima kesanggupan baru: memeriksa keterangan secara digital, menimbang kelayakan sumber yang dihasilkan mesin, mengenali keberpihakan mesin, membuat konten ilmiah yang bertanggung jawab, dan membangun percakapan akademik di ruang digital. Dengan begitu, pendidikan tinggi tidak hanya melahirkan lulusan yang cakap bekerja, tetapi juga warga digital yang punya kejujuran ilmu dan tanggung jawab kepada masyarakatnya.

Di tingkat sekolah menengah, penumbuhan literasi digital keagamaan perlu ditempuh dengan cara yang lebih dekat pada keadaan dan usia anak didiknya. Pendidikan agama tidak lagi cukup berpusat pada menyampaikan ketentuan. Ia juga harus membekali siswa menghadapi persoalan digital yang mereka alami setiap hari – persoalan yang sering tidak pernah mereka ceritakan kepada siapa pun. Guru agama, guru teknologi informasi, dan guru mata pelajaran lain perlu menyusun pembelajaran yang saling bersambung, yang menghubungkan nilai-nilai Islam dengan kebiasaan memakai media sosial, memeriksa keterangan, menjaga kepatutan berbicara, dan memakai mesin pintar dengan bertanggung jawab. Pendekatan lintas mata pelajaran semacam itu akan menempatkan literasi digital keagamaan sebagai bekal hidup, bukan sebagai bahan tambahan dalam kurikulum.

Dengan demikian, sekolah dan kampus memegang peran yang sangat penting dalam membangun masyarakat Muslim digital yang bukan hanya cakap memakai

teknologi, tetapi juga sanggup menjaga tiga hal: kejujuran ilmu, kepatutan berbicara, dan mutu pengetahuan agamanya. Dalam kerangka literasi digital keagamaan, lembaga pendidikan berfungsi sebagai ruang utama untuk mengubah bekal orang per orang menjadi budaya bersama – budaya yang menopang terbentuknya ruang publik digital yang kritis, merangkul, dan bersandar pada ilmu.

7.4.5 Organisasi Islam sebagai Penggerak

Salah satu watak penting masyarakat Muslim Indonesia adalah kuatnya peran organisasi keagamaan dalam membentuk cara beragama orang banyak. Nahdlatul Ulama, Muhammadiyah, Persatuan Islam, Al-Irsyad, dan berbagai organisasi Islam lainnya sudah lama menjadi lembaga yang menjembatani ajaran Islam dengan perubahan masyarakat. Di era digital, peran itu tidak berkurang. Ia justru meluas, sebab organisasi keagamaan kini tidak hanya bertemu umatnya di forum tatap muka, melainkan juga melalui berbagai platform yang menjangkau jutaan orang sekaligus. Karena itu, organisasi Islam punya kedudukan yang sangat menguntungkan sebagai penggerak bersama dalam menumbuhkan literasi digital keagamaan di tengah masyarakat. Jangkauan sebesar itu adalah amanah yang tidak kecil.

Perubahan digital menuntut organisasi Islam menyesuaikan diri dalam dua hal sekaligus. Penyesuaian pertama menyangkut cara berbicara, yakni sanggup memakai teknologi digital secara jitu untuk menyampaikan pesan keagamaan. Penyesuaian kedua menyangkut cara memastikan ilmu, yakni sanggup menjaga mutu cara berpikir keilmuan Islam di tengah aturan main digital yang mengutamakan kecepatan, viral, dan perebutan perhatian. Penyesuaian pertama sudah banyak dikerjakan, melalui media sosial, kanal YouTube,

siniar, dan aplikasi. Penyesuaian kedua masih menjadi pekerjaan rumah, sebab ia menuntut cara yang sanggup menyatukan kedalaman ilmu dengan watak platform – dua hal yang tidak mudah dipertemukan.

Dalam kerangka literasi digital keagamaan, organisasi Islam punya sekurang-kurangnya empat tugas penting. Tugas pertama, menjadi pembuat pengetahuan yang dapat dipercaya – menghasilkan konten keagamaan yang berdasar cara berpikir yang tertib, beralasan, dan menghormati beragamnya pendapat dalam Islam. Tugas kedua, menjadi perantara dalam menimbang – menolong masyarakat membedakan keterangan yang berdasar ilmu dari keterangan yang memelintir. Tugas ketiga, menjadi pendidik masyarakat – melalui pelatihan, bahan ajar literasi digital, pendampingan komunitas, dan penguatan kader. Tugas keempat, menjadi penyuar kebijakan – mendorong lahirnya pengelolaan ruang digital yang lebih adil dan aman, yang menghormati kebebasan beragama sekaligus melindungi masyarakat dari penyalahgunaan teknologi. Keempat tugas itu saling menopang, dan meninggalkan salah satunya akan melemahkan yang lain.

Keadaan di Indonesia menunjukkan bahwa organisasi-organisasi Islam sudah memiliki modal sosial yang sangat besar untuk menjalankan tugas itu. Jaringan pesantren, sekolah, kampus, rumah sakit, lembaga zakat, majelis taklim, dan organisasi kepemudaan yang mereka miliki adalah jalan sosial yang siap dipakai untuk memperluas penumbuhan literasi digital keagamaan secara tertib dan merata. Jadi tantangan ke depan bukan terletak pada tersedianya jaringan – jaringannya sudah ada dan sangat luas. Tantangannya terletak pada kesanggupan memasukkan melek algoritma, etika memakai mesin pintar, dan kecakapan berkomunikasi

digital ke dalam program pendidikan dan dakwah yang sudah berjalan.

Beberapa upaya yang sudah berjalan dapat menjadi titik berangkat. Di tingkat pedoman, Majelis Ulama Indonesia telah menerbitkan Fatwa Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah melalui Media Sosial, yang memuat tuntunan memeriksa keterangan, larangan menyebarkan kabar bohong dan ujaran kebencian, serta kepatutan dalam membuat konten. Di tingkat lembaga, organisasi besar seperti Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah telah membangun portal berita, kanal video, dan jaringan media digital yang menjadi rujukan keagamaan bagi warganya. Di tingkat program, Kementerian Agama menempatkan penguatan moderasi beragama — termasuk di ruang digital — sebagai agenda penting. Upaya-upaya itu menunjukkan bahwa modalnya sudah tersedia. Yang masih perlu diperkuat adalah masuknya sisi perasaan dan sisi algoritma ke dalam program-program itu, sebab sebagian besar upaya masih berhenti pada dua hal: membuat konten penyeimbang dan menyerukan pedoman, belum pada menumbuhkan bekal penggunaannya secara tertib dan terukur.

Selain itu, organisasi Islam punya peran penting dalam membangun budaya berbincang di ruang digital. Mengerasnya kelompok yang tumbuh melalui media sosial sering diperkuat oleh terpecahnya komunitas digital yang hampir tidak pernah bergaul dengan kelompok lain. Organisasi Islam dapat menjadi jembatan yang mempertemukan berbagai pandangan — melalui diskusi terbuka, kerja sama antarorganisasi, penyusunan tuntunan kepatutan berkomunikasi digital, dan pengembangan cara bicara keislaman yang teduh, beralasan, dan merangkul. Dengan jalan itu, literasi digital keagamaan tidak berhenti

sebagai bekal orang per orang. Ia tumbuh menjadi gerakan bersama yang memperkuat kerekatan umat.

7.4.6 Pemerintah, Platform, dan Masyarakat Sipil Bekerja Bersama

Memperkuat literasi digital keagamaan tidak akan membuahkan hasil yang baik bila hanya dibebankan kepada lembaga pendidikan atau organisasi keagamaan. Tantangan komunikasi di era algoritma adalah persoalan lintas bidang, yang melibatkan negara, perusahaan teknologi, akademisi, media, organisasi masyarakat, dan para pengguna itu sendiri. Karena itu, penumbuhannya menuntut cara bekerja bersama antarpihak – cara yang antara lain dibahas Chris Ansell dan Alison Gash – yakni pengelolaan yang menyambungkan berbagai pihak berkepentingan untuk membangun lingkungan komunikasi digital yang sehat.

Dalam cara kerja semacam itu, pemerintah berperan sebagai pembuat aturan dan sekaligus pemudah jalan. Aturan diperlukan untuk menciptakan ruang digital yang melindungi masyarakat dari empat hal: penyalahgunaan teknologi, pemelintiran keterangan, pencurian data pribadi, dan menyebarnya konten yang membahayakan kehidupan bersama. Tetapi aturan saja tidak cukup. Pemerintah juga perlu memudahkan tumbuhnya kurikulum literasi digital, mendukung penelitian tentang komunikasi agama digital, memperkuat kesanggupan para guru dan penyuluh agama, serta mendorong kerja sama antara kampus, organisasi keagamaan, dan perusahaan teknologi. Di Indonesia sejumlah perangkat sudah tersedia, antara lain Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi dan Gerakan Nasional Literasi Digital yang digerakkan pemerintah bersama berbagai mitra. Tantangannya adalah

memastikan bahwa program literasi digital nasional juga memuat sisi keagamaan yang peka pada keadaan — bukan hanya kecakapan teknis dan keamanan.

Di sisi lain, perusahaan platform digital tidak dapat lagi ditempatkan sebagai penyedia jalan yang netral. Algoritma yang mereka bangun punya pengaruh yang sangat besar atas terbentuknya ruang publik digital. Karena itu, perusahaan teknologi punya tanggung jawab akhlak untuk mengerjakan empat hal: membuka lebih terang cara kerja sistem rekomendasinya, memperkuat cara menangani kabar bohong, memudahkan orang menjangkau sumber yang dapat dipercaya, dan membuka pintu kerja sama dengan akademisi serta organisasi keagamaan dalam menyusun aturan tentang konten yang peka pada keadaan sosial dan keagamaan setempat.

Masyarakat sipil melengkapi dua pihak tadi melalui empat pekerjaan: mengawasi, menyuarakan, membarui, dan memberdayakan komunitas. Di Indonesia, pekerjaan ini antara lain dijalankan oleh jaringan pegiat literasi digital dari kalangan akademisi dan oleh komunitas pemeriksa fakta seperti Masyarakat Antifitnah Indonesia, yang rutin meluruskan kabar bohong — termasuk kabar bohong bertema keagamaan. Berbagai komunitas literasi digital, lembaga swadaya masyarakat, media yang berdiri sendiri, kelompok pemuda, dan organisasi profesi dapat menjadi penggerak yang membawa literasi digital keagamaan sampai ke tingkat kampung. Kehadiran masyarakat sipil juga penting untuk satu hal lain yang tidak boleh dilupakan: memastikan bahwa penguatan literasi digital tidak berubah menjadi alat mengawasi yang membatasi kebebasan berpikir, kebebasan berbicara, atau beragamnya pendapat.

Dengan demikian, kerangka literasi digital keagamaan menempatkan pembangunan masyarakat

Muslim digital sebagai tanggung jawab bersama, yang menuntut kerja sama antara orang per orang, lembaga pendidikan, organisasi keagamaan, pemerintah, platform digital, dan masyarakat sipil. Cara bekerja bersama semacam ini memungkinkan terbentuknya lingkungan komunikasi yang bukan hanya sanggup mengikuti perkembangan teknologi, tetapi juga sanggup menjaga mutu kehidupan bersama, keutuhan pengetahuan, dan nilai-nilai akhlak Islam di era algoritma.

7.5 Dugaan yang Perlu Diuji dan Pertanyaan yang Belum Terjawab

7.5.1 Delapan Dugaan yang Perlu Diuji

Sebagai sebuah kerangka gagasan, Kerangka Literasi Digital Keagamaan melahirkan sejumlah dugaan yang dapat diuji melalui penelitian di berbagai masyarakat Muslim. Dugaan-dugaan berikut tidak dimaksudkan sebagai kesimpulan yang sudah final dan tertutup bagi bantahan. Ia disajikan justru agar diuji, dibantah, atau diperbaiki oleh siapa pun yang punya datanya — sebab hanya dengan cara itu sebuah gagasan tumbuh.

Dugaan pertama. Makin kuat kemampuan berpikir seseorang di ruang digital, makin mampu ia menimbang layak-tidaknya sebuah keterangan keagamaan dipercaya.

Dugaan kedua. Kemampuan mengelola rasa akan menahan pengaruh konten yang memanas-manasi, sehingga seseorang tidak gampang menyebarkan keterangan keagamaan tanpa memeriksanya lebih dulu.

Dugaan ketiga. Kemampuan beretika akan membuat seseorang berkomunikasi soal agama dengan lebih santun, lebih mau mendengar, dan lebih bertanggung jawab atas apa yang ia sampaikan.

Dugaan keempat. Kemampuan membaca algoritma akan menambah kesanggupan seseorang mengenali keberpihakan mesin dan mengurangi ketergantungannya pada sistem rekomendasi platform.

Dugaan kelima. Berpadunya keempat kemampuan literasi digital keagamaan akan memperkuat ketahanan masyarakat Muslim dalam menimbang – lebih kuat daripada bila keempat kemampuan itu tumbuh terpisah-pisah.

Dugaan keenam. Kebiasaan memeriksa secara digital menjadi penghubung antara bekal literasi digital keagamaan dan mutu keputusan keagamaan yang diambil seseorang.

Dugaan ketujuh. Orang yang bekal literasi digital keagamaannya tinggi cenderung lebih lapang menghadapi beragamnya pandangan dalam Islam, dan lebih tenang ketika berjumpa pendapat yang berbeda dari pendapatnya sendiri.

Dugaan kedelapan. Literasi digital keagamaan ikut melahirkan cara berkomunikasi soal agama yang lebih teduh di ruang digital – lebih jauh dari pengerasan kubu dan lebih dekat pada percakapan.

Dugaan kesembilan. Organisasi keagamaan yang memasukkan literasi digital keagamaan ke dalam program dakwah digitalnya akan lebih dipercaya masyarakat dibanding organisasi yang hanya sibuk memproduksi konten. Sebab yang pertama membekali umatnya, sedangkan yang kedua hanya menambah pasokan di pasar yang sudah penuh.

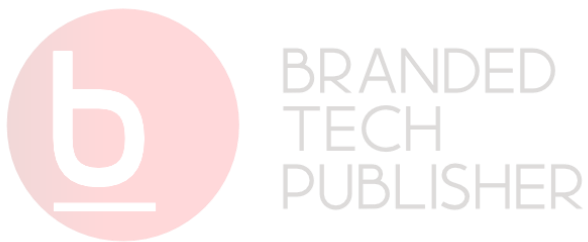
Dugaan kesepuluh. Penumbuhan literasi digital keagamaan yang dijalankan secara tertib di lembaga-lembaga pendidikan akan memperbaiki mutu ruang publik digital masyarakat Muslim – perbaikan yang tidak seketika terlihat, tetapi berjangka panjang.

7.5.2 Pertanyaan yang Menunggu Jawaban

Menumbuhkan literasi digital keagamaan membuka ruang penelitian yang sangat luas, melintasi bidang komunikasi, kajian keislaman, pendidikan, media digital, dan kecerdasan buatan. Berikut sejumlah pertanyaan yang menurut penulis paling mendesak untuk dikerjakan, dan yang sebagian besar masih menunggu peneliti pertamanya.

1. Menyusun alat ukur literasi digital keagamaan yang sudah diuji ketepatan dan keandalannya.
2. Menelusuri pengaruh kecerdasan buatan generatif terhadap terbentuknya kewibawaan keagamaan di ruang digital.
3. Membandingkan bekal literasi digital keagamaan di berbagai organisasi Islam di Indonesia, untuk melihat apa yang berhasil dan apa yang tidak.
4. Mengikuti dari tahun ke tahun bagaimana bekal literasi digital para santri dan mahasiswa tumbuh atau justru melemah.
5. Menilai sejauh mana kurikulum literasi digital keagamaan di pesantren, madrasah, dan kampus benar-benar berbuah di lapangan.
6. Menelusuri hubungan antara bekal literasi digital keagamaan dan daya tahan masyarakat terhadap kabar bohong yang memakai nama agama.
7. Membandingkan penumbuhan literasi digital keagamaan di masyarakat Muslim Asia Tenggara, Timur Tengah, Afrika, dan Muslim yang bermukim di negara-negara Barat, untuk melihat apa yang berlaku umum dan apa yang khas.
8. Menyusun cara bekerja bersama antara pemerintah, organisasi keagamaan, akademisi, dan perusahaan teknologi dalam membangun ruang publik digital

yang sehat — termasuk menguji cara mana yang benar-benar bisa dijalankan.





BRANDED
TECH
PUBLISHER

BAB 8

Kecerdasan Buatan dan Masa Depan Dakwah

Otoritas Campuran, Etika, dan Ekosistem Pengetahuan

Tumbuhnya kecerdasan buatan menandai babak baru dalam sejarah hubungan antara teknologi, komunikasi, dan agama. Perjalanannya bisa dirunut dalam tiga langkah. Pada 1990-an, internet memperluas akses pada keterangan keagamaan. Pada 2010-an, media sosial mengubah cara kewibawaan keagamaan dibuat dan disebarkan. Dan pada 2020-an, kecerdasan buatan generatif mulai mengubah sesuatu yang lebih dalam lagi: cara ilmu agama dicari, ditafsirkan, dirangkum, bahkan diproduksi. Perubahan ketiga ini jauh lebih berat akibatnya daripada dua yang sebelumnya. Alasannya: mesin pintar tidak lagi hanya menyimpan atau menyebarkan keterangan. Ia sanggup menyusun jawaban sendiri, merangkum bacaan, menerjemahkan kitab, menyusun alasan, dan bercakap dengan kita dalam bahasa yang terasa seperti berbicara dengan manusia.

Dari sudut ilmu komunikasi, perkembangan itu memperlihatkan satu pergeseran yang perlu dicermati: mesin pintar telah bergerak dari kedudukan sebagai alat berkomunikasi menjadi pelaku dalam percakapan itu sendiri. Perlu ditegaskan, mesin tidak punya kesadaran, tidak punya keyakinan, dan tidak punya kewibawaan sebagaimana manusia. Tetapi kesanggupannya menyusun jawaban yang runtut dan sesuai keadaan membuat banyak orang mulai memperlakukannya sebagai teman berbincang dalam mencari keterangan. Gejala ini membawa perubahan mendasar dalam praktik komunikasi keagamaan. Pertanyaan-pertanyaan yang

dahulu diajukan kepada guru agama, ustaz, kiai, atau lembaga fatwa kini semakin sering diajukan kepada mesin – yang tersedia kapan saja, menjawab dalam hitungan detik, dan memakai bahasa yang mudah dicerna. Pergeseran ini tidak serta-merta menghapus peran ulama. Tetapi ia mengubah cara masyarakat mencari, memeriksa, dan memaknai ilmu agamanya.

Perubahan itu juga menandai babak baru dalam pengaruh media atas agama. Pada babak sebelumnya, media berperan sebagai saluran yang memperluas jangkauan dakwah dan membentuk aturan main komunikasi keagamaan. Di era mesin pintar, teknologi tidak hanya menjadi perantara. Ia mulai ikut serta dalam menyusun pengetahuan itu sendiri. Mesin dapat menghimpun pendapat ulama dari berbagai mazhab, menyajikan ringkasan kitab klasik, menerangkan istilah-istilah fikih, bahkan membantu menyusun bahan ceramah. Memang seluruh pekerjaan itu tetap bergantung pada data yang tersedia, dan sama sekali tidak menggantikan ijtihad. Tetapi kehadirannya sudah mengubah pengalaman orang dalam memperoleh ilmu. Ilmu agama hari ini tidak lagi diperoleh semata dari perjumpaan dengan manusia atau dari membaca kitab, tetapi juga dari sebuah sistem yang sanggup mengolah dan menyajikan pengetahuan dengan caranya sendiri.

Di sisi lain, kemajuan mesin pintar menghadirkan persoalan keilmuan dan akhlak yang tidak ringan. Mesin bahasa generatif dapat menghasilkan jawaban yang terdengar sangat yakin tetapi sesungguhnya keliru – gejala yang sering disebut mengarang atau berhalusinasi. Ia dapat menyusun kutipan yang sama sekali tidak pernah ada. Ia juga dapat mencampur berbagai pendapat ulama tanpa menjelaskan perbedaan cara berpikir di antara mereka – padahal justru perbedaan itu yang menentukan.

Selain itu, mesin dibangun dari data latihan tertentu yang bisa mengandung keberpihakan budaya, bahasa, maupun cara menampilkan agama. Dalam urusan komunikasi Islam, keadaan ini melahirkan tiga pertanyaan yang harus dijawab: sampai batas mana mesin boleh dipakai, seberapa sahih pengetahuan yang dihasilkannya, dan di mana kedudukan kewibawaan ulama di tengah semua ini.

Bab ini berangkat dari pendirian bahwa mesin pintar harus dipahami bukan sekadar sebagai pembaruan teknologi, melainkan sebagai pemain baru dalam urusan pengetahuan — pemain yang memengaruhi cara masyarakat Muslim memperoleh, membuat, memeriksa, dan menyebarkan ilmu agamanya. Karena itu, menimbanginya tidak cukup dari sudut teknologi informasi saja. Diperlukan lima sudut sekaligus: ilmu komunikasi, kajian agama digital, cara Islam memastikan ilmu, etika teknologi, dan kajian tentang pengaruh media atas agama. Dengan pendekatan itu, bab ini bertujuan mengerjakan tiga hal: menerangkan bagaimana mesin pintar menyusun ulang komunikasi keagamaan, mengenali peluang dan bahayanya, serta menawarkan kerangka baru yang dapat menjadi dasar bagi gagasan dan praktik dakwah di zaman ini.

Pembahasan dimulai dengan menelusuri perjalanan mesin pintar dalam urusan agama pada bagian 8.1. Lalu berlanjut ke berubahnya kewibawaan keagamaan melalui gagasan otoritas campuran pada bagian 8.2, akibatnya bagi ruang belajar Islam pada 8.3, persoalan etika dan tata kelola pada 8.4, penyusunan gambaran ekosistem sebagai rangkaian seluruh gagasan pada 8.5, dan gambaran masa depan dakwah pada 8.6. Melalui alur itu, bab ini hendak menunjukkan satu pendirian: mesin pintar bukan pengganti agama dan bukan pengganti ulama. Ia bagian dari lingkungan komunikasi yang baru —

lingkungan yang menuntut cara pandang, bekal, dan aturan yang baru pula, agar teknologi dapat dipakai dengan bertanggung jawab.

8.1 Perjalanan Kecerdasan Buatan dalam Urusan Agama

8.1.1 Dari Mesin Pencari ke Mesin yang Mengarang Jawaban

Berubahnya komunikasi keagamaan di masyarakat digital tidak terjadi mendadak. Ia hasil perjalanan teknologi selama lebih dari tiga dekade, dan baik kita runut dari awalnya. Pada masa awal internet, teknologi digital terutama berfungsi sebagai gudang dan sebagai jalan penyebaran. Situs keislaman, perpustakaan digital, forum diskusi, dan mesin pencari menjadi alat utama yang menolong orang menjangkau Al-Qur'an, hadis, kitab klasik, fatwa, dan berbagai sumber ilmu Islam lainnya. Pada tahap itu teknologi memperluas akses, tetapi ia belum ikut menyusun jawaban atau tafsiran apa pun. Penggunaanya tetap memegang seluruh pekerjaan utama: mencari, memilih, membaca, dan menafsirkan sendiri apa yang ia temukan. Teknologi membuka pintu; manusia yang tetap melangkah masuk dan memilih jalannya sendiri.

Perubahan mulai terasa ketika mesin pencari berkembang – dari yang hanya mencocokkan kata menjadi yang mulai memahami makna. Mesin pencari tidak lagi sekadar mencari kesamaan huruf, tetapi mulai menangkap hubungan antargagasan, maksud di balik pertanyaan, dan kebiasaan penggunaanya. Dalam urusan agama, perkembangan ini memungkinkan seseorang memperoleh keterangan yang lebih cocok dengan apa

yang sebenarnya ia tanyakan. Meski begitu, ia masih harus membuka banyak situs, membandingkan sumber, dan merangkai sendiri kesimpulannya. Dengan kata lain, teknologi masih berfungsi sebagai pembantu mencari, belum sebagai penyusun pengetahuan. Pekerjaan berat masih di tangan manusia, dan karena itu tanggung jawabnya pun masih jelas letaknya.

Babak berikutnya ditandai munculnya media sosial, yang mengubah cara ilmu agama disebarkan. Kalau mesin pencari menempatkan seseorang sebagai pihak yang aktif mencari, media sosial justru membalik keadaan: ia mengantarkan keterangan kepada kita, tanpa diminta, melalui pilihan mesin. Pergeseran ini mengubah hubungan antara umat dan ilmu agamanya. Keterangan keagamaan tidak lagi diperoleh hanya melalui pencarian yang disengaja, tetapi juga melalui rekomendasi mesin, unggahan kawan, konten kreator, atau video yang muncul sendiri di beranda. Pada babak inilah algoritma mulai punya pengaruh besar atas apa yang diketahui, dipercaya, dan diperbincangkan masyarakat Muslim. Dan pengaruh itu bekerja tanpa pernah diumumkan kepada siapa pun.

Datangnya kecerdasan buatan generatif membawa perubahan yang jauh lebih mendasar. Berbeda dari mesin pencari yang menyajikan daftar sumber, mesin generatif langsung menyajikan jawaban yang sudah tersusun utuh. Seseorang tidak lagi perlu membaca puluhan tulisan atau membandingkan berbagai rujukan, sebab mesin sudah mengerjakan perangkataiannya lebih dulu. Dalam urusan agama, kesanggupan ini memungkinkan seseorang memperoleh penjelasan sebuah ayat, ringkasan pendapat ulama, keterangan tentang istilah fikih, atau uraian sejarah Islam — semuanya melalui percakapan yang berjalan seperti berbicara dengan orang. Perubahan itu menggeser pengalaman mencari ilmu secara mendasar: dari mencari

menjadi bercakap, dari pekerjaan menelusuri menjadi pekerjaan berdialog dengan sebuah sistem. Yang berubah bukan kecepatannya saja, melainkan siapa yang mengerjakan perangkatannya.

Pergeseran itu membawa akibat keilmuan yang sangat besar, dan baik kita sadari sekarang. Pada era mesin pencari, seseorang masih dapat melihat langsung dari mana keterangan itu datang, sebab daftar situsya tertera. Sebaliknya, mesin generatif sering menyajikan hasil rangkaiannya tanpa memperlihatkan bagaimana ia berpikir atau sumber mana yang menjadi dasar utamanya. Akibatnya, hubungan antara seseorang dan sumber ilmunya menjadi gelap. Dalam urusan agama, keadaan itu menjadi persoalan yang serius. Sebab kewibawaan sebuah penjelasan dalam Islam tidak ditentukan oleh isi jawabannya saja, tetapi juga oleh cara berpikir yang dipakai, oleh rantai keilmuan atau sanad yang menopangnya, dan oleh keadaan yang melatari alasannya.

Dari sudut ilmu komunikasi, perjalanan ini juga memperlihatkan berubahnya bentuk perantara. Pada generasi pertama internet, teknologi berperan sebagai gudang penyimpanan. Pada generasi media sosial, ia berkembang menjadi pemilih, melalui sistem rekomendasi. Dan pada era mesin generatif, ia berubah lagi menjadi perangkat – sistem yang sanggup menyatukan bermacam sumber menjadi satu jawaban yang terasa runtut dan terasa khusus untuk kita. Tiga langkah: menyimpan, memilih, merangkai. Perjalanan itu menunjukkan bahwa mesin pintar bukan sekadar tahap lanjutan dari digitalisasi. Ia perubahan cara pandang tentang bagaimana manusia berjumpa dengan ilmu.

Perubahan itu juga mengubah apa yang dituntut dari penggunaannya. Kalau dahulu orang perlu cakap mencari keterangan, sekarang ia dituntut punya empat

kesanggupan baru: menyusun pertanyaan dengan tepat, menimbang jawaban mesin, memeriksa sumber yang dipakainya, dan memahami di mana batas kemampuan mesin itu. Dengan kata lain, kemajuan mesin pintar tidak menghapus kebutuhan akan literasi digital. Ia justru memperluasnya. Bekal yang sudah dibangun melalui kerangka literasi digital keagamaan di Bab 7 menjadi makin dibutuhkan, sebab seseorang kini harus memakai kemampuan berpikir kritis, kesadaran akan algoritma, dan kepatutan berkomunikasi – semuanya sekaligus – saat berhadapan dengan mesin.

Secara keseluruhan, perjalanan dari mesin pencari ke mesin yang mengarah jawaban memperlihatkan bahwa berubahnya komunikasi agama bukan lagi sekadar soal keterangan yang berpindah ke bentuk digital. Yang berubah adalah cara ilmu agama diproduksi, dirangkai, dan disampaikan. Dari perubahan inilah lahir bentuk-bentuk baru kewibawaan, cara belajar agama yang baru, dan pengalaman beragama yang belum pernah dikenal generasi sebelumnya.

8.1.2 Makhluk Baru dalam Lingkaran Komunikasi Keagamaan

Salah satu perubahan paling mendasar yang dibawa kecerdasan buatan generatif adalah bergesernya kedudukan teknologi: dari sekadar alat berkomunikasi menjadi bagian yang aktif dalam percakapan itu sendiri. Dalam cara pandang komunikasi yang lama, teknologi dipahami sebagai media yang menolong manusia menyampaikan pesan kepada manusia lain. Surat, radio, televisi, internet, dan media sosial semuanya dipandang sebagai saluran yang menghubungkan dua pihak. Mesin generatif memperlihatkan watak yang lain, sebab ia sanggup menyusun jawaban yang menyesuaikan diri,

menjaga alur percakapan, membangun alasan, dan mengubah jawabannya mengikuti pertanyaan penggunanya. Watak semacam itu membuat mesin tidak lagi dirasakan sebagai alat. Banyak orang mulai memperlakukannya sebagai teman berbicara. Dan perlakuan itu, bukan hakikat mesinnya, yang mengubah banyak hal.

Pergeseran ini tidak berarti mesin punya kesadaran, kehendak, atau kewibawaan akhlak sebagaimana manusia. Baik secara pemikiran maupun secara agama, mesin tetaplah sistem hitungan yang bekerja dari rumus matematika dan data latihan. Tetapi dari sudut ilmu komunikasi, yang penting bukan hanya apa hakikat sebuah pelaku, melainkan juga bagaimana ia berfungsi dalam percakapan. Dan di situlah kenyataannya tidak bisa dibantah: ketika jutaan orang mengajukan pertanyaan agama kepada mesin, menerima jawabannya, meminta penjelasan tambahan, lalu memakai jawaban itu sebagai dasar mengambil keputusan – mesin telah menjalankan pekerjaan yang dahulu hampir seluruhnya dikerjakan manusia.

Dalam kajian komunikasi masa kini, perkembangan ini dapat dipahami melalui gagasan tentang pelaku bukan-manusia, yang antara lain dikembangkan Bruno Latour. Maksudnya adalah pengakuan bahwa sebuah sistem teknologi dapat memengaruhi alur percakapan tanpa harus punya kesadaran. Algoritma rekomendasi media sosial sudah lama menunjukkan bentuk semacam itu, dengan menentukan konten apa yang lebih mungkin kita lihat. Mesin generatif memperluasnya satu langkah lebih jauh: ia tidak hanya memilih keterangan, tetapi menghasilkan bentuk baru dari keterangan itu. Dalam urusan keagamaan, mesin tidak sekadar menyampaikan ulang pesan ulama. Ia merangkai berbagai pandangan

menjadi sebuah jawaban yang baru, yang disesuaikan dengan pertanyaan penggunanya. Kajian tentang komunikasi antara manusia dan mesin bahkan mengusulkan — antara lain melalui Andrea Guzman dan Seth Lewis — agar mesin semacam ini diperlakukan sebagai mitra bicara, bukan lagi sebagai media.

Perubahan ini membawa akibat penting bagi soal kewibawaan. Selama berabad-abad, hubungan antara umat Islam dan ilmu agamanya dibangun melalui pertemuan dengan guru, ulama, kitab, dan lembaga pendidikan. Mesin pintar menambahkan satu lapisan baru dalam hubungan itu. Orang sekarang dapat memperoleh penjelasan awal tentang persoalan agamanya tanpa lebih dulu bertemu siapa pun. Jawaban mesin memang tidak punya kedudukan sebagai fatwa maupun ijtihad — dan ini harus ditegaskan. Tetapi jawaban itu sering menjadi titik awal yang membentuk kesan pertama, membentuk cara berpikir, dan menentukan ke mana ia akan mencari berikutnya. Dengan begitu, mesin mulai berperan sebagai pemain kedua dalam urusan pengetahuan: ia tidak menghasilkan kewibawaan, tetapi ikut memengaruhi bagaimana pengetahuan itu terbentuk di kepala seseorang.

Di sinilah diperlukan pembedaan yang tegas antara dua macam kewibawaan: kewibawaan dalam urusan ilmu dan kewibawaan dalam menetapkan ketentuan. Mesin dapat menolong menerangkan sebuah istilah, menyusun ringkasan, membandingkan pendapat ulama, atau menerjemahkan kitab klasik — dan dalam hal itu ia sangat berguna. Tetapi mesin tidak punya kewibawaan untuk menetapkan hukum, berijtihad, menimbang kemaslahatan menurut keadaan setempat, atau menanggung akibat akhlak dari sebuah keputusan. Dalam tradisi Islam, kewibawaan menetapkan ketentuan selalu berkaitan dengan empat hal: kemampuan ilmu, keutuhan akhlak,

pemahaman atas keadaan masyarakat, dan pertanggungjawaban di hadapan Allah Swt. serta orang banyak. Keempatnya tidak dapat diperas menjadi kesanggupan berhitung.

Karena itu buku ini mengajukan satu perbedaan yang penting dijaga: mesin sebagai sistem keterangan keagamaan, dan mesin sebagai kewibawaan keagamaan. Kecerdasan buatan dapat dipahami sebagai sistem keterangan yang sangat canggih, tetapi ia tidak dapat disamakan dengan kewibawaan keagamaan. Perbedaan ini perlu dipegang untuk mencegah dua sikap berlebihan yang sama-sama merugikan. Sikap pertama: menolak seluruh pemakaian mesin pintar dalam urusan agama karena dianggap mengancam tradisi Islam. Sikap kedua: mempercayainya secara berlebihan, seolah mesin sanggup menggantikan ulama dalam membimbing umat. Keduanya melewatkan kenyataan bahwa hubungan antara teknologi dan kewibawaan di masyarakat digital jauh lebih berbelit daripada menolak atau menerima. Jalan tengahnya menuntut kesediaan berpikir, dan itu memang lebih melelahkan daripada memilih salah satu ujung.

Dengan demikian, kedudukan mesin pintar dalam komunikasi keagamaan lebih tepat dipahami sebagai pelaku percakapan yang memperluas akses pada ilmu – tetapi tidak menggantikan kewibawaan keilmuan dan tanggung jawab manusia. Pemahaman inilah yang menjadi pijakan bagi pembahasan berikutnya: bagaimana mesin pintar mulai menyusun ulang kewibawaan keagamaan, praktik memberi fatwa, dan hubungan antara ulama, lembaga Islam, serta umatnya. Ketiga hal itulah yang akan kita periksa berikutnya.

8.2 Kecerdasan Buatan dan Berubahnya Otoritas

8.2.1 *Dari Otoritas Ilmu ke Otoritas Campuran*

Selama lebih dari empat belas abad, kewibawaan keagamaan dalam Islam dibangun di atas susunan yang hampir tidak berubah. Kepercayaan kepada seorang ulama tidak lahir dari kepopuleran atau dari kepandaianya berbicara, melainkan dari enam hal: perjalanan panjang menuntut ilmu, penguasaan berbagai cabang ilmu keislaman, hubungan keilmuan dengan para gurunya melalui sanad, pengakuan dari kalangan berilmu, keutuhan akhlak, dan pengabdianya kepada masyarakat. Dalam tradisi itu, kewibawaan adalah buah dari belajar bertahun-tahun yang dikukuhkan melalui pengakuan bersama – pengakuan dari lembaga pendidikan, dari kalangan ulama, dan dari umat secara luas. Ilmu agama bukan sekadar tumpukan keterangan. Ia hasil dari tradisi menafsirkan yang hidup dan terus bergerak.

Dunia digital mulai mengubah susunan itu ketika media sosial memperluas ruang publik keagamaan. Seperti sudah dibahas di Bab 5, algoritma platform membuka jalan bagi munculnya bermacam kewibawaan baru yang tidak selalu datang dari jalur pendidikan keagamaan. Kepopuleran di layar, kepandaian berkomunikasi, dan kerajinan mengunggah menjadi hal-hal yang makin menentukan seberapa sering seorang pendakwah terlihat. Namun perlu dicatat satu hal penting: pada babak media sosial itu, manusia masih tetap menjadi pusat pembuat pengetahuan. Algoritma hanya menentukan siapa yang lebih mudah ditemukan orang.

Kecerdasan buatan memperkenalkan keadaan yang jauh lebih berbelit. Mesin tidak hanya mempercepat penyebaran ilmu agama; ia mulai ikut mengerjakan penyusunan, perangkaian, dan penyajiannya. Ketika

seorang Muslim bertanya tentang hukum zakat, tentang perbedaan mazhab, tentang sejarah tafsir, atau tentang makna sebuah ayat, mesin tidak sekadar menunjukkan satu sumber. Ia menyusun jawaban yang baru, dengan menggabungkan berbagai keterangan yang pernah ia pelajari. Dan di situlah soalnya: penggunaanya sering berjumpa langsung dengan jawaban itu tanpa pernah tahu kitab mana, ulama siapa, dan cara berpikir apa yang menjadi dasarnya. Yang hilang bukan jawabannya, melainkan jejak menuju jawaban itu.

Gejala itu memperlihatkan bahwa susunan kewibawaan keagamaan memasuki babak yang dapat kita sebut otoritas keagamaan campuran. Di Bab 5, istilah itu dipakai untuk melukiskan berpadunya kewibawaan dari rantai keilmuan dan kewibawaan dari layar dalam diri seorang manusia. Bab ini memperluasnya, dengan memasukkan mesin pintar sebagai unsur baru dalam susunan itu. Yang dimaksud otoritas campuran sama sekali bukan tergantinya ulama oleh mesin. Yang dimaksud adalah terbentuknya susunan kewibawaan baru, yang melibatkan perjumpaan antara pelaku manusia dan pelaku teknologi dalam membuat serta menyebarkan ilmu agama. Dalam susunan ini, jawaban yang diterima seseorang adalah hasil pertemuan lima hal: tradisi keilmuan Islam, gudang data digital, mesin yang belajar sendiri, rancangan platformnya, dan tafsiran penggunaanya sendiri. Dengan begitu, pengalaman memperoleh ilmu agama tidak lagi sepenuhnya diperantarai hubungan langsung antara guru dan murid, melainkan juga oleh sebuah sistem yang berfungsi sebagai perantara pengetahuan. Lima sumber, satu jawaban, dan tidak seorang pun sanggup memisahkan lagi sumbangan masing-masing.

Gagasan otoritas keagamaan campuran yang diajukan di sini berbeda dari gagasan otoritas berjejaring yang berkembang dalam kajian agama digital – antara lain melalui Heidi Campbell dan Pauline Cheong. Gagasan otoritas berjejaring menekankan bahwa kepercayaan terbentuk melalui hubungan antarpengguna di dalam jaringan digital. Gagasan otoritas campuran menambahkan satu sisi baru: ikut sertanya mesin pintar sebagai perantara yang aktif dalam menyusun pengetahuan. Dengan kata lain, hubungan antara ulama dan umat kini tidak hanya diperantarai media, tetapi juga oleh sebuah sistem yang memilih, merangkai, dan merumuskan ulang pengetahuan itu sebelum ia sampai ke tangan penggunanya.

Akibat dari perubahan ini cukup besar, dan ada empat yang pantas dicatat. Pertama, masyarakat memperoleh akses pada ilmu agama dengan kecepatan yang belum pernah terjadi sepanjang sejarah. Kedua, batas antara pengetahuan yang asli dan pengetahuan hasil rangkaian mesin menjadi kabur. Ketiga, cara belajar agama bergeser – dari membaca teks aslinya menjadi menerima ringkasan yang sudah dipadatkan mesin. Keempat, pengalaman beragama menjadi makin pribadi, sebab jawaban mesin dapat disesuaikan dengan keadaan, bahasa, dan kebutuhan masing-masing orang. Keempat perubahan itu memperlihatkan bahwa mesin pintar memengaruhi bangunan komunikasi agama pada tingkat yang jauh lebih dalam dibanding teknologi digital mana pun sebelumnya.

Meski begitu, gagasan otoritas campuran tidak boleh dipakai sebagai alasan untuk menempatkan mesin di kedudukan ulama. Dalam pandangan buku ini, mesin tetap berada pada kedudukan sebagai perantara ilmu, bukan sebagai penentu ketentuan. Mesin dapat

mempercepat akses pada ilmu, memperluas penyebarannya, dan menolong orang belajar. Tetapi kewibawaan menetapkan ketentuan tetap berada pada kalangan berilmu Islam — mereka yang punya kesanggupan berijtihad, yang memahami keadaan masyarakatnya, yang menimbang maqāsid al-syarī‘ah, dan yang menanggung akibat hukum dari apa yang mereka putuskan. Dengan begitu, mesin berfungsi memperluas kesanggupan berkomunikasi, tanpa mengambil alih kewibawaan yang secara agama dan keilmuan memang melekat pada manusia.

Gagasan otoritas keagamaan campuran ini membawa akibat yang penting bagi cara berpikir kita. Ia menunjukkan bahwa berubahnya komunikasi agama di era mesin pintar tidak lagi dapat diterangkan hanya melalui gagasan pengaruh media atas agama atau gagasan otoritas digital yang sudah ada. Diperlukan cara pandang baru, yang mengakui bahwa pelaku teknologi kini menjadi bagian dari jaringan pembuat pengetahuan — meski ia tidak punya kewibawaan menetapkan ketentuan apa pun. Cara pandang inilah yang menjadi dasar untuk memahami bagaimana umat Islam akan berjumpa dengan mesin pintar pada dekade-dekade mendatang.

8.2.2 Bisakah Mesin Menjadi Mufti?

Di antara banyak pertanyaan yang muncul sejak tumbuhnya kecerdasan buatan generatif, satu yang paling ramai diperdebatkan adalah ini: apakah mesin kelak dapat menggantikan seorang mufti? Pertanyaan itu muncul bukan tanpa sebab. Mesin memang sanggup menjawab persoalan fikih, menyajikan pendapat berbagai mazhab, mengutip ayat dan hadis, serta menyusun alasan yang tampak sangat tertib. Bagi banyak orang yang tidak terlatih, mutu jawaban semacam itu memberi kesan bahwa

mesin sudah setara dengan seorang ahli hukum Islam. Kesan itu perlu diperiksa dengan hati-hati, dari dua sudut: dari cara Islam memastikan ilmu, dan dari ilmu komunikasi.

Dalam tradisi usul fikih, fatwa bukan sekadar hasil mencari keterangan atau menyusun alasan dari teks. Fatwa adalah buah dari ijtihad, dan ijtihad mensyaratkan penguasaan atas tujuh hal: Al-Qur'an, hadis, usul fikih, kaidah fikih, maqāṣid al-syarī'ah, bahasa Arab, dan keadaan nyata masyarakatnya. Di luar bekal ilmu itu, seorang mufti juga dituntut memiliki tiga hal lain: keutuhan akhlak, kemandirian dari tekanan siapa pun, dan kesadaran akan akibat sosial dari setiap pendapat yang ia keluarkan. Jadi kewibawaan seorang mufti tidak dibangun dari pengetahuan saja. Ia dibangun juga dari tanggung jawab — dan tanggung jawab menuntut adanya seseorang yang bisa dimintai pertanggungjawaban.

Kecerdasan buatan sangat unggul dalam tiga hal: mengenali pola, merangkai keterangan, dan menyusun kalimat berdasarkan kemungkinan kata yang paling mungkin menyusul. Tetapi mesin tidak mengalami ijtihad sebagaimana dipahami dalam Islam. Ia tidak punya niat, tidak menanggung beban kewajiban, tidak punya pengalaman hidup, tidak memahami gerak masyarakat secara langsung, dan tidak sanggup menimbang manfaat dan kerusakan sebagaimana seorang mujtahid. Jawaban mesin adalah hasil perhitungan atas data yang tersedia — bukan hasil pertimbangan yang lahir dari kesadaran akhlak dan tanggung jawab hukum. Perbedaan itu bukan soal kecanggihan yang bisa ditambal dengan mesin yang lebih besar. Ia perbedaan jenis.

Perbedaan itu menunjukkan bahwa mesin dapat berfungsi sebagai alat bantu berijtihad, tetapi tidak dapat ditempatkan sebagai pelaku ijtihad. Mesin sanggup

menolong mengenali dalil, membandingkan pendapat ulama lintas mazhab, menelusuri putusan-putusan terdahulu, menerjemahkan kitab klasik, dan merangkum perdebatan akademik — semuanya dengan kecepatan yang jauh melampaui manusia. Itu bantuan yang sangat berharga dan tidak perlu ditolak. Tetapi keputusan tentang dalil mana yang berlaku, kemaslahatan mana yang didahulukan, bagaimana menyesuaikan dengan keadaan setempat, dan apa akhirnya ketentuannya — semua itu tetap menuntut penilaian manusia yang berilmu dan sanggup bertanggung jawab.

Dari sudut komunikasi, hadirnya mesin juga mengubah apa yang diharapkan orang ketika mencari fatwa. Dahulu seseorang harus mendatangi ulama, menerangkan keadaan persoalannya, lalu menunggu jawaban — dan menunggu itu sendiri punya gunanya. Sekarang ia memperoleh jawaban dalam hitungan detik. Perubahan ini melahirkan kebiasaan bertanya agama secara kilat: mencari jawaban yang cepat, ringkas, dan mudah dicerna. Dari sisi kemudahan, itu kemajuan. Tetapi kebiasaan itu juga berpeluang memeras persoalan hukum Islam yang pada kenyataannya sering berlapis, bergantung keadaan, dan menuntut percakapan yang dalam antara penanya dan penjawabnya.

Buku ini berpendapat bahwa pertanyaan yang lebih tepat bukanlah “apakah mesin dapat menjadi mufti?”, melainkan “di mana sebaiknya mesin ditempatkan dalam urusan fatwa?” Pergantian pertanyaan ini penting, sebab ia menyelamatkan kita dari pilihan yang terlalu kasar antara menerima atau menolak. Pendekatan yang lebih membangun adalah menempatkan mesin sebagai mitra dalam urusan ilmu — yang menolong memperkuat penelitian, memperluas akses pada bacaan, dan meringankan pekerjaan para ulama — sambil menegaskan

bahwa kewibawaan menetapkan ketentuan tetap berada pada manusia yang berilmu.

Dengan demikian, masa depan pemberian fatwa kemungkinan besar tidak bergerak menuju mesin yang menggantikan mufti, melainkan menuju mufti yang dibantu mesin. Dalam bentuk itu, kecerdasan buatan menjadi alat yang memperkuat daya pikir para ulama tanpa menggeser kedudukan mereka sebagai pemegang kewibawaan. Dan dalam kerangka inilah teknologi dan tradisi keilmuan Islam dapat tumbuh bersama, sehingga pembaruan digital menjadi jalan memperluas manfaat ilmu — bukan jalan mengorbankan dasar-dasarnya.

8.2.3 Susunan Baru Otoritas Keagamaan

Pembahasan tentang kecerdasan buatan dalam komunikasi keagamaan sering terjebak pada pilihan yang terlalu kasar: apakah mesin akan menggantikan ulama, atau ia hanya akan menjadi alat bantu dakwah. Pilihan semacam itu sesungguhnya tidak cukup untuk menerangkan apa yang sedang terjadi. Pengalaman umat Islam dalam memperoleh ilmu agama di era mesin pintar menunjukkan bahwa hubungan antara manusia, teknologi, dan kewibawaan keagamaan berkembang dengan pola yang jauh lebih berbelit daripada sekadar menggantikan atau membantu. Karena itu diperlukan kerangka baru — kerangka yang sanggup menerangkan bagaimana ketiga pihak itu saling berjumpa dalam membentuk pengalaman beragama masyarakat digital. Tanpa kerangka semacam itu, kita akan terus berdebat tentang dua kemungkinan yang keduanya tidak terjadi.

Dalam pandangan buku ini, perubahan itu dipahami sebagai tersusunnya kembali kewibawaan: berubahnya hubungan antara sumber pengetahuan, perantara komunikasi, lembaga keagamaan, dan

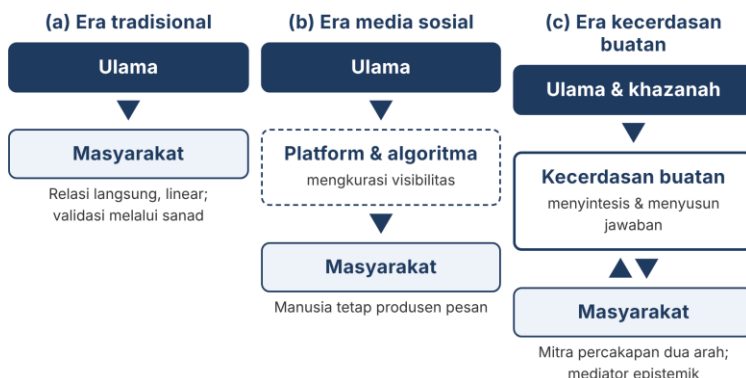
penggunanya. Tersusun kembali berbeda dari berganti. Berganti mengandaikan satu pihak menyingkirkan pihak lain sepenuhnya. Tersusun kembali berarti pihak-pihak lama tetap ada, tetapi tugasnya, hubungannya, dan pengaruhnya berubah karena hadirnya pihak baru dalam lingkungan itu. Dengan begitu, mesin pintar tidak menghapus keberadaan ulama, pesantren, maupun lembaga fatwa. Yang diubahnya adalah cara umat berjumpa dengan semuanya. Perbedaan antara dua kata itu menentukan seluruh cara kita menyikapinya.

Dalam sistem komunikasi Islam yang lama, perpindahan ilmu berjalan melalui jalur yang cukup lurus. Pengetahuan berpindah dari Al-Qur'an dan Sunnah kepada para ulama melalui tradisi keilmuan yang panjang, lalu diteruskan kepada umat melalui pendidikan, dakwah, fatwa, dan berbagai bentuk penyampaian lainnya. Susunan itu menyediakan ruang yang lapang bagi tiga hal: bertanya untuk memperjelas, berdialog, dan terbentuknya watak keilmuan melalui perjumpaan langsung antara guru dan murid. Dalam susunan itu, kewibawaan tidak hanya lahir dari penguasaan ilmu, tetapi juga dari pengakuan kalangan berilmu dan dari contoh akhlak yang diperlihatkan seorang ulama dalam hidupnya sehari-hari.

Dunia digital mulai mengubah susunan itu dengan menghadirkan media sebagai perantara baru. Media sosial mempercepat penyebaran ilmu, memperluas jangkauan dakwah, dan membuka pintu bagi pemain-pemain baru. Tetapi mesin pintar membawa perubahan yang lebih dalam, sebab ia tidak hanya memperantarai hubungan antara ulama dan umat; ia ikut serta dalam menyusun bentuk pengetahuannya. Jawaban yang diterima seseorang adalah hasil perjumpaan lima hal sekaligus: gudang data digital, model bahasanya, mesin yang belajar sendiri, rancangan tampilannya, dan pertanyaan yang ia ajukan

sendiri. Dengan begitu, komunikasi agama menjadi sesuatu yang dibangun bersama-sama antara manusia dan sistem hitungan – dan tidak selalu jelas bagian mana sumbangan siapa.

Berubahnya susunan komunikasi itu dapat diringkas dalam tiga bentuk, seperti digambarkan pada Gambar 8.1. Pada era tradisional, ilmu mengalir dari ulama kepada umat melalui perjumpaan langsung. Pada era media sosial, platform hadir sebagai pemilih yang menentukan siapa yang terlihat, tetapi ulama masih menjadi pembuat utama pesannya. Dan pada era mesin pintar, sistem itu berdiri di antara ulama dan umat sebagai teman bicara dua arah: ia menyerap khazanah keilmuan yang dihasilkan para ulama, menerima pertanyaan dari umat, lalu menyusun jawaban yang baru. Mesin tidak lagi menjadi saluran. Ia menjadi mitra percakapan – dan pergeseran satu kata itu mengandung seluruh persoalannya.



Gambar 8.1. Bergesernya bentuk komunikasi keagamaan: era tradisional, era media sosial, dan era kecerdasan buatan

Keadaan itu melahirkan apa yang buku ini sebut otoritas keagamaan campuran, yakni bentuk kewibawaan

yang lahir dari perjumpaan yang hidup antara kewibawaan keilmuan manusia dan kesanggupan berhitung sebuah mesin. Perlu ditegaskan sekali lagi: otoritas campuran tidak berarti mesin memperoleh kewibawaan keagamaan seperti seorang ulama. Yang ditegaskan gagasan ini justru sebaliknya – bahwa pengalaman umat dalam menjangkau ilmu agama kini dibentuk oleh gabungan antara kewibawaan manusia dan kesanggupan mesin mengelola keterangan. Dengan kata lain, mesin berperan sebagai perantara pengetahuan, sedangkan kewibawaan menetapkan ketentuan tetap berada pada kalangan ulama dan lembaga keagamaan.

Istilah Kunci: Otoritas Keagamaan Campuran

Otoritas keagamaan campuran – atau otoritas hibrida – adalah bentuk kewenangan yang lahir dari pertemuan dua pihak yang sangat berbeda watak. Pihak pertama adalah ulama, yang memegang hak menentukan apa yang sah secara agama. Pihak kedua adalah mesin, yang memiliki kemampuan memilih, merangkum, dan menyajikan pengetahuan keagamaan dengan kecepatan yang tidak tertandingi manusia. Dalam bentuk campuran ini, mesin memang memengaruhi bagaimana sebuah pengetahuan diterima orang. Namun ia tidak memiliki wewenang menetapkan apa yang benar – dan perbedaan itu tidak boleh dikaburkan.

Gagasan ini memberi sudut pandang baru terhadap gagasan pengaruh media atas agama. Selama ini gagasan itu menerangkan bagaimana aturan main media memengaruhi praktik dan lembaga keagamaan. Tetapi di era mesin pintar, perantara tidak lagi dikerjakan oleh media sebagai saluran, melainkan oleh sistem yang sanggup merangkai, menyesuaikan, dan menyusun keterangan secara otomatis. Karena itu, mesin pintar dapat dipahami sebagai bentuk baru perantara oleh algoritma: keadaan ketika algoritma tidak hanya menentukan

keterangan mana yang terlihat, tetapi juga menentukan bagaimana keterangan itu disusun, diurutkan, dan disajikan kepada kita. Perubahan ini memperlihatkan bahwa pengaruh media atas agama memasuki babak yang jauh lebih berbelit daripada babak media sosial.

Akibat berikutnya adalah berubahnya cara kepercayaan terbentuk. Dalam komunikasi agama yang lama, kepercayaan dibangun melalui empat hal: nama baik seorang ulama, rantai keilmuannya atau sanad, pengalaman belajar bersamanya, dan hubungan sosial yang berlangsung bertahun-tahun. Di era mesin pintar, sebagian dari itu mulai digantikan oleh pengalaman berjumpa yang cepat, terasa pribadi, dan selalu menjawab. Banyak orang mempercayai jawaban mesin karena tiga hal yang sama sekali tidak berkaitan dengan ilmu: tampilannya rapi, bahasanya meyakinkan, dan ia sanggup menjawab hampir apa saja dalam sekejap. Gejala ini menunjukkan bahwa kepercayaan hari ini tidak lagi sepenuhnya bergantung pada siapa yang berbicara, tetapi juga pada mutu pengalaman berjumpa dengan teknologinya.

Namun pengalaman berjumpa yang menyenangkan bukanlah sama dengan kelayakan ilmu. Di sinilah letak perbedaan mendasar yang harus dipahami setiap Muslim. Mesin dapat menghasilkan percakapan yang sangat berkesan, tetapi berkesannya sebuah percakapan tidak otomatis membuat isinya sah. Sebuah jawaban bisa terdengar masuk akal, tertib, dan sangat meyakinkan, dan tetap memerlukan pemeriksaan menurut cara berpikir keilmuan Islam. Karena itu, keberhasilan mesin dalam berkomunikasi harus selalu diimbangi tiga hal: memeriksa ke sumber aslinya, bertanya kepada ulama yang berilmu, dan menimbang keadaan setempat serta maqāṣid al-syarī'ah.

Dalam kerangka literasi digital keagamaan yang sudah dibangun di Bab 7, perubahan ini memperlihatkan bahwa kemampuan membaca algoritma menjadi makin penting. Seseorang tidak cukup hanya memahami isi jawaban mesin. Ia juga perlu memahami empat hal: bagaimana jawaban itu dihasilkan, di mana batas kemampuan model bahasanya, dari mana keberpihakan bisa masuk, dan mengapa mesin sering tidak sanggup membedakan antara hal yang sudah disepakati para ulama atau ijmak dan hal yang memang diperselisihkan. Dengan begitu, otoritas campuran hanya akan tumbuh secara sehat bila diimbangi oleh masyarakat yang bekal literasinya memadai.

Gagasan otoritas keagamaan campuran yang dibangun dalam buku ini pada akhirnya membawa satu pesan yang jelas. Masa depan komunikasi keagamaan Islam tidak akan ditentukan oleh pilihan antara menerima atau menolak kecerdasan buatan — pilihan itu terlalu mudah dan tidak menyelesaikan apa pun. Yang menentukan adalah kesanggupan umat Islam membangun hubungan yang wajar antara pembaruan teknologi dan tradisi keilmuannya. Mesin pintar pantas dipandang sebagai alat yang memperluas akses pada ilmu, mempercepat belajar, dan memperkuat dakwah. Tetapi ia tidak menggantikan tanggung jawab berpikir, tanggung jawab akhlak, dan tanggung jawab rohani yang memang melekat pada manusia. Cara pandang inilah yang memungkinkan komunikasi agama terus tumbuh mengikuti perubahan teknologi tanpa kehilangan dasar keilmuan yang menjadi tiang peradaban Islam.

8.3 Kecerdasan Buatan di Ruang Belajar Islam

8.3.1 *Berubahnya Cara Belajar Agama*

Tumbuhnya kecerdasan buatan tidak hanya mengubah cara orang memperoleh keterangan keagamaan. Ia juga menyusun ulang cara berpikir tentang pendidikan Islam, dan ini menyentuh hal yang lebih mendasar. Selama berabad-abad, pendidikan Islam bersandar pada lima hal: perjumpaan langsung antara guru dan murid, membaca kitab secara bertahap, mengulang-ulang bacaan, berdiskusi, dan terbentuknya watak melalui contoh yang dilihat. Teknologi digital sebelumnya memang sudah memperluas akses pada bahan belajar. Tetapi kecerdasan buatan memperkenalkan sesuatu yang baru: belajar yang menyesuaikan diri dengan masing-masing orang, terasa pribadi, saling menanggapi, dan tersedia kapan saja. Perubahan ini menandai bergesernya pendidikan Islam – dari sistem yang berpusat pada menyampaikan bahan, menuju sistem yang menekankan mendampingi orang belajar.

Dalam pemikiran pendidikan masa kini, mesin pintar sering ditempatkan sebagai guru pendamping yang cerdas – sistem yang sanggup menyesuaikan bahan, tingkat kesulitan, dan cara berinteraksi dengan kebutuhan tiap murid. Dalam pendidikan Islam, kesanggupan itu membuka peluang yang sangat besar. Seorang santri dapat meminta penjelasan tambahan tentang nahwu, sharaf, usul fikih, tafsir, atau hadis kapan pun ia mau, tanpa harus menunggu jadwal mengaji. Seorang mahasiswa dapat meminta mesin menerangkan perbedaan cara berpikir antarmazhab, membandingkan teori komunikasi dengan gagasan dakwah, atau membantunya memahami tulisan ilmiah berbahasa asing tentang agama digital. Dengan begitu, mesin memperluas kesempatan belajar mandiri

tanpa dibatasi tempat dan waktu — sesuatu yang dahulu hanya dimiliki mereka yang beruntung.

Namun perubahan itu juga menuntut kita merumuskan ulang peran seorang pendidik. Kalau mesin sanggup menyampaikan keterangan dengan cepat dan tertib, maka nilai utama seorang guru tidak lagi terletak pada kesanggupannya memindahkan pengetahuan. Perannya bergeser menjadi empat hal: memudahkan orang belajar, membimbing cara menimbang, mengarahkan keputusan, dan menjadi contoh watak. Dalam tradisi pendidikan Islam, tarbiyah memang tidak pernah hanya berarti menyampaikan ilmu. Ia juga berarti membentuk adab, akhlak, dan kebijaksanaan. Dan ketiga hal itu tidak dapat ditiru oleh mesin mana pun, sebab keduanya menuntut pengalaman hidup, contoh yang nyata, kesediaan merasakan apa yang dirasakan orang lain, dan hubungan antarmanusia yang sungguh-sungguh.

Perubahan ini menunjukkan bahwa masa depan pendidikan Islam bukanlah perlombaan antara guru dan mesin. Ia kerja sama yang saling melengkapi. Mesin dapat memperkuat sisi pengetahuan dalam belajar, melalui akses yang luas dan tanggapan yang cepat. Sementara guru tetap memegang peran paling penting: membentuk arah akhlak, kejujuran dalam berilmu, dan kedewasaan rohani anak didiknya. Cara pandang yang bekerja sama inilah yang menjadi dasar bagi pembahasan berikutnya — tentang bagaimana mesin pintar dipakai di pesantren, madrasah, dan kampus Islam. Yang perlu dipikirkan bukan siapa yang menang, melainkan bagaimana pembagian tugasnya diatur dengan jernih.

8.3.2 Pesantren: Dari Kitab Kuning ke Ruang Belajar Cerdas

Pesantren adalah salah satu lembaga pendidikan Islam tertua yang sampai hari ini tetap memegang wataknya sebagai pusat mewariskan ilmu, membentuk akhlak, dan merawat tradisi pemikiran Islam. Bertahannya pesantren selama berabad-abad bukan kebetulan. Ia buah dari kesanggupannya menyesuaikan diri dengan perubahan masyarakat tanpa kehilangan jati diri keilmuannya. Dari tradisi mengajar secara lisan, ke manuskrip, ke kitab cetak, ke radio dakwah, sampai ke media sosial — sepanjang perjalanan itu pesantren selalu menyaring teknologi melalui ukuran nilai dan cara berpikir keilmuan Islam. Karena itu, hadirnya kecerdasan buatan tidak sepantasnya dipandang sebagai ancaman bagi pesantren. Ia babak baru, yang menuntut penyesuaian yang lebih dalam daripada sebelumnya.

Berbeda dari gelombang digital sebelumnya, mesin pintar tidak hanya menyediakan bahan belajar. Ia sanggup berfungsi sebagai teman belajar. Seorang santri kini dapat meminta penjelasan tentang susunan nahwu, mengulang pembahasan usul fikih, membandingkan tafsir sebuah ayat dari beberapa kitab, atau meminta gambaran tentang sejarah Islam — semuanya melalui percakapan. Kesanggupan ini membuka peluang besar untuk memperkuat belajar mandiri di luar jam pengajian. Santri tidak lagi harus menunggu gurunya untuk memperoleh penjelasan awal tentang sebuah istilah. Dan dari situ ada keuntungan yang sering terlewatkan: waktu mengaji bersama guru dapat lebih dipakai untuk hal-hal yang memang hanya bisa dikerjakan bersama guru — memperdalam analisis, berdiskusi, dan membentuk watak.

Meski begitu, perubahan ini menghadirkan persoalan keilmuan yang tidak ringan. Tradisi pesantren dibangun di atas hubungan keilmuan yang sangat pribadi antara kiai dan santrinya. Hubungan itu bukan hanya jalan berpindahnya ilmu. Ia proses meresapnya adab, kejujuran dalam berpikir, kedisiplinan, dan kehidupan rohani — hal-hal yang berpindah bukan lewat kata-kata, melainkan lewat kebersamaan yang lama. Mesin sanggup menerangkan isi sebuah kitab. Tetapi ia tidak sanggup menghadirkan keteladanan, dan keteladanan itulah inti pendidikan pesantren. Karena itu, memakai mesin di pesantren harus dipahami sebagai menambah sarana belajar, bukan sebagai mengganti hubungan guru dan murid yang sudah menjadi tiang pendidikan Islam berabad-abad.

Dalam keadaan itu, pesantren perlu menyusun satu cara pandang yang dapat disebut pesantren yang diperkuat mesin: bentuk pendidikan yang memanfaatkan kecerdasan buatan untuk memperkuat proses belajar, tanpa menggeser kewibawaan keilmuan dan kepemimpinan akhlak seorang kiai. Dalam bentuk itu, mesin dipakai untuk pekerjaan-pekerjaan tertentu: mencari rujukan, menerjemahkan teks Arab, melatih bahasa, melatih diskusi, atau menyusun peta gagasan sebuah kitab. Sementara pekerjaan yang lebih berat — menangkap makna, menilai kuat-tidaknya sebuah alasan, dan membentuk watak — tetap berada di bawah bimbingan guru dan kiai. Pembagian semacam itu menjaga timbangan antara pembaruan dan kesinambungan.

Menjalankan cara pandang itu menuntut berubahnya kurikulum. Literasi digital keagamaan yang sudah dibahas di Bab 7 perlu dimasukkan ke dalam pendidikan pesantren, melalui penguatan lima hal: kebiasaan memeriksa secara digital, menimbang jawaban

mesin, mengenali keberpihakan mesin, kepatutan dalam memakainya, dan cara memeriksa sumber digital. Dengan begitu, seorang santri tidak hanya menjadi pemakai mesin yang mahir, tetapi juga memahami di mana batas kemampuan mesin itu. Pendidikan tentang mesin pintar di pesantren harus menumbuhkan satu kesadaran yang jelas: kecerdasan buatan adalah alat yang memperluas akses pada ilmu, bukan sumber kewibawaan yang berdiri sendiri.

Selain memperkuat belajar masing-masing santri, mesin pintar juga berpeluang memperluas sumbangan pesantren bagi masyarakat luas. Ada beberapa contoh yang sudah terbayang: mendigitalkan manuskrip, membangun arsip kitab yang bisa ditelusuri mesin, menerjemahkan karya ulama Nusantara ke berbagai bahasa, dan menyusun kumpulan fatwa serta khazanah pesantren. Semuanya dapat memperbesar akses orang pada warisan pemikiran Islam Indonesia yang sebagian besar masih tersimpan dan jarang terbaca. Dalam pandangan ini, pesantren bukan hanya pemakai teknologi. Ia juga pembuat pengetahuan digital yang ikut menyumbang bagi perkembangan ilmu – di negerinya sendiri maupun di dunia.

Dengan demikian, masa depan pesantren di era mesin pintar tidak ditentukan oleh pilihan antara mempertahankan tradisi atau menerima teknologi. Pilihan itu palsu, sebab sejarah pesantren sendiri sudah membuktikan keduanya bisa berjalan bersama. Yang menjadi tantangan adalah menyusun perpaduan yang wajar antara kekuatan tradisi keilmuan Islam dan pembaruan digital. Perpaduan semacam itu memungkinkan pesantren tetap menjalankan tugas utamanya – melahirkan ulama dan cendekiawan Muslim

– sekaligus menjadi lembaga yang lentur menghadapi perubahan abad ini.

8.3.3 Madrasah dan Sekolah Islam Menyiapkan Diri

Madrasah dan sekolah Islam menghadapi tantangan yang berbeda dari pesantren. Kalau pesantren punya tradisi belajar yang cukup seragam dan berpusat pada pendalaman ilmu keislaman, maka madrasah dan sekolah Islam harus menyatukan tiga hal sekaligus: kurikulum nasional, pendidikan agama, dan bekal digital serta kecakapan abad ini. Hadirnya kecerdasan buatan mempercepat kebutuhan itu, sebab anak-anak hari ini tumbuh di lingkungan yang ditandai tiga hal: keterangan yang tersedia seketika, perjumpaan sehari-hari dengan mesin pintar, dan teknologi digital yang sudah menjadi bagian hidupnya sejak kecil.

Dalam keadaan itu, mesin pintar dapat menjadi pemicu bagi cara belajar yang lebih sesuai dengan tiap anak. Seorang guru dapat memakainya untuk menyusun bahan yang cocok dengan kemampuan muridnya, membuat soal latihan yang beragam, memberi tanggapan lebih cepat, dan menyiapkan media belajar yang lebih hidup. Muridnya pun memperoleh kesempatan belajar sendiri melalui percakapan dengan mesin, menjelajah sumber yang lebih luas, dan mencoba perandaian-perandaian yang dahulu sukar dihadirkan di ruang kelas. Dengan begitu, mesin pintar berpeluang memperbaiki mutu belajar sekaligus memperluas akses pada sumber-sumber keilmuan Islam.

Namun kemudahan itu membawa bahaya baru. Bergantung berlebihan pada mesin dapat melemahkan kemampuan berpikir kritis, mendorong kebiasaan menjiplak, dan memadamkan keinginan membaca sumber aslinya. Dalam pelajaran agama, bahaya itu lebih berat lagi,

sebab seorang murid bisa menerima jawaban mesin tanpa pernah memahami cara berpikir yang mendasarinya – dan karena itu tidak sanggup menilai ketika jawaban itu keliru. Karena itu, seorang guru tidak cukup mengajarkan cara memakai mesin. Ia harus membangun budaya belajar yang menghargai empat hal: memeriksa, beralasan, berdiskusi, dan menghormati sumber yang dapat dipercaya.

Bentuk pendidikan Islam yang diperkuat mesin, yang diusulkan buku ini, berangkat dari satu pegangan: mesin harus memperkuat, bukan menggantikan, proses pendidikan. Guru tetap menjadi pemimpin dalam ruang belajar, yang mengarahkan ke mana pelajaran bergerak, sementara mesin berfungsi sebagai alat yang menolong. Melalui pendekatan itu, madrasah dan sekolah Islam dapat memanfaatkan teknologi terbaru tanpa kehilangan arah utama pendidikan Islam – yakni membentuk manusia yang berilmu, berakhlak, kritis, dan bertanggung jawab.

Perubahan ini juga menuntut bertambahnya kecakapan para guru. Seorang pendidik perlu menguasai bukan hanya cara teknis memakai mesin, tetapi juga empat hal lain: keberpihakan mesin, kepatutan memakai kecerdasan buatan, perlindungan data, dan cara menimbang jawaban yang dihasilkannya. Guru di masa depan akan lebih menyerupai perancang pengalaman belajar – orang yang sanggup menyatukan kecerdasan manusia dan kecerdasan mesin dengan timbangan yang tepat. Pergeseran peran ini menegaskan satu hal yang sering keliru dimengerti: mesin pintar tidak mengurangi pentingnya guru. Ia justru memperbesar kebutuhan akan guru yang kecakapannya lebih tinggi – dalam mendidik, dalam memakai teknologi, dan dalam menimbang kepatutan.

Secara keseluruhan, pemakaian mesin pintar di madrasah dan sekolah Islam harus diarahkan untuk membangun lingkungan belajar yang lentur, kritis, dan berpusat pada pembentukan watak. Dengan begitu, lulusan lembaga pendidikan Islam bukan hanya siap menghadapi kemajuan teknologi, tetapi juga sanggup memakainya dengan bertanggung jawab sesuai nilai-nilai agamanya. Bagian berikutnya memperluas pembahasan ini ke kampus Islam, yang punya peran menentukan dalam melahirkan penelitian, pembaruan, dan kepemimpinan pemikiran di era mesin pintar. Di sanalah pembaruan dan kepemimpinan pemikiran paling mungkin lahir.

8.3.4 Kampus Islam dan Perubahan Lingkungan Keilmuan

Kampus Islam menempati kedudukan yang khas dalam menghadapi tumbuhnya kecerdasan buatan. Berbeda dari pesantren yang berpusat pada mewariskan tradisi keilmuan, dan berbeda dari madrasah yang berpusat pada pendidikan dasar dan menengah, kampus memegang tiga tugas yang saling bertaut: mendidik, meneliti, dan mengabdikan kepada masyarakat. Ketiganya berubah cukup besar ketika mesin pintar menjadi bagian dari pekerjaan sehari-hari. Karena itu, tantangan utama kampus Islam bukan sekadar mengadopsi teknologi baru. Tantangannya adalah membangun kembali lingkungan keilmuannya, agar sanggup memanfaatkan mesin secara berguna tanpa mengorbankan kejujuran akademik yang menjadi dasar segalanya. Tanpa kejujuran itu, segala kecepatan menjadi tidak ada artinya.

Dalam bidang pendidikan, mesin pintar membuka peluang bagi cara belajar yang lebih sesuai dengan tiap mahasiswa. Seorang mahasiswa dapat memakainya untuk

memahami teori komunikasi, membandingkan pandangan ulama klasik dan masa kini, menyusun peta gagasan, atau memperoleh tanggapan atas rancangan penelitiannya. Kesanggupan itu memungkinkan belajar berlangsung terus, di luar ruang kelas. Tetapi kemudahan ini menuntut berubahnya cara pandang tentang pendidikan. Tujuan pendidikan tinggi tidak lagi cukup diarahkan pada menguasai keterangan, sebab keterangan kini berlimpah dan mudah diminta. Sebaliknya, pendidikan harus menekankan lima hal yang tidak dapat digantikan mesin: kesanggupan menelaah, merangkai gagasan, bernalar secara ilmiah, mencipta sesuatu yang baru, dan bercermin pada kepatutan.

Dalam bidang penelitian, mesin pintar membuka kemungkinan yang dahulu sukar dibayangkan. Seorang peneliti dapat mengolah ribuan tulisan ilmiah, menelaah tema-tema dalam kumpulan teks yang sangat besar, menerjemahkan bacaan dari berbagai bahasa, atau menemukan pola-pola yang tersembunyi dalam data. Dalam kajian keislaman, mesin dapat menolong menelusuri hadis, memetakan jaringan rantai periwayatan, mengikuti perkembangan fatwa, membandingkan tafsir, sampai menelaah percakapan keagamaan di media digital. Dengan begitu, mesin berpeluang mempercepat penelitian dan sekaligus memperluas jangkauan apa yang bisa diperiksa seorang akademisi dalam seumur hidupnya.

Akan tetapi, percepatan itu membawa akibat yang serius bagi cara meneliti. Kesanggupan mesin menghasilkan ringkasan, rangkaian, bahkan rancangan tulisan ilmiah dapat melahirkan kesan sibuk yang menipu — tampak produktif padahal tidak ada yang sungguh-sungguh dikerjakan — bila tidak disertai pemeriksaan yang ketat. Penelitian ilmiah tidak bertujuan menghasilkan tulisan. Ia bertujuan membangun alasan yang dapat

dipertanggungjawabkan melalui cara kerja yang terbuka untuk diperiksa. Karena itu, mesin harus dipahami sebagai alat bantu dalam meneliti, bukan sebagai pengganti pekerjaan ilmiah yang menuntut penalaran kritis, daya cipta, dan tanggung jawab berpikir.

Perubahan juga terjadi dalam pengabdian kepada masyarakat. Kampus Islam punya peluang mengembangkan bermacam pembaruan berbasis mesin pintar yang menolong orang banyak: sistem bertanya soal agama yang terhubung dengan ulama, aplikasi literasi digital keagamaan, tempat belajar Islam dalam banyak bahasa, atau sistem pendampingan belajar bagi pesantren dan madrasah. Dalam pandangan ini, mesin pintar tidak ditempatkan sebagai barang teknologi semata, melainkan sebagai jalan memperluas manfaat ilmu bagi masyarakat. Pendekatan itu sejalan dengan tugas kampus Islam sebagai lembaga yang menyatukan pengembangan ilmu dengan pelayanan sosial dan penguatan nilai keislaman. Ilmu yang tidak sampai kepada orang yang membutuhkannya belum menunaikan tugasnya.

Berubahnya lingkungan akademik itu menuntut kita merumuskan ulang apa yang diharapkan dari seorang lulusan. Selama ini keberhasilan pendidikan tinggi sering diukur dari dua hal: dikuasainya bahan dan cakupannya ia secara teknis. Di era mesin pintar, ukuran itu tidak lagi memadai. Lulusan kampus Islam perlu memiliki empat kesanggupan: bekerja bersama mesin, menimbang sahihtidaknya keterangan yang dihasilkannya, memahami akibat keputusan dari memakai teknologi, dan menghasilkan pembaruan yang berpijak pada nilai-nilai Islam. Dengan begitu, keunggulan seorang lulusan tidak lagi ditentukan oleh seberapa banyak keterangan yang ia hafal, melainkan oleh kesanggupannya menyatukan

kecerdasan manusia dan kecerdasan mesin secara kritis, kreatif, dan bertanggung jawab.

Perubahan itu menunjukkan bahwa kampus Islam berada pada kedudukan yang sangat menentukan untuk memimpin perubahan keilmuan di era mesin pintar. Sebagai pusat pembuat pengetahuan, kampus punya tanggung jawab mengembangkan tiga hal: gagasan, cara meneliti, dan kebijakan yang sanggup menjembatani kemajuan teknologi dengan pegangan keilmuan Islam. Dengan begitu, mesin pintar bukan hanya menjadi bahan yang diteliti. Ia juga menjadi pemicu bagi lahirnya cara pandang baru dalam ilmu komunikasi, kajian keislaman, pendidikan, dan ilmu-ilmu sosial pada umumnya.

8.3.5 Dari Pandai Memakai ke Bijak Memakai

Perdebatan tentang pemakaian kecerdasan buatan dalam pendidikan sering berpusat pada pentingnya menaikkan melek mesin pintar — yakni kesanggupan memahami cara kerjanya, kegunaannya, dan di mana batasnya. Gagasan itu antara lain dikembangkan Duri Long dan Brian Magerko. Melek semacam itu memang syarat yang penting agar seseorang dapat memakai mesin dengan tepat. Tetapi dalam pandangan pendidikan Islam, melek saja belum cukup. Kesanggupan teknis harus disertai kesanggupan akhlak dan kesanggupan menimbang: kapan, mengapa, dan sampai batas mana teknologi itu layak dipakai. Karena itu, buku ini mengusulkan cara pandang yang lebih menyeluruh, yang disebut kebijaksanaan memakai mesin. Perbedaan antara mahir dan bijak justru terletak di situ.

Perlu ditegaskan sejak awal agar tidak salah paham: kebijaksanaan memakai mesin bukan berarti mesinnya yang bijak. Yang dimaksud adalah kebijaksanaan manusia dalam memanfaatkan mesin. Gagasan ini berangkat dari

satu andaian: teknologi selalu berada di bawah pilihan akhlak manusia. Seseorang bisa sangat paham cara kerja mesin dan tetap memakainya dengan tidak bertanggung jawab — menyebarkan kabar bohong, menjiplak, memelintir konten, atau menumbuhkan kebencian. Sebaliknya, orang yang punya kebijaksanaan memakai mesin tidak hanya mengerti cara kerjanya, tetapi juga sanggup menimbang akibatnya bagi masyarakat, bagi akhlaknya, dan bagi kehidupan rohaninya.

Dalam pendidikan Islam, kebijaksanaan memakai mesin dibangun dari tiga sisi. Sisi pertama adalah kecakapan teknologi, yakni memahami watak, keunggulan, dan batas kemampuan mesin. Sisi kedua adalah kecakapan menimbang, yakni sanggup menilai sahih-tidaknya sebuah keterangan, menelusuri sumbernya, dan membedakan antara kenyataan, tafsiran, dan pendapat pribadi. Sisi ketiga adalah kecakapan akhlak dan rohani, yakni sanggup memakai mesin sesuai lima pegangan: menjaga amanah, berkata jujur, bersikap adil, bertanggung jawab, dan mengutamakan kemaslahatan. Ketiga sisi itu harus tumbuh bersamaan. Yang tumbuh sepotong akan menghasilkan orang yang mahir tetapi tidak dapat dipercaya, atau orang yang berniat baik tetapi mudah tertipu.

Gagasan kebijaksanaan memakai mesin juga menegaskan satu hal tentang tujuan pendidikan. Tujuannya bukan melahirkan orang yang bergantung pada teknologi, melainkan orang yang sanggup mengendalikan teknologi melalui pertimbangan akhlak yang matang. Dalam tradisi Islam, ilmu selalu dikaitkan dengan hikmah. Ilmu yang tidak melahirkan kebijaksanaan dipandang belum mencapai tujuannya. Karena itu, mesin pintar sepatutnya ditempatkan sebagai sarana memperluas daya pikir manusia, bukan sebagai pengganti pekerjaan berpikir

itu sendiri. Dan di sini ada satu hal yang pantas direnungkan: makin canggih teknologi berkembang, makin besar pula kebutuhan akan hikmah dalam memakainya.

Cara pandang ini membawa akibat yang luas bagi penyusunan kurikulum pendidikan Islam. Pelajaran tentang mesin pintar tidak cukup berhenti pada menguasai aplikasi atau perangkat lunaknya. Ia harus mencakup pembicaraan tentang enam hal: kepatutan dalam algoritma, keberpihakan data, perlindungan ruang pribadi, hak atas karya orang lain, kejujuran akademik, dan tanggung jawab kepada masyarakat. Dengan begitu, pendidikan Islam tidak hanya melahirkan lulusan yang siap menghadapi perubahan digital, tetapi juga sanggup menjadi pemimpin yang membimbing masyarakatnya memakai mesin dengan bertanggung jawab.

Lebih jauh lagi, kebijaksanaan memakai mesin menjadi jembatan antara kerangka literasi digital keagamaan yang dibahas di Bab 7 dan pembahasan tentang tata kelola mesin pintar pada bagian berikutnya. Kalau kerangka literasi digital keagamaan menerangkan bekal masyarakat dalam menghadapi komunikasi keagamaan digital, maka kebijaksanaan memakai mesin memperluas bekal itu ke dalam perjumpaan manusia dengan mesin pintar. Keduanya bermuara pada tujuan yang sama: membangun masyarakat Muslim yang sanggup memanfaatkan teknologi mutakhir tanpa kehilangan pegangan akhlak, pegangan keilmuan, dan pegangan rohani yang menjadi dasar ajaran agamanya.

Sampai di bagian ini telah diperlihatkan bahwa kecerdasan buatan membawa perubahan mendasar bagi pendidikan Islam — pada cara belajar, pada cara meneliti, dan pada bekal yang perlu dimiliki manusia. Akan tetapi, setiap pembaruan teknologi selalu menghadirkan

pertanyaan tentang kepatutan, dan pertanyaan semacam itu tidak pernah bisa dijawab dengan pendekatan teknis. Makin besar kesanggupan mesin menghasilkan keterangan dan memengaruhi perilaku manusia, makin penting pula membicarakan nilai-nilai apa yang harus mengarahkannya. Karena itu, bagian berikutnya akan membahas etika kecerdasan buatan dalam pandangan Islam, dengan menempatkan empat pegangan sebagai dasarnya: *maqāṣid al-syarī'ah*, amanah, keadilan, dan tanggung jawab. Keempatnya bukan hiasan, melainkan pagar.

8.4 Etika Kecerdasan Buatan dalam Pandangan Islam

8.4.1 Maqāṣid al-Syarī'ah sebagai Pijakan

Tumbuhnya kecerdasan buatan sering dipahami sebagai urusan teknologi semata. Padahal akibatnya jauh melampaui soal teknis. Mesin pintar memengaruhi lima hal sekaligus: cara manusia memperoleh pengetahuan, cara ia membentuk pendapat, cara ia mengambil keputusan, cara ia bergaul dengan orang lain, bahkan cara ia memahami ajaran agamanya. Karena itu, membicarakan mesin pintar tidak dapat dipisahkan dari membicarakan kepatutan — sebab kepatutanlah yang memberi arah bagi pemakaiannya. Dalam pandangan Islam, teknologi bukan benda yang netral secara akhlak. Nilai sebuah teknologi ditentukan oleh tiga hal: untuk apa ia dipakai, bagaimana cara memakainya, dan apa akibatnya bagi kemaslahatan manusia. Dengan begitu, etika mesin pintar tidak cukup dirumuskan dengan ukuran hemat dan canggih. Ia harus diletakkan dalam kerangka tujuan-tujuan luhur syariat, atau *maqāṣid al-syarī'ah*.

Gagasan maqāṣid al-syarī'ah menegaskan bahwa seluruh ketentuan Islam pada akhirnya diarahkan untuk menjaga kemaslahatan manusia. Tradisi usul fikih — sejak al-Ghazālī dan kemudian disusun lebih tertib oleh al-Syāṭibī — pada umumnya menyebut lima tujuan pokok syariat, sebagaimana diuraikan Mohammad Hashim Kamali: menjaga agama, menjaga jiwa, menjaga akal, menjaga keturunan, dan menjaga harta. Dalam urusan mesin pintar, kelima tujuan itu memperoleh arti yang baru. Sebab teknologi digital tidak hanya memengaruhi kegiatan ekonomi atau cara orang berbicara; ia juga memengaruhi susunan pengetahuan, pola pergaulan, dan terbentuknya jati diri keagamaan masyarakat. Pembacaan masa kini atas maqāṣid — antara lain oleh Jasser Auda — juga mendorong kita memperluas makna kelima tujuan itu agar sanggup menjawab persoalan-persoalan baru, termasuk persoalan teknologi.

Pegangan menjaga agama menghendaki agar pemakaian mesin pintar tidak sampai memelintir ajaran Islam. Sistem mesin yang menghasilkan penjelasan keagamaan harus ditempatkan sebagai sarana belajar, bukan sebagai sumber kewibawaan yang menggantikan ijtihad. Setiap keterangan keagamaan yang dihasilkan mesin tetap perlu diperiksa — melalui Al-Qur'an, Sunnah, karya ulama yang dapat dipercaya, dan bertanya kepada orang yang memang berilmu. Dengan begitu, menjaga agama tidak berarti menolak teknologi. Ia berarti menjaga keutuhan cara Islam memastikan ilmu, di tengah tumbuhnya sistem-sistem yang pandai bicara tetapi tidak tahu apa yang ia katakan.

Pegangan menjaga akal menjadi makin penting di era mesin pintar, sebab teknologi kini sanggup menghasilkan keterangan dalam jumlah yang sangat besar dengan kecepatan yang belum pernah ada. Kemudahan itu

dapat memperkaya pengetahuan, tetapi juga berpeluang melemahkan daya pikir kritis seseorang – bila ia menerima setiap jawaban mesin tanpa pernah memeriksanya. Karena itu, pemakaian mesin harus diarahkan untuk memperkuat daya pikir manusia, bukan menggantikannya. Pendidikan Islam perlu membangun budaya berpikir yang mau bercermin – budaya yang menempatkan mesin sebagai teman belajar, sementara pekerjaan bernalar tetap dikerjakan dengan sadar, kritis, dan bertanggung jawab.

Selanjutnya, pegangan menjaga jiwa menuntut agar mesin pintar dibangun dan dipakai dengan memperhatikan kesehatan batin dan kerukunan sosial manusia. Algoritma yang mengeraskan kelompok, memperkuat ujaran kebencian, atau memudahkan menyebarnya paham ekstrem jelas bertentangan dengan tujuan syariat – sebab ia mengancam keselamatan orang dan kerukunan masyarakat. Dalam komunikasi keagamaan, mesin pintar semestinya menolong tiga hal: membangun percakapan yang santun, memperluas pemahaman terhadap perbedaan, dan mengurangi perselisihan melalui penyajian keterangan yang berimbang.

Pegangan menjaga harta memperoleh makna baru dalam ekonomi digital berbasis mesin pintar. Menjaga harta tidak lagi hanya berkaitan dengan kepemilikan barang, tetapi juga mencakup tiga hal: keamanan data, hak atas karya, dan perlindungan dari pemerasan ekonomi melalui teknologi. Sistem mesin yang memanfaatkan karya ilmiah, kitab, atau konten digital harus menghormati hak penciptanya, menyebut sumbernya, dan menjaga kepatutan dalam memakai data. Dalam urusan komunikasi Islam, menghormati karya orang lain adalah bagian dari amanah keilmuan yang harus dijaga setiap

pemakai teknologi — dan ini sering dilupakan justru karena menyalinnya begitu mudah.

Sementara itu, pegangan menjaga keturunan dapat dipahami lebih luas sebagai menjaga kelangsungan generasi. Angkatan Muslim yang tumbuh bersama mesin pintar perlu dibekali bukan hanya kecakapan teknis, tetapi juga watak akhlak yang memungkinkan mereka memakai teknologi dengan bertanggung jawab. Keluarga, sekolah, pesantren, dan kampus memegang peran penting dalam membangun generasi yang sanggup memanfaatkan mesin untuk kemaslahatan — tanpa kehilangan jati diri keislamannya dan tanggung jawabnya kepada masyarakat.

Dengan demikian, *maqāṣid al-syarīʿah* menyediakan kerangka pegangan yang cukup lengkap bagi pengembangan kecerdasan buatan dalam komunikasi keagamaan. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa hubungan antara Islam dan mesin pintar bukan hubungan yang saling bermusuhan, melainkan hubungan yang diarahkan oleh tujuan-tujuan akhlak — tujuan yang menjaga timbangan antara pembaruan teknologi dan kemaslahatan manusia. Mesin pintar diterima bukan karena ia baru atau canggih, melainkan sejauh ia menolong tercapainya nilai-nilai yang menjadi tujuan utama syariat itu sendiri.

8.4.2 Amanah, Keadilan, dan Tanggung Jawab

Selain kerangka *maqāṣid al-syarīʿah*, etika kecerdasan buatan dalam komunikasi keagamaan perlu dibangun di atas nilai-nilai akhlak yang langsung mengatur perilaku manusia ketika membuat, menyebarkan, dan memanfaatkan keterangan. Dalam pandangan Islam, berkomunikasi bukan sekadar bertukar pesan. Ia amanah yang mengandung tanggung jawab di

hadapan Allah Swt. dan di hadapan orang banyak. Karena itu, setiap pemakaian mesin pintar dalam urusan agama harus diarahkan oleh nilai-nilai yang menjaga keutuhan keterangan dan kemaslahatan publik. Buku ini mengusulkan tiga pegangan utama sebagai dasarnya: amanah atau menjaga kepercayaan, 'adl atau keadilan, dan mas'ûliyyah atau tanggung jawab. Ketiganya sederhana disebut, tetapi berat dijalankan.

Pegangan pertama adalah amanah, yakni kesetiaan untuk menjaga kejujuran dan kepercayaan dalam seluruh perjalanan sebuah keterangan. Dalam urusan mesin pintar, amanah berarti tidak menyajikan keluaran mesin sebagai kebenaran mutlak tanpa diperiksa. Seorang pemakai mesin punya kewajiban akhlak untuk memeriksa kembali empat hal sebelum menyebarkannya: ketepatan kutipannya, sahih-tidaknya hadis yang disebut, keadaan yang melatari sebuah ayat, dan benar-tidaknya sebuah pendapat dinisbahkan kepada ulama tertentu. Amanah juga menuntut keterbukaan tentang dipakainya mesin dalam membuat sebuah konten, agar orang tahu bagian mana yang hasil kerja manusia dan bagian mana yang bantuan teknologi.

Pegangan kedua adalah 'adl atau keadilan. Mesin pintar dibangun dari data, dan data tidak selalu mewakili seluruh keragaman pemikiran Islam secara berimbang. Karena itu, mesin berpeluang memperkuat satu kecenderungan tertentu bila tidak dirancang dan dipakai dengan hati-hati. Keadilan dalam memakai mesin berarti tiga hal: memberi tempat bagi beragamnya pandangan yang punya dasar ilmu, menjauhi penyederhanaan atas perbedaan mazhab, dan tidak memakai mesin untuk memperkuat perendahan, pemberian cap buruk, atau pengerasan kubu di tengah masyarakat. Dalam komunikasi keagamaan, keadilan menuntut

penghormatan atas kerumitan tradisi pemikiran Islam – bukan penyajian jawaban yang paling populer atau yang paling sering muncul dalam data latihannya.

Pegangan ketiga adalah mas'ūliyyah, yakni tanggung jawab atas akibat sebuah ucapan. Berbeda dari mesin yang tidak menanggung apa pun, manusia tetap bertanggung jawab atas keputusannya memakai, menyebarkan, atau bersandar pada keterangan yang dihasilkan mesin. Tanggung jawab itu mencakup tiga kesediaan: mengakui kekeliruan, meralat keterangan yang salah, dan menimbang akibat sosial dari setiap hal yang diunggah. Dalam dakwah digital, pegangan ini mengingatkan satu hal yang mudah dilupakan: berhasilnya sebuah dakwah tidak diukur dari banyaknya penonton atau ramainya tanggapan, melainkan dari sejauh mana ia menghadirkan kebenaran, kemaslahatan, dan kedamaian.

Ketiga pegangan itu membentuk kerangka akhlak yang saling melengkapi. Amanah menjaga keutuhan prosesnya. Keadilan menjaga keberimbangan dalam mewakili pengetahuan. Dan tanggung jawab mengarahkan kita pada akibat sosialnya. Ketiganya menunjukkan bahwa memakai mesin pintar dalam urusan agama tidak cukup dinilai dari kecanggihannya, melainkan harus ditimbang dari cocok-tidaknya ia dengan nilai-nilai akhlak Islam. Meninggalkan salah satunya membuat dua yang lain ikut rapuh.

Buku ini berpendapat bahwa etika mesin pintar dalam pandangan Islam tidak boleh dipahami sebagai daftar larangan yang menghambat pembaruan. Sebaliknya, etika justru berfungsi sebagai pagar yang memungkinkan pembaruan tumbuh dengan bertanggung jawab – seperti rambu di jalan raya, yang ada bukan untuk memperlambat tetapi untuk mencegah tabrakan.

Dengan menjadikan amanah, keadilan, dan tanggung jawab sebagai pegangan dasar, umat Islam dapat memanfaatkan mesin untuk memperluas akses pada ilmu, memperkuat dakwah, dan memperbaiki mutu pendidikan — tanpa mengorbankan keutuhan keilmuan maupun nilai-nilai kemanusiaan yang menjadi inti ajaran agamanya.

8.4.3 Jawaban Karangan, Keberpihakan Data, dan Rapuhnya Pengetahuan

Salah satu hal yang membedakan kecerdasan buatan generatif dari teknologi digital sebelumnya adalah kesanggupannya menghasilkan keterangan baru dengan cara menebak kemungkinan terbesar. Kesanggupan itu memungkinkan mesin menyusun penjelasan yang runtut, menjawab pertanyaan dengan wajar, bahkan membangun alasan yang terdengar sangat meyakinkan. Tetapi di belakang kesanggupan itu ada satu kelemahan mendasar yang dikenal sebagai mengarang atau berhalusinasi — sebuah gejala yang ditelaah antara lain oleh Ziwei Ji dan rekan-rekannya. Yang dimaksud adalah keadaan ketika mesin menghasilkan keterangan yang terlihat benar, padahal tidak punya dasar yang bisa ditelusuri sama sekali. Dalam urusan keagamaan, gejala ini jauh lebih berat akibatnya daripada di bidang lain, sebab yang dipertaruhkan adalah ajaran yang menjadi pedoman hidup orang banyak.

Mengarang bukan sekadar kesalahan teknis yang bisa ditambal. Ia akibat dari cara kerja mesin bahasa itu sendiri, yang menebak kata berikutnya berdasarkan pola dalam data latihannya — hal yang diuraikan dengan tajam oleh Emily Bender dan rekan-rekannya. Mesin tidak memahami kebenaran sebagaimana manusia memahaminya; ia hanya memilih rangkaian kata yang paling mungkin menyusul. Karena itu mesin dapat

menyusun kutipan hadis yang tidak pernah ada, menisbahkan sebuah pendapat kepada ulama yang salah, atau menggabungkan beberapa pandangan fikih menjadi satu kesimpulan yang terdengar masuk akal tetapi tidak mencerminkan cara berpikir keilmuan Islam mana pun. Persoalan itu memperlihatkan satu hal yang patut dicamkan: lancar berbahasa tidak sama dengan benar berilmu.

Dalam tradisi Islam, kelayakan sebuah pengetahuan selalu dibangun melalui empat hal: memeriksa atau taḥqīq, memeriksa jalur periwayatannya, memeriksa isinya, dan menimbang alasannya dalam perdebatan ilmiah yang terbuka. Tradisi itu tumbuh justru karena satu kesadaran yang jernih: manusia bisa keliru dalam memahami maupun menyampaikan ilmu. Hadirnya mesin pintar tidak menghapus kebutuhan akan perangkat itu. Ia justru memperbesar kebutuhannya. Makin mudah keterangan dihasilkan secara otomatis, makin penting pula tabayyun sebagai penyaring sebelum sesuatu diterima sebagai ilmu yang sah.

Selain mengarang, ada tantangan lain yang tidak kurang pentingnya, yaitu keberpihakan mesin. Setiap sistem mesin pintar dibangun melalui pelatihan dengan kumpulan data tertentu. Dan data itu tidak pernah sepenuhnya netral, sebab ia mencerminkan pilihan bahasa, latar budaya, sudut pandang akademik, dan susunan pengetahuan yang kebetulan tersedia pada saat pelatihan dikerjakan. Dalam urusan komunikasi Islam, keberpihakan itu dapat muncul dalam tiga bentuk: berkuasanya satu pandangan tertentu, tidak berimbangannya penggambaran berbagai mazhab, dan lebih diutamakan sumber-sumber yang sudah banyak didigitalkan dibanding tradisi keilmuan yang belum terdokumen dengan baik. Akibatnya, mesin dapat

menggambarkan Islam dengan cara yang tidak sepenuhnya mewakili kekayaan pemikiran umat Islam di seluruh dunia.

Keberpihakan mesin juga berkaitan dengan soal bahasa. Sebagian besar mesin pintar dikembangkan dengan kumpulan teks berbahasa Inggris yang jauh lebih besar daripada teks berbahasa Arab, Indonesia, Urdu, Persia, atau bahasa-bahasa Muslim lainnya. Ketimpangan itu memengaruhi mutu penggambarannya atas kitab-kitab Islam klasik maupun tradisi keilmuan setempat. Contohnya terasa dekat sekali: khazanah pesantren Nusantara yang sangat kaya belum seluruhnya didigitalkan dalam bentuk yang mudah diolah mesin. Akibatnya, sumbangan ulama Nusantara berpeluang tidak terlihat dalam jawaban mesin – padahal justru sumbangan itulah yang paling cocok bagi orang Indonesia.

Dari sudut komunikasi, keberpihakan itu menunjukkan bahwa mesin pintar bukan jendela bening yang menampakkan pengetahuan apa adanya. Ia bangunan buatan manusia dan teknologi, yang dipengaruhi oleh datanya, rancangannya, dan pilihan para pembuatnya. Karena itu, setiap kali kita bercakap dengan mesin, sesungguhnya kita sedang bercakap dengan sebuah gambaran pengetahuan yang sudah melewati tiga tahap: dipilih, disaring, dan dimodelkan. Kesadaran akan tiga tahap itu menjadi bagian penting dari kemampuan membaca algoritma yang sudah dibahas dalam kerangka literasi digital keagamaan di Bab 7.

Buku ini berpendapat bahwa mengarang dan keberpihakan mesin pada akhirnya bermuara pada apa yang dapat disebut krisis dalam menimbang: keadaan ketika mudahnya memperoleh keterangan tidak diikuti membaiknya mutu pengetahuan. Inilah salah satu tantangan terbesar komunikasi keagamaan di era mesin

pintar, dan ironinya tajam. Masyarakat kini memperoleh jawaban lebih cepat daripada kapan pun dalam sejarah, tetapi belum tentu memiliki kesanggupan menimbang dasar jawaban itu. Akibatnya, kewibawaan atas pengetahuan berisiko berpindah — dari pemeriksaan ilmiah menuju kepercayaan buta kepada sesuatu yang dianggap pintar. Dan kepercayaan buta tidak menjadi kurang buta hanya karena yang dipercayainya pintar.

Menghadapi keadaan itu, jalan keluarnya bukan menolak kecerdasan buatan. Jalan keluarnya adalah memperkuat manusia sebagai penimbang pengetahuan. Mesin harus diperlakukan sebagai mitra dalam menjelajah keterangan, sementara keputusan tentang sah-tidaknya sebuah pengetahuan tetap berada pada manusia — melalui pemeriksaan ilmiah, bertanya kepada ulama, dan pertimbangan yang matang. Dengan begitu, tantangan utama era ini bukanlah membangun mesin yang sempurna. Tantangannya adalah membangun masyarakat yang cukup dewasa dalam menimbang, agar sanggup memakai teknologi dengan bertanggung jawab. Mesin yang sempurna pun tetap menuntut pemakai yang matang.

8.4.4 Wajah Palsu, Agama Buatan, dan Soal Keaslian

Kemajuan kecerdasan buatan tidak hanya memungkinkan mesin menghasilkan tulisan. Ia juga sanggup membuat gambar, suara, video, dan tampilan yang makin sukar dibedakan dari kenyataan. Perkembangan ini melahirkan gejala wajah dan suara palsu — istilah yang antara lain dibahas Robert Chesney dan Danielle Citron. Yang dimaksud adalah konten buatan mesin yang tampak asli meskipun kejadiannya tidak pernah ada. Dalam urusan komunikasi keagamaan, kesanggupan itu membuka peluang besar bagi pembaruan

pendidikan dan dakwah, dan sekaligus menghadirkan bahaya yang belum pernah dihadapi umat Islam pada masa-masa sebelumnya.

Teknologi pembuat gambar dan suara dapat dipakai untuk hal-hal yang sangat baik: menghidupkan kembali manuskrip kuno melalui tampilan yang bisa dijelajahi, memperluas akses pada pelajaran sejarah Islam, atau menolong penyandang disabilitas memperoleh pengalaman belajar yang lebih merangkul. Tetapi teknologi yang sama dapat dipakai untuk memalsukan ceramah seorang ulama, membuat video yang menampilkan seorang tokoh agama seolah mengucapkan sesuatu yang tidak pernah ia ucapkan, atau menyebarkan kabar palsu yang hampir tidak mungkin diperiksa orang biasa. Kesanggupan mesin menghasilkan konten yang begitu meyakinkan membuat batas antara rekaman dan rekayasa menjadi makin tipis.

Gejala itu melahirkan persoalan yang lebih mendasar daripada sekadar menyebarnya kabar palsu. Mesin pintar mulai memungkinkan terciptanya apa yang buku ini sebut agama buatan, yakni gambaran keagamaan yang dihasilkan oleh perhitungan mesin sehingga tampak menyerupai amalan, kewibawaan, atau pengalaman keagamaan yang asli. Perlu ditegaskan, agama buatan di sini bukan berarti lahirnya agama baru. Yang dimaksud adalah keadaan ketika pengalaman beragama seseorang makin diperantarai oleh konten buatan mesin. Contohnya sudah ada: ceramah yang seluruhnya dibuat mesin, percakapan tiruan dengan tokoh sejarah Islam, tampilan ibadah yang disusun ulang secara digital, sampai wajah buatan yang bercakap dengan penggunanya secara langsung.

Gagasan agama buatan perlu disikapi dengan hati-hati, tidak dengan panik. Hadirnya konten buatan tidak

otomatis mengurangi nilai pendidikan atau dakwah. Sebaliknya, teknologi itu dapat menjadi sarana yang sangat berguna untuk memperluas pemahaman orang tentang sejarah, budaya, dan tradisi Islam — asalkan dipakai secara terbuka dan bertanggung jawab. Persoalan baru muncul dalam dua keadaan: ketika seseorang tidak lagi sanggup membedakan antara gambaran digital dan kejadian yang sungguh-sungguh pernah ada, dan ketika konten buatan dipakai untuk membangun kewibawaan keagamaan yang tidak punya dasar ilmu maupun keputusan.

Dari sudut komunikasi, tantangan utamanya bukan pada adanya teknologi itu, melainkan pada rapuhnya keaslian. Komunikasi keagamaan selama ini dibangun di atas satu kepercayaan sederhana: bahwa orang yang menyampaikan pesan bertanggung jawab atas isi pesannya. Wajah dan suara palsu merusak kepercayaan itu, sebab ia memungkinkan jati diri seseorang dipisahkan dari ucapan yang tampak keluar dari mulutnya. Akibatnya, cara membangun kepercayaan yang selama ini bersandar pada nama baik seorang pembicara menjadi sangat mudah dipermainkan.

Tradisi Islam sesungguhnya sudah lama mengembangkan perangkat untuk menjaga keaslian pengetahuan — melalui rantai periwayatan, pemeriksaan para penutur, dan pengujian kesaksian. Nilai-nilai itu tetap berlaku di era mesin pintar, meski yang diperiksa sekarang tidak lagi hanya teks atau cerita lisan, tetapi juga gambar, suara, dan video. Dengan begitu, pegangan tabayyun mengalami perluasan makna: bukan hanya memeriksa isi sebuah kabar, tetapi juga memeriksa keaslian wadah yang membawanya. Ini memperlihatkan satu hal yang pantas membesarkan hati — kemajuan teknologi tidak

mengurangi nilai pegangan-pegangan Islam. Ia justru memperluas ruang penerapannya.

Buku ini berpendapat bahwa masa depan komunikasi keagamaan tidak dapat hanya bergantung pada kemampuan teknis mengenali wajah palsu — sebab teknologi pemalsuan akan selalu berpacu dengan teknologi pengenalnya. Yang lebih menentukan adalah membangun budaya berkomunikasi yang menjunjung tiga hal: keterbukaan, kesediaan bertanggung jawab, dan kejujuran. Setiap pemakaian mesin untuk membuat konten keagamaan perlu disertai keterangan yang jelas tentang bagaimana ia dibuat, untuk apa, dan sejauh mana ia mewakili kenyataan. Keterbukaan semacam itu adalah wujud nyata dari pegangan amanah yang sudah kita bahas.

Dengan demikian, wajah palsu dan agama buatan mengingatkan kita pada satu hal: tantangan utama era kecerdasan buatan bukan hanya soal canggihnya teknologi, melainkan soal kesanggupan masyarakat menjaga keaslian dalam berkomunikasi — di tengah batas yang makin tipis antara kenyataan dan tiruan. Kesadaran inilah yang akan menjadi dasar bagi penyusunan tata kelola mesin pintar yang bertanggung jawab dalam urusan keagamaan.

8.4.5 Menuju Tata Kelola yang Dapat Dipercaya

Uraian tentang jawaban karangan, keberpihakan mesin, dan agama buatan memperlihatkan bahwa tumbuhnya kecerdasan buatan menghadirkan tantangan yang tidak dapat diselesaikan dengan pembaruan teknis semata. Diperlukan kerangka tata kelola — kerangka yang memastikan bahwa mesin dibangun, dijalankan, dan dipakai sejalan dengan pegangan akhlak, pegangan keilmuan, dan kemaslahatan. Dalam urusan komunikasi

keagamaan Islam, tata kelola itu harus dibangun di atas kepercayaan, dan kepercayaan itu lahir dari empat hal sekaligus: mutu teknologinya, keterbukaan prosesnya, kesediaan lembaganya bertanggung jawab, dan keutuhan akhlak para pemakainya.

Gagasan tentang kecerdasan buatan yang dapat dipercaya sudah menjadi rujukan utama dalam kebijakan di banyak negara — antara lain melalui Rekomendasi UNESCO tentang Etika Kecerdasan Artifisial, melalui kerangka pegangan etika yang memadukan prinsip-prinsip bioetika dengan prinsip keterjelasan sebagaimana diusulkan Luciano Floridi dan Josh Cowls, serta melalui aturan berbasis tingkat risiko di Uni Eropa. Di Indonesia, pemerintah telah menerbitkan Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 9 Tahun 2023 tentang Etika Kecerdasan Artifisial. Sementara pada saat buku ini disusun, rancangan Peraturan Presiden tentang peta jalan dan etika kecerdasan artifisial nasional masih dalam proses penetapan. Kerangka-kerangka itu penting dan patut dihargai, tetapi umumnya belum menyentuh kekhasan urusan keagamaan sama sekali. Gagasan tata kelola kecerdasan buatan yang dapat dipercaya yang diajukan buku ini menempatkan kepercayaan sebagai buah dari empat tiang yang saling bertaut. Tiang pertama adalah keterbukaan tentang asal ilmunya: terbuka menyebut dari mana keterangan itu datang, di mana batas kemampuan sistemnya, dan seberapa yakin ia atas jawabannya sendiri. Tiang kedua adalah tanggung jawab yang tetap di tangan manusia: menegaskan bahwa tanggung jawab akhir atas pemakaian mesin selalu berada pada orang atau lembaga yang memakainya, bukan pada mesinnya. Tiang ketiga adalah keadilan dalam mewakili: memastikan bahwa beragamnya tradisi pemikiran Islam digambarkan secara berimbang dan tidak diperas oleh keberpihakan data.

Tiang keempat adalah berpihak pada kemaslahatan: memastikan bahwa pengembangan mesin benar-benar diarahkan untuk memperkuat pendidikan, dakwah, percakapan, dan kesejahteraan masyarakat — bukan semata untuk menghemat biaya dan mempercepat pekerjaan.

Keempat tiang itu akan menjadi dasar bagi gambaran ekosistem kecerdasan keagamaan buatan yang dibahas pada bagian berikutnya. Dengan begitu, gambaran itu tidak hanya menerangkan hubungan antara manusia, mesin, dan lembaga keagamaan. Ia juga menyediakan kerangka tata kelola yang memungkinkan seluruh ekosistem itu tumbuh secara patut, merangkul, dan bertahan lama.

8.5 Membayangkan Ekosistem Kecerdasan Keagamaan Buatan

8.5.1 Mengapa Diperlukan Gambaran Menyeluruh

Tumbuhnya kecerdasan buatan telah melahirkan banyak penelitian — tentang etikanya, tentang agama digital, tentang algoritma media sosial, dan tentang berubahnya kewibawaan keagamaan. Meski begitu, hampir semuanya masih membahas tiap gejala secara terpisah. Penelitian tentang mesin pintar cenderung sibuk pada sisi teknologinya. Kajian komunikasi lebih banyak menyoroti berubahnya pola pergaulan di layar. Sedangkan kajian keislaman umumnya membahas soal hukum, akhlak, atau fatwa tentang pemakaian teknologi. Pembagian yang terpisah-pisah seperti itu mempersulit kita memahami bagaimana sesungguhnya seluruh unsur itu saling berjumpa dan bersama-sama membentuk pengalaman beragama masyarakat Muslim hari ini.

Bab-bab sebelumnya memperlihatkan bahwa berubahnya komunikasi keagamaan tidak dapat diterangkan hanya dari satu sisi. Literasi digital keagamaan menerangkan bekal seseorang dalam berhadapan dengan keterangan digital. Otoritas keagamaan campuran menerangkan berubahnya hubungan antara ulama, umat, dan mesin pintar. Dan tata kelola yang dapat dipercaya menyediakan pegangan bagi pemakaiannya. Namun ketiga gagasan itu masih membutuhkan satu gambaran yang menyatukan – gambaran yang memperlihatkan bagaimana bekal manusia, sistem mesin, lembaga keagamaan, platform digital, dan tata kelola saling memengaruhi dalam satu kesatuan yang hidup.

Atas dasar kebutuhan itu, buku ini mengajukan gambaran Ekosistem Kecerdasan Keagamaan Buatan, yang menerangkan bahwa komunikasi keagamaan di era mesin pintar berlangsung melalui sebuah ekosistem – ekosistem yang terdiri atas pelaku manusia, pelaku teknologi, lembaga sosial, dan perangkat tata kelola yang semuanya saling bergantung. Berbeda dari cara pandang lurus yang memandang komunikasi sebagai pengiriman pesan dari pengirim kepada penerima, gambaran ini memandang komunikasi agama sebagai proses yang berputar – proses yang terus belajar, terus menerima tanggapan, dan terus menyusun ulang dirinya melalui perjumpaan antara manusia dan mesin yang tidak pernah berhenti.

Istilah Kunci: Ekosistem Kecerdasan Keagamaan Buatan (ARIE)

Ekosistem Kecerdasan Keagamaan Buatan, yang disingkat ARIE, adalah gambaran yang memandang komunikasi keagamaan di era mesin pintar sebagai satu ekosistem hidup yang terdiri atas enam unsur yang saling bergantung: otoritas keagamaan manusia, kecerdasan buatan keagamaan, gudang pengetahuan keagamaan digital, masyarakat Muslim digital, tata kelola platform dan algoritma, serta pegangan etika dan tata kelola. Keenamnya terus bertukar pengaruh tanpa henti. Pesan utama gambaran ini sederhana tetapi penting: mutu komunikasi keagamaan ditentukan oleh sehatnya seluruh ekosistem, bukan oleh canggihnya satu unsur saja.

Dengan demikian, gambaran ini tidak dimaksudkan untuk menggantikan teori komunikasi yang sudah ada. Ia dimaksudkan sebagai kerangka besar yang menyatukan lima hal dalam satu alat pandang: gagasan pengaruh media atas agama, kajian agama digital, ilmu komunikasi, cara Islam memastikan ilmu, dan tata kelola mesin pintar. Gambaran ini dapat dipakai menerangkan bermacam gejala hari ini — mulai dari dipakainya mesin dalam berdakwah, dalam pendidikan Islam, dalam bertanya soal agama, dalam membuat konten, sampai dalam mengambil keputusan di lembaga-lembaga keagamaan.

8.5.2 Enam Unsur dalam Ekosistem Ini

Buku ini mengusulkan bahwa Ekosistem Kecerdasan Keagamaan Buatan terdiri atas enam unsur utama yang terus saling memengaruhi. Berikut keenamnya, satu per satu.

Unsur Pertama: Otoritas Keagamaan Manusia

Unsur pertama adalah seluruh manusia yang punya kewibawaan dalam membuat, mengembangkan, dan menyampaikan ilmu Islam. Kelompok ini mencakup para

ulama, kiai, ustaz, guru agama, dosen, peneliti, lembaga fatwa, pesantren, madrasah, kampus Islam, organisasi keagamaan, dan berbagai lembaga yang selama ini menjadi sumber utama kewibawaan di tengah umat. Merekalah yang menanggung, dan karena itu merekalah yang berwenang.

Dalam gambaran ini, manusia tetap menjadi pusat kelayakan ilmu. Mesin pintar tidak menggantikan tugas mereka; ia memperluas kesanggupan berkomunikasi dan memperluas akses pada ilmu yang mereka hasilkan. Dengan begitu, kewibawaan menetapkan ketentuan tetap berada pada manusia yang berilmu dan sanggup bertanggung jawab. Memperluas, bukan menggantikan: itulah kata kuncinya.

Unsur Kedua: Kecerdasan Buatan Keagamaan

Unsur kedua adalah sistem kecerdasan buatan yang berfungsi sebagai perantara pengetahuan. Yang dimaksud bukan hanya mesin percakapan, tetapi juga mesin pencari berbasis kecerdasan buatan, sistem rekomendasi, penerjemah otomatis, pembaca dokumen, pengenalan suara, pengolah gambar, wakil percakapan, sampai teknologi yang belum ada tetapi akan menolong orang belajar dan berkomunikasi soal agama.

Dalam gambaran ini, mesin ditempatkan sebagai perantara pengetahuan — sistem yang mengolah, menyatukan, menyusun ulang, lalu menyampaikan keterangan kepada orang banyak. Mesin tidak menghasilkan kewibawaan menetapkan ketentuan, tetapi pengaruhnya sangat besar atas bagaimana ilmu agama itu akhirnya dipahami penggunanya.

Kedudukan itu membedakan mesin dari media massa yang lama. Kalau media berfungsi sebagai saluran, mesin bertindak sebagai perantara yang ikut membentuk

susunan pengetahuan — sebelum keterangan itu sampai ke tangan siapa pun.

Unsur Ketiga: Infrastruktur Pengetahuan Keagamaan Digital

Unsur ketiga adalah gudang pengetahuan digital yang menjadi sumber belajar bagi mesin maupun manusia. Gudang itu mencakup Al-Qur'an digital, hadis digital, kitab turats yang sudah didigitalkan, arsip fatwa, jurnal ilmiah, perpustakaan digital, tempat penyimpanan hasil penelitian, manuskrip Islam, kumpulan rekaman, dan segala keterangan keagamaan yang kini tersedia dalam bentuk digital.

Keberadaan gudang ini menentukan mutu keluaran mesin — dan hubungan itu sangat langsung. Makin kaya, makin beragam, dan makin bermutu sumber yang tersedia, makin besar peluang mesin menghasilkan jawaban yang tepat dan berimbang. Sebaliknya, terbatasnya digitalisasi atas tradisi keilmuan tertentu akan melahirkan ketimpangan dalam jawabannya. Karena itu, memperkuat gudang pengetahuan digital adalah pekerjaan yang mendesak bagi masa depan komunikasi Islam.

Unsur Keempat: Masyarakat Muslim Digital

Unsur keempat adalah masyarakat Muslim sebagai pemakai yang aktif. Dalam gambaran ini, masyarakat tidak ditempatkan sebagai penerima yang pasrah, melainkan sebagai pelaku yang terus-menerus ikut membentuk ekosistemnya — melalui pertanyaan yang mereka ajukan, platform yang mereka pilih, kebiasaan menonton dan membaca, tanggapan yang mereka berikan, dan kebiasaan membagikan ilmu di ruang digital.

Watak masyarakat Muslim digital sangat ditentukan oleh bekal literasi digital keagamaannya, sebagaimana dibahas di Bab 7. Makin tinggi bekal itu, makin besar kesanggupan masyarakat menimbang jawaban mesin, memeriksanya, dan memakai teknologi

dengan bertanggung jawab. Sebaliknya, rendahnya bekal memperbesar tiga risiko: mudah menerima keterangan yang keliru, ikut menyebarkan kabar bohong, dan bergantung berlebihan pada mesin. Bekal itu, bukan mesinnya, yang paling menentukan hasil akhirnya.

Unsur Kelima: Tata Kelola Platform dan Algoritma

Unsur kelima adalah platform digital beserta mesin-mesin yang mengatur penyebaran, keterlihatan, dan urutan keterangan. Platform tidak hanya menyediakan ruang berbicara. Ia juga menentukan tiga hal: konten mana yang lebih mudah ditemukan, bagaimana jawaban mesin disajikan, dan bagaimana setiap gerakan pengguna dicatat lalu diolah.

Dalam gambaran ini, platform punya pengaruh yang tertanam dalam susunannya sendiri. Aturan tentang konten, rancangan tampilannya, sistem rekomendasinya, dan cara ia menyaring untuk tiap orang — semuanya membentuk lingkungan tempat perjumpaan antara umat, mesin, dan kewibawaan keagamaan berlangsung. Karena itu, tata kelola platform adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari ekosistem komunikasi keagamaan.

Unsur Keenam: Pegangan Etika dan Tata Kelola

Unsur terakhir adalah lapisan pegangan yang mengarahkan seluruh ekosistem. Lapisan ini mencakup maqāsid al-syarī‘ah, amanah, keadilan, tanggung jawab, keterbukaan, kesediaan dimintai pertanggungjawaban, perlindungan data, kejujuran akademik, serta berbagai aturan dan kebijakan tentang pemakaian mesin pintar.

Berbeda dari lima unsur sebelumnya, lapisan ini bukan pelaku. Ia sistem nilai yang memastikan bahwa seluruh perjumpaan di dalam ekosistem berjalan sesuai tujuan kemaslahatan. Dengan begitu, berhasilnya ekosistem ini tidak diukur dari canggihnya teknologinya, melainkan dari kesanggupannya menjaga dua hal:

keutuhan komunikasi keagamaan dan kesejahteraan masyarakat yang hidup di dalamnya.

8.5.3 Bagaimana Keenamnya Saling Memengaruhi

Keunggulan utama gambaran ini dibanding gambaran-gambaran sebelumnya terletak pada kesanggupannya menerangkan hubungan timbal balik antarpelaku dalam ekosistem komunikasi keagamaan. Gambaran ini menolak anggapan bahwa komunikasi berjalan satu arah, dari sumber kepada penerima. Sebaliknya, setiap unsur memengaruhi dan sekaligus dipengaruhi unsur lainnya, melalui tanggapan yang terus berputar tanpa henti. Tidak ada satu pun unsur yang kedudukannya sepenuhnya di atas yang lain.

Mari kita runut satu putarannya. Para ulama dan lembaga pendidikan menghasilkan ilmu, yang kemudian didigitalkan ke berbagai tempat penyimpanan. Gudang pengetahuan itu menjadi salah satu sumber yang dipakai mesin untuk menyusun jawaban bagi penggunaanya. Pengguna lalu memberi tanggapan – melalui pertanyaan yang ia ajukan, kata yang ia cari, dan apa yang ia tekan – dan tanggapan itu pada gilirannya memengaruhi penyempurnaan mesin serta kebijakan platform. Seluruh putaran itu berlangsung di bawah pengaruh tata kelola algoritma dan pegangan akhlak yang mengarahkan bagaimana teknologi dibangun dan dipakai. Tidak ada titik awal yang jelas, dan tidak ada titik akhirnya.

Hubungan yang berputar semacam itu memperlihatkan satu hal yang penting: mutu komunikasi keagamaan tidak ditentukan oleh satu pihak saja. Tepat-tidaknya jawaban mesin, misalnya, tidak hanya bergantung pada canggihnya model bahasanya. Ia juga bergantung pada mutu gudang pengetahuannya, pada bekal literasi penggunaanya, pada kebijakan platformnya,

dan pada sumbangan kalangan berilmu dalam memperkaya khazanah digital Islam. Karena itu, setiap usaha memperbaiki komunikasi keagamaan hari ini harus ditempuh dengan pendekatan ekosistem – bukan dengan memperbaiki satu bagian saja lalu berharap yang lain ikut membaik.

Gambaran ini juga sanggup menerangkan beberapa gejala yang sukar diterangkan oleh gagasan sebelumnya. Ia dapat menerangkan mengapa dua orang yang memakai mesin yang sama persis dapat memperoleh akibat yang sangat berbeda – sebab bekal literasi digital keagamaan keduanya berbeda. Gambaran ini juga menerangkan mengapa membaiknya mutu mesin tidak selalu diikuti membaiknya mutu komunikasi – sebab tanpa penguatan tata kelola dan gudang pengetahuan, mesin yang lebih baik hanya akan menyampaikan ketimpangan yang sama dengan lebih lancar. Dengan begitu, gambaran ini menawarkan sudut pandang yang lebih menyeluruh untuk memahami komunikasi keagamaan di era mesin pintar.

8.5.4 Gambaran Ekosistem dalam Satu Bagan

Agar hubungan antarunsur lebih mudah ditangkap, Ekosistem Kecerdasan Keagamaan Buatan dapat digambarkan sebagai sebuah sistem kehidupan komunikasi – terdiri atas lapisan-lapisan yang saling berjumpa dan saling memberi makan.



Gambar 8.2. Gambaran Ekosistem Kecerdasan Keagamaan Buatan (ARIE)

Bagan itu memperlihatkan bahwa komunikasi keagamaan di era mesin pintar tidak lagi berjalan lurus, melainkan melalui perjumpaan ke banyak arah yang terus-menerus melahirkan tanggapan baru. Ilmu agama tidak mengalir hanya dari ulama kepada umat. Ia bergerak melalui gudang digital, diolah mesin, disaring platform, ditafsirkan masyarakat, lalu kembali lagi — memengaruhi cara orang berkomunikasi, arah pengembangan teknologi, dan langkah lembaga-lembaga keagamaan.

Dengan demikian, komunikasi agama berubah wujudnya: dari sistem mengirimkan pengetahuan menjadi sebuah ekosistem pengetahuan. Perubahan itulah yang menurut buku ini menjadi watak utama komunikasi Islam di era kecerdasan buatan.

8.5.5 Sepuluh Dugaan dari Gambaran Ini

Sebagai sebuah gambaran, ekosistem ini perlu melahirkan dugaan-dugaan yang dapat diuji melalui penelitian. Sepuluh dugaan berikut disusun sebagai pancingan bagi penelitian lanjutan — dan dapat dikerjakan dengan angka, tanpa angka, atau gabungan keduanya.

Dugaan pertama. Makin baik mutu gudang pengetahuan keagamaan digital, makin tepat keterangan keagamaan yang dihasilkan mesin pintar. Hubungan keduanya langsung dan tidak dapat dipintas dengan cara apa pun.

Dugaan ini menekankan satu hal yang sering terlupakan: mutu mesin sangat ditentukan oleh mutu khazanah Islam yang menjadi bahan belajarnya. Karena itu, mendigitalkan kitab klasik, manuskrip, fatwa, dan tulisan ilmiah bukan pekerjaan sampingan. Ia tanam modal yang menentukan masa depan dakwah digital kita.

Dugaan kedua. Pengaruh mesin pintar terhadap pemahaman agama seseorang disalurkan melalui bekal literasi digital keagamaannya.

Dengan kata lain, mesin tidak berakibat sama bagi semua orang. Orang yang bekal literasinya tinggi cenderung memakai mesin sebagai alat belajar dan memeriksa jawaban yang ia terima. Sedangkan orang yang bekalnya tipis jauh lebih mudah menerima apa saja tanpa menimbanginya — dan ia tidak akan pernah tahu bahwa ia sedang tertipu.

Dugaan ketiga. Makin kuat kerja sama antara kewibawaan keagamaan manusia dan mesin pintar, makin tinggi kepercayaan publik terhadap komunikasi keagamaan digital.

Kerja sama itu menciptakan timbangan antara dua hal: kewibawaan manusia dan kecepatan mesin. Mesin memperluas akses pada ilmu, sementara para ulama

menjaga kelayakan ilmunya dan menanggung tanggung jawab akhlaknya.

Dugaan keempat. Platform digital ikut menentukan sejauh mana mesin pintar memengaruhi pengalaman berkomunikasi soal agama.

Rancangan algoritmanya, sistem rekomendasinya, dan aturan tentang kontennya menentukan tiga hal: bagaimana keterangan agama disajikan, bagaimana ia ditemukan, dan bagaimana ia dipahami orang. Karena itu, platform adalah hal yang tidak boleh dilewatkan dalam menimbang komunikasi agama hari ini.

Dugaan kelima. Makin sungguh-sungguh pegangan tata kelola yang dapat dipercaya dijalankan, makin kecil risiko kabar bohong keagamaan yang dihasilkan atau disebarkan melalui mesin pintar.

Dugaan ini menegaskan bahwa tata kelola yang patut bukan pelengkap bagi pembaruan teknologi. Ia justru hal yang memperkuat mutu komunikasi keagamaan itu sendiri.

Dugaan keenam. Tingkat kebijaksanaan memakai mesin menentukan sejauh mana seringnya memakai mesin berpengaruh pada mutu keputusan keagamaan seseorang.

Sering memakai mesin tidak otomatis menghasilkan keputusan yang lebih baik. Orang yang punya kebijaksanaan memakai mesin sanggup memanfaatkannya dengan bercermin pada diri. Sedangkan orang yang tidak punya kebijaksanaan itu justru lebih mudah salah menafsirkan apa yang ia terima – dan makin sering ia memakainya, makin dalam kekeliruannya.

Dugaan ketujuh. Lingkungan komunikasi keagamaan yang menyatukan seluruh unsur ekosistem ini melahirkan ketahanan dalam menimbang yang lebih

tinggi dibanding lingkungan yang hanya mengandalkan teknologi saja atau kewibawaan manusia saja secara terpisah.

Yang dimaksud ketahanan dalam menimbang adalah kesanggupan masyarakat menjaga mutu pengetahuannya, memeriksa apa yang ia terima, dan menyesuaikan diri dengan berubahnya teknologi – tanpa kehilangan kejujuran ilmu maupun pegangan agamanya.

Dugaan kedelapan. Komunikasi keagamaan yang dikembangkan melalui gambaran ekosistem ini ikut melahirkan ruang publik digital yang lebih teduh, lebih merangkul, dan lebih mau berbincang.

Dengan begitu, berhasilnya mesin pintar dalam urusan agama tidak diukur hanya dari canggihnya teknologi atau banyaknya pemakainya, tetapi juga dari sumbangannya bagi mutu kehidupan bersama kita.

8.5.6 Apa yang Ditawarkan Gambaran Ini

Gambaran Ekosistem Kecerdasan Keagamaan Buatan tidak dimaksudkan sebagai gagasan yang berdiri sendiri, terlepas dari tradisi akademik yang sudah ada. Sebaliknya, ia dibangun melalui pembacaan kritis atas berbagai sudut pandang dalam ilmu komunikasi, kajian agama digital, dan cara Islam memastikan ilmu. Sumbangan utamanya terletak pada kesanggupannya menyambungkan sisi-sisi yang selama ini dipelajari secara terpisah.

Pertama, gambaran ini memperluas gagasan pengaruh media atas agama, dengan menunjukkan bahwa mesin pintar tidak hanya mengubah aturan main media, tetapi juga mengambil peran sebagai perantara dalam membuat dan menyebarkan pengetahuan keagamaan. Kalau gagasan mediatisasi pada angkatan sebelumnya menekankan pengaruh media terhadap lembaga agama,

maka gambaran ini menunjukkan bahwa mesin pintar sudah menjadi bagian yang aktif dalam pembentukan makna itu sendiri. Dengan demikian, mesin bukan lagi sekadar perantara. Ia unsur penyusun dalam bangunan komunikasi agama hari ini.

Kedua, gambaran ini memperkaya kajian agama digital. Banyak penelitian sudah menerangkan bagaimana agama hadir di ruang digital – melalui ibadah daring, jemaah di layar, atau media sosial. Gambaran ini melangkah lebih jauh dengan memusatkan perhatian pada hubungan antara mesin pintar, gudang pengetahuan, kewibawaan manusia, dan tata kelola teknologi. Sudut pandang ini memperluas perhatian kajian agama digital: dari mempelajari amalan di ruang digital menuju menimbang seluruh lingkungan hidup pengetahuan keagamaan kita.

Ketiga, gambaran ini menyumbang pada cara Islam memastikan ilmu. Selama ini pembicaraan tentang hal itu umumnya berpusat pada tiga hal: sumber ilmu, cara bernalar, dan sah-tidaknya sebuah pengetahuan. Gambaran ini memperlihatkan bahwa di era mesin pintar, persoalannya tidak lagi hanya berkaitan dengan teks dan manusia, tetapi juga dengan algoritma, data, dan platform. Karena itu, pekerjaan memeriksa, mengkritik sumber, dan menguji kelayakan ilmu memperoleh sisi baru – sisi yang tidak terbayangkan oleh para penyusun perangkat-perangkat itu dahulu, tetapi justru membuktikan betapa kokoh pegangannya.

Keempat, gambaran ini memperkuat ilmu komunikasi dengan menggeser cara pandangnya: dari model komunikasi yang lurus menuju model komunikasi yang ekosistemis. Dalam cara pandang itu, komunikasi dipahami sebagai hasil perjumpaan yang terus berlangsung antara manusia, teknologi, lembaga, dan

sistem nilai. Pendekatan semacam itu lebih cocok untuk menerangkan keadaan hari ini, yang ditandai oleh hubungan ke banyak arah dan tanggapan yang tidak pernah berhenti berputar.

Dengan demikian, sumbangan gambaran ini tidak hanya berupa gagasan. Ia juga menyumbang pada cara meneliti dan pada pekerjaan nyata. Gambaran ini menyediakan kerangka yang dapat dipakai dalam empat hal: penelitian akademik, penyusunan kurikulum pendidikan Islam, perumusan kebijakan, dan perancangan sistem mesin pintar yang lebih bertanggung jawab. Melalui pendekatan ekosistem, ia menawarkan cara memandang yang lebih utuh terhadap komunikasi keagamaan di era mesin pintar.

8.5.7 Untuk Ruang Kelas, Lembaga, dan Kebijakan

Gambaran Ekosistem Kecerdasan Keagamaan Buatan tidak hanya dirancang untuk menerangkan berubahnya komunikasi keagamaan di era mesin pintar. Ia juga dirancang sebagai kerangka yang dapat dipakai untuk tiga hal: mengembangkan penelitian, memperbaiki praktik pendidikan, dan menyusun kebijakan. Nilai sebuah gagasan tidak hanya ditentukan oleh kesanggupannya menerangkan keadaan, tetapi juga oleh kesanggupannya membuka arah baru bagi ilmu dan bagi penyelesaian persoalan nyata. Dalam hal itu, gambaran ini menawarkan akibat yang melampaui ruang kuliah dan menjangkau pekerjaan sehari-hari lembaga-lembaga keagamaan. Gagasan yang tidak sampai ke praktik berhenti menjadi hiasan.

Dalam bidang penelitian, gambaran ini membuka jalan bagi rencana penelitian yang lebih menyatu. Selama ini, penelitian tentang mesin pintar, komunikasi, dan agama sering tumbuh sejajar tanpa pernah bertemu.

Penelitian komunikasi cenderung menekankan berubahnya media dan kebiasaan penggunaannya, sedangkan penelitian keislaman lebih banyak membahas fatwa, akhlak, atau hukum memakai teknologi. Gambaran ini mempertemukan keduanya melalui pendekatan ekosistem, yang memungkinkan seorang peneliti memeriksa hubungan antara teknologi, kewibawaan, masyarakat, dan nilai-nilai dalam satu kerangka. Pendekatan itu mendorong tumbuhnya penelitian lintas bidang – menggabungkan ilmu komunikasi, kajian keislaman, ilmu komputer, sosiologi, ilmu jiwa, kebijakan publik, dan ilmu pendidikan. Pertemuan itu sendiri sudah menjadi sumbangan tersendiri.

Gambaran ini juga menyediakan dasar yang kuat bagi penyusunan alat ukur. Setiap unsur di dalamnya dapat diturunkan menjadi hal yang dapat diukur – melalui angket, wawancara, pengamatan, penelusuran jaringan, atau pembacaan isi konten. Beberapa contohnya begini. Bekal literasi digital keagamaan dapat diukur dari kesanggupan seseorang menimbang keterangan keagamaan. Kebijaksanaan memakai mesin dapat diukur dari tanda-tanda ia bercermin pada kepatutan. Otoritas keagamaan campuran dapat diukur dari seberapa besar kepercayaannya pada mesin dibanding pada ulama. Dan tata kelola yang dapat dipercaya dapat ditimbang dari pandangan pengguna atas keterbukaan, tanggung jawab, dan keadilan sistemnya. Dengan begitu, gambaran ini bukan hanya gagasan; ia juga pijakan bagi penelitian yang akan datang.

Dalam bidang pendidikan, akibatnya sangat luas. Kampus Islam, pesantren, dan madrasah tidak lagi cukup mengajarkan cara memakai teknologi. Mereka perlu membangun lingkungan belajar yang menyatukan empat hal: kecakapan digital, kemampuan membaca algoritma,

kesediaan bercermin pada kepatutan, dan penguatan watak. Kurikulum komunikasi Islam perlu memasukkan pembahasan tentang mesin pintar sebagai bagian dari berubahnya bangunan komunikasi — bukan sebagai pelajaran tentang satu aplikasi. Mahasiswa tidak hanya diajak memahami cara kerjanya, tetapi juga diajak mempersoalkan akibatnya bagi ilmu, bagi masyarakat, dan bagi agama. Dengan begitu, pendidikan Islam ikut membentuk angkatan yang sanggup memakai mesin secara berguna sekaligus menjaga keutuhan pikiran dan rohaninya.

Gambaran ini juga berakibat pada penguatan lembaga keagamaan. Organisasi Islam, lembaga fatwa, dan lembaga pendidikan dapat memanfaatkan mesin pintar untuk tiga hal: memperluas akses pada ilmu, meringankan pekerjaan pelayanan, dan memperkuat hubungan dengan umatnya. Tetapi penerapannya harus dibangun di atas asas bekerja sama, bukan asas menggantikan. Mesin sebaiknya dipakai untuk menolong penelitian, mendigitalkan arsip, mengelola kumpulan data, menyusun bahan ajar, dan memberi keterangan awal — sementara keputusan yang menetapkan ketentuan tetap berada pada manusia yang berilmu. Pendekatan ini menjaga timbangan antara pembaruan dan kewibawaan.

Dalam urusan kebijakan, gambaran ini menawarkan satu pandangan: mengatur mesin pintar dalam urusan keagamaan tidak cukup diarahkan untuk mengendalikan bahaya, tetapi juga harus mendorong tumbuhnya ekosistem yang sehat. Pemerintah, lembaga pendidikan, organisasi masyarakat, para pembuat teknologi, dan kalangan akademik perlu bekerja bersama untuk tiga hal: memperkaya gudang pengetahuan Islam digital, menaikkan bekal literasi masyarakat, dan menyusun ukuran kepatutan dalam memakai mesin. Perlu

ditimbang dengan hati-hati: aturan yang terlalu ketat akan menghambat pembaruan, sedangkan aturan yang terlalu longgar memperbesar risiko kabar bohong, pemelintiran, dan penyalahgunaan. Karena itu, tata kelola mesin pintar perlu dirancang lentur, dengan tetap berpihak pada kemaslahatan orang banyak.

Lebih jauh lagi, gambaran ini mengingatkan bahwa berubahnya komunikasi keagamaan bukan hanya soal siapnya teknologi, melainkan juga siapnya lembaga dan budaya. Teknologi dapat tumbuh dengan sangat cepat, tetapi berubahnya budaya belajar, budaya berbincang, dan budaya memeriksa menuntut waktu yang jauh lebih panjang — kadang satu generasi. Karena itu, berhasilnya penerapan mesin pintar dalam komunikasi Islam sangat ditentukan oleh kesanggupan semua pihak membangun tiga hal: budaya bekerja sama, keterbukaan terhadap pembaruan, dan kesetiaan pada kejujuran ilmu.

Pada akhirnya, akibat terbesar dari gambaran ini adalah berubahnya cara kita memandang hubungan antara agama dan teknologi. Selama ini teknologi sering ditempatkan sebagai sesuatu yang datang dari luar dan memengaruhi kehidupan beragama — seolah ia hujan yang hanya bisa kita teduhi. Gambaran ini menawarkan pandangan yang berbeda. Teknologi dipahami sebagai bagian dari ekosistem sosial yang harus dikelola melalui tiga hal: nilai, lembaga, dan kesanggupan manusia. Dengan begitu, masa depan komunikasi keagamaan tidak ditentukan oleh canggihnya mesin pintar, melainkan oleh kesanggupan umat Islam membangun ekosistem yang menempatkan teknologi sebagai alat untuk memperkuat ilmu, memperluas kemaslahatan, dan menjaga harga diri manusia.

8.6 Masa Depan Dakwah di Zaman Kecerdasan Buatan

8.6.1 Dari Agama Digital ke Ekosistem Agama Cerdas

Perjalanan komunikasi keagamaan selama tiga dekade terakhir memperlihatkan perubahan yang bertahap tetapi mendasar. Pada tahap awal digitalisasi, perhatian orang tertuju pada bagaimana agama hadir di internet – melalui situs, forum diskusi, dan perpustakaan digital. Tahap berikutnya ditandai tumbuhnya media sosial, yang memungkinkan terbentuknya jemaah di layar, meluasnya dakwah digital, dan munculnya bentuk-bentuk kewibawaan yang baru. Kecerdasan buatan menghadirkan tahap yang lebih berbelit, sebab teknologi tidak lagi sekadar memperluas ruang berbicara. Ia mulai ikut serta dalam membentuk pengetahuannya sendiri. Dan di situlah letak perbedaan yang paling menentukan: ia bukan lagi sekadar wadah.

Perubahan itu menunjukkan bahwa gagasan agama digital masih sangat berguna sebagai pijakan untuk memahami hubungan antara agama dan teknologi. Namun tumbuhnya mesin pintar menuntut perluasan sudut pandang. Kalau gagasan agama digital berpusat pada amalan keagamaan di ruang digital, maka era mesin pintar menuntut perhatian pada empat hal lain: bagaimana sistem cerdas memengaruhi cara orang mencari ilmu, cara ia membangun kepercayaan, cara ia memahami kewibawaan, dan cara ia mengambil keputusan keagamaan. Karena itu, buku ini mengusulkan agar perkembangan tersebut dipahami sebagai perpindahan menuju ekosistem agama cerdas – yakni lingkungan komunikasi keagamaan yang ditandai kerja sama yang hidup antara manusia, mesin pintar, lembaga keagamaan, gudang pengetahuan digital, dan pegangan akhlak.

Istilah ekosistem agama cerdas sama sekali tidak dimaksudkan untuk menyatakan bahwa agama menjadi buatan mesin, atau bahwa mesin punya kecerdasan rohani. Yang dimaksud adalah tumbuhnya satu lingkungan komunikasi yang makin diperkaya oleh sistem-sistem cerdas, yang menolong manusia menjangkau, mengolah, dan menyebarkan ilmu agamanya. Dalam lingkungan itu, mutu komunikasi tidak lagi bergantung pada satu pihak saja. Ia hasil perjumpaan antara kesanggupan manusia, mutu teknologi, kekuatan lembaga, dan keutuhan nilai yang menjadi dasarnya.

Gagasan ini juga menegaskan bahwa masa depan komunikasi Islam tidak ditentukan oleh pilihan antara tradisi dan pembaruan. Sejarah peradaban Islam menunjukkan bahwa tradisi keilmuan selalu tumbuh justru melalui perbincangan dengan zamannya. Dari dipakainya kertas pada masa Abbasiyah, lalu mesin cetak, radio, televisi, internet, sampai kecerdasan buatan – setiap pembaruan menghadirkan tantangan baru dan sekaligus peluang baru bagi menyebarnya ilmu. Yang membedakan tiap masa bukanlah ada atau tidaknya teknologi, melainkan kesanggupan umat Islam memasukkan teknologi itu ke dalam kerangka keilmuan dan akhlak yang menjaga tujuan-tujuan syariat.

Dengan demikian, masa depan komunikasi keagamaan bukan tentang berkuasanya teknologi atas manusia. Ia tentang kesanggupan manusia membangun lingkungan komunikasi yang makin cerdas, makin merangkul, dan makin berpihak pada kemaslahatan. Kecerdasan buatan adalah bagian dari perjalanan panjang perubahan komunikasi Islam, tetapi arah perjalanan itu tetap ditentukan manusia – sebagai pelaku yang berakhlak, berpikir, dan bertanggung jawab.

8.6.2 Pendamping Belajar, Kembaran Digital Ulama, dan Jemaah Buatan

Setiap ramalan tentang masa depan teknologi selalu mengandung ketidakpastian. Karena itu, bagian ini tidak dimaksudkan sebagai ramalan, melainkan sebagai pemetaan atas kemungkinan-kemungkinan yang masuk akal berdasarkan arah yang sudah terlihat — agar umat Islam dapat bersiap dengan kepala jernih, bukan dengan panik. Setidaknya ada empat kemungkinan yang pantas dicermati.

Pertama, pendamping belajar keagamaan berbasis mesin pintar. Sistem semacam ini sudah mulai ada, dalam bentuk aplikasi belajar Al-Qur'an, bahasa Arab, dan fikih dasar yang sanggup memberi tanggapan khusus untuk tiap orang. Peluangnya besar bagi perluasan akses, terutama bagi mereka yang tinggal jauh dari pusat-pusat pendidikan Islam — dan bagi orang-orang itu, kehadirannya bisa berarti sangat banyak. Risikonya terletak pada hilangnya keteladanan dan pembentukan adab, yang hanya mungkin tumbuh dalam hubungan guru dan murid. Dalam kerangka ekosistem kita, pendamping semacam itu sehat sejauh ia tersambung dengan kewibawaan keilmuan manusia dan dengan gudang pengetahuan yang dapat dipercaya.

Kedua, kembaran digital ulama — sistem yang dilatih dari kumpulan ceramah, tulisan, dan fatwa seorang ulama, sehingga sanggup menjawab pertanyaan dengan gaya dan kecenderungan pandangannya. Teknologi ini dapat menjaga warisan pemikiran seorang ulama dari kepunahan, dan itu niat yang baik. Tetapi ia menimbulkan dua pertanyaan yang berat: siapa yang bertanggung jawab atas jawaban yang sebenarnya tidak pernah diucapkan ulama itu, dan bagaimana persetujuan serta hak atas

warisan pemikirannya dijaga? Dari sudut ilmu hadis, keadaan ini menyerupai persoalan riwayat tanpa sanad yang bersambung: isinya tampak serupa, tetapi rantai pertanggungjawabannya sudah terputus.

Ketiga, imam dan penceramah buatan — wajah atau suara tiruan yang memimpin kajian, membacakan khotbah, atau memandu ibadah. Untuk kepentingan mendidik dan memudahkan orang yang terbatas kemampuannya, teknologi ini dapat berguna. Tetapi dalam ibadah yang mensyaratkan kehadiran dan niat manusia, batas-batas fikihnya perlu dirumuskan dengan hati-hati oleh kalangan berilmu — bukan ditentukan oleh kesanggupan teknisnya semata.

Keempat, jemaah buatan — ruang pergaulan di mana sebagian pesertanya, termasuk akun, komentar, bahkan jemaahnya sendiri, sesungguhnya adalah mesin. Keadaan ini dapat mengaburkan batas antara dukungan yang sungguh-sungguh dan kesan yang direkayasa, sehingga memperberat persoalan pengesahan oleh mesin dan ijmak versi digital — turunan dari ijmak yang sudah kita bahas di Bab 6.

Keempat kemungkinan itu memperlihatkan satu pola yang sama: teknologi memperluas apa yang mungkin, tetapi juga memperpanjang rantai antara sumber ilmu dan orang yang menerimanya. Dan makin panjang rantai itu, makin penting tiga hal — memeriksa, berterus terang, dan bersedia bertanggung jawab. Ketiganya justru sudah lama dikenal dalam tradisi Islam, melalui etika periwayatan.

8.6.3 Pegangan untuk Menyongsongnya

Berdasarkan pemetaan di atas, buku ini mengusulkan lima pegangan bagi umat Islam dalam menyongsong perkembangan kecerdasan buatan. Pegangan pertama, keterlacakan: setiap keluaran mesin

yang menyangkut ajaran agama sedapat mungkin dapat ditelusuri sampai ke sumber yang bisa diperiksa. Pegangan kedua, keterbukaan: konten keagamaan yang dibuat atau diubah oleh mesin perlu diberi tanda yang jelas, agar orang tahu apa yang sedang ia terima. Pegangan ketiga, tanggung jawab tetap pada manusia: setiap layanan keagamaan berbasis mesin perlu memiliki orang dan lembaga yang dapat dimintai pertanggungjawaban — bukan mesin yang tidak bisa dipanggil dan tidak bisa menyesal. Pegangan keempat, keadilan dalam mewakili: pengembangan sistem perlu memastikan beragamnya tradisi keilmuan Islam terwakili secara berimbang, termasuk khazanah Nusantara yang selama ini sering tertinggal. Pegangan kelima, kehadiran manusia: pada wilayah yang menuntut pertimbangan, kesediaan merasakan, dan keteladanan — yakni fatwa, bimbingan rohani, dan pendidikan watak — mesin berfungsi membantu, bukan menggantikan.



BRANDED
TECH
PUBLISHER

BAGIAN IV

MERANGKAI SEMUA DAN MELIHAT KE DEPAN

Bagian terakhir menyatukan seluruh benang. Kita akan merangkai temuan sembilan bab sebelumnya menjadi satu cara pandang utuh tentang komunikasi keagamaan di era algoritma, menjawab empat pertanyaan yang diajukan di awal buku, lalu menutup dengan hal-hal yang

dapat segera dikerjakan oleh keluarga,
pesantren, lembaga keagamaan, dan negara.



BRANDED
TECH
PUBLISHER



BRANDED
TECH
PUBLISHER

BAB 9

Merangkai Cara Pandang Baru

Menyatukan Benang dan Pertanyaan yang Masih Terbuka

9.1 Mengapa Cara Pandang Lama Tidak Lagi Mencukupi

Teknologi digital selama tiga dekade terakhir telah mengubah hampir seluruh sisi cara manusia berkomunikasi. Internet memperluas akses pada keterangan. Media sosial mengubah cara orang bergaul. Dan kecerdasan buatan menghadirkan bentuk baru pembuatan serta penyebaran pengetahuan – yang berjalan sendiri, menyesuaikan diri, dan terasa khusus untuk tiap orang. Perubahan itu tidak hanya menggeser cara masyarakat memperoleh keterangan. Ia juga mengubah bangunan komunikasinya, cara kewibawaan terbentuk, cara orang belajar, sampai cara makna diproduksi dalam kehidupan beragama.

Meski perubahan itu sudah menjadi perhatian banyak bidang ilmu, kerangka berpikir yang tersedia masih punya beberapa keterbatasan. Sebagian besar teori komunikasi disusun pada masa ketika media masih berfungsi terutama sebagai saluran penyampai pesan. Cara pandang itu belum sanggup menerangkan keadaan sekarang – ketika mesin pintar tidak hanya menyampaikan keterangan, tetapi juga ikut merangkainya, menyesuaikannya untuk tiap orang, dan membentuk pengalaman beragama penggunanya.

Dalam kajian agama, gagasan agama digital sudah menyumbang banyak, dengan menunjukkan bahwa cara orang beragama berubah di ruang digital. Namun sebagian

besar penelitiannya masih berpusat pada dipakainya media digital sebagai ruang bergaul, dan belum cukup menimbang mesin pintar sebagai perantara pengetahuan yang memengaruhi hubungan antara ilmu, kewibawaan, dan masyarakat. Akibatnya, ada jurang antara kemajuan teknologi dan kerangka yang kita pakai untuk memahaminya. Jurang itu tidak akan menutup dengan sendirinya, dan selama ia terbuka, kita akan terus salah menamai apa yang kita saksikan.

Keadaan itu menunjukkan perlunya cara pandang baru — cara pandang yang sanggup menyatukan perkembangan komunikasi digital, mesin pintar, cara Islam memastikan ilmu, dan perubahan masyarakat dalam satu kerangka yang utuh. Cara pandang baru itu tidak dimaksudkan untuk menggantikan teori-teori sebelumnya, melainkan untuk memperluas jangkauannya agar sesuai dengan watak komunikasi di era algoritma.

Buku ini berangkat dari satu andaian: komunikasi keagamaan hari ini tidak lagi dapat dipahami sebagai hubungan lurus antara pengirim dan penerima pesan. Komunikasi berlangsung melalui perjumpaan yang berbelit antara enam hal: manusia, teknologi, lembaga, data, algoritma, dan nilai-nilai yang menjadi pegangan. Karena itu diperlukan cara pandang yang memandang komunikasi agama sebagai sebuah ekosistem — ekosistem yang hidup, menyesuaikan diri, dan terus menyusun ulang dirinya melalui hubungan timbal balik antarpelakunya.

Cara pandang yang diajukan buku ini dibangun di atas satu keyakinan: teknologi bukan penentu tunggal perubahan masyarakat. Mesin pintar memang punya kuasa besar dalam memengaruhi cara manusia memperoleh dan mengolah pengetahuan. Tetapi arah perubahan itu tetap dipengaruhi empat hal lain: mutu lembaga-lembaganya, bekal literasi masyarakatnya,

keutuhan kewibawaan keagamaannya, dan sistem nilai yang menjadi dasar kehidupan bersamanya. Dengan begitu, cara pandang baru tentang komunikasi keagamaan Islam tidak menempatkan teknologi di tengah. Ia menempatkannya sebagai salah satu unsur dalam ekosistem yang tetap berpihak pada kemaslahatan manusia.

9.2 Tiga Babak Perubahan Dakwah

Perjalanan komunikasi keagamaan dapat dipahami sebagai perubahan yang berlangsung dalam beberapa babak. Setiap babak ditandai oleh empat hal: teknologi yang dipakai, susunan kewibawaan yang berkembang, cara pengetahuan disebarkan, dan bentuk keikutsertaan masyarakatnya. Perlu dicatat, perubahan itu tidak berjalan lurus. Ia bertumpuk — setiap babak baru tetap membawa sebagian watak babak sebelumnya, sambil memperkenalkan aturan yang baru. Yang lama tidak pernah benar-benar pergi.

Babak Pertama: Bertemu Langsung di Majelis

Pada babak pertama, komunikasi keagamaan berlangsung terutama melalui perjumpaan langsung. Kewibawaan berada pada ulama, kiai, guru, dan lembaga pendidikan, yang memperoleh kepercayaan melalui tiga hal: rantai keilmuan atau sanad, penguasaan ilmu agama, dan pengakuan masyarakat. Penyebaran ilmu dibatasi oleh tempat dan waktu, sehingga hubungan antara guru dan murid menjadi inti dari seluruh prosesnya.

Dalam babak itu, komunikasi berjalan cukup lurus. Ilmu bergerak dari sumber yang berwibawa menuju masyarakat. Cara pengesahannya bersandar pada tiga hal: tradisi keilmuan, nama baik seorang ulama, dan bersambung rantai keilmuannya. Teknologi masih

berfungsi sebagai alat bantu, dan belum mengubah susunan dasarnya sama sekali.

Babak Kedua: Agama Masuk Siaran

Munculnya media massa dan internet mengubah cara agama disampaikan. Televisi, radio, situs, dan media sosial memperluas jangkauan dakwah, sehingga komunikasi tidak lagi dibatasi jarak. Kewibawaan keagamaan pun mulai berhadapan dengan aturan main media — aturan yang mengutamakan tiga hal: sering terlihat, cepat, dan menarik.

Pada babak ini, masyarakat memperoleh jauh lebih banyak pilihan sumber. Kewibawaan menjadi lebih penuh persaingan, sebab bermacam pihak dapat memakai media untuk menyampaikan pandangannya. Komunikasi pun menjadi lebih saling menanggapi. Tetapi pengesahan sebuah pengetahuan masih sangat bergantung pada layak-tidaknya si penyampainya dipercaya — dan penyampainya masih manusia.

Babak Ketiga: Agama Diatur Algoritma

Kecerdasan buatan menandai lahirnya babak baru. Pada tahap ini, algoritma tidak hanya menentukan penyebaran keterangan, tetapi juga ikut membentuk cara ilmu dicari, dirangkai, dan disajikan. Dan ada satu kebiasaan baru yang menandainya: orang kini makin sering berbicara dengan mesin lebih dulu, sebelum ia berbicara dengan manusia yang berilmu.

Babak ini ditandai perubahan mendasar dalam hubungan antara manusia dan teknologi. Mesin menjadi perantara yang menolong orang memahami keterangan, menyusun ringkasan, menerjemahkan teks, bahkan menyusun jawaban atas pertanyaan keagamaan. Meski begitu, kewibawaan menetapkan ketentuan tetap berada pada manusia. Karena itu, tantangan utamanya bukan menggantikan kewibawaan manusia, melainkan

menyusun cara bekerja sama yang menjaga dua hal: mutu komunikasinya dan keutuhan ilmunya.

Perjalanan ketiga babak itu menunjukkan bahwa komunikasi keagamaan selalu menyesuaikan diri dengan berubahnya teknologi — dan selalu berhasil. Namun setiap perubahan juga menuntut diperbarainya kerangka berpikir yang kita pakai, baik dalam meneliti maupun dalam bekerja. Buku ini memandang era kecerdasan buatan sebagai saat yang tepat untuk membangun cara pandang yang bukan hanya menerangkan berubahnya media, tetapi juga berubahnya susunan pengetahuan, kewibawaan, dan pengelolaan komunikasi keagamaan.

9.3 Dari Menyampaikan Pesan ke Mengelola Ekosistem

Kalau bagian sebelumnya memetakan perjalanan praktiknya, bagian ini memetakan perjalanan cara berpikir tentangnya. Perlu dicatat, teori komunikasi tidak berkembang dengan cara membuang teori sebelumnya. Ia berkembang dengan menumpuk, menyempurnakan, dan memperluas — mengikuti berubahnya teknologi dan masyarakat. Dalam urusan komunikasi keagamaan, perjalanan itu dapat dibaca dalam lima tahap yang saling bersambung, sebagaimana diringkas pada Tabel 9.1.

Tahap Pertama: Komunikasi sebagai Pengiriman Pesan

Cara pandang yang paling lama memandang komunikasi sebagai pengiriman pesan dari pengirim kepada penerima melalui saluran tertentu, dengan perhatian pada jituanya penyampaian dan akibatnya bagi si penerima — rumusan yang dikenal dari Harold Lasswell. Dalam urusan keagamaan, cara pandang ini menempatkan ulama, pendakwah, dan lembaga keagamaan sebagai pengirim utama, media sebagai alat penyebar, dan

masyarakat sebagai sasaran. Cara pandang ini memberi pijakan yang penting, tetapi belum memperhitungkan ruwetnya pergaulan di ruang digital.

Tahap Kedua: Media Ikut Membentuk Agama

Cara pandang kedua menerangkan bahwa media bukan hanya saluran; ia juga membentuk cara lembaga-lembaga sosial bekerja — termasuk lembaga agama. Gagasan ini dikembangkan antara lain oleh Stig Hjarvard dan Stewart Hoover. Lembaga keagamaan menyesuaikan diri dengan aturan main media yang menuntut sering terlihat, cepat, dan menarik. Namun cara pandang ini masih menempatkan media terutama sebagai bangunan yang memengaruhi lembaga — belum sebagai pelaku yang ikut menyusun pengetahuan.

Tahap Ketiga: Agama Digital

Cara pandang ketiga memperluasnya lagi. Ia menunjukkan bahwa agama tidak sekadar memakai media digital, tetapi membangun ruang sosial yang baru melalui teknologi: jemaah di layar, ibadah daring, jati diri digital, dan kewibawaan di media sosial. Gagasan ini dikembangkan terutama oleh Heidi Campbell. Sumbangannya sangat besar, tetapi sebagian besar kajiannya masih berpusat pada manusia sebagai pelaku utama — sementara algoritma dan mesin pintar belum menjadi pokok perhatian.

Tahap Keempat: Otoritas Algoritma dan Otoritas Campuran

Tahap keempat inilah yang dirumuskan buku ini. Ia memusatkan perhatian pada sistem hitungan sebagai bagian dari susunan kewibawaan. Pada tahap media sosial, gagasan otoritas keagamaan algoritmik yang dibangun di Bab 3 menerangkan bagaimana seringnya tampil berfungsi sebagai tanda kelayakan dipercaya. Dan pada tahap kecerdasan buatan generatif, gagasan otoritas keagamaan campuran yang dibangun di Bab 5 dan Bab 8

menerangkan bagaimana kewibawaan manusia berjumpa dengan mesin sebagai perantara pengetahuan. Komunikasi keagamaan pun berubah wujud: dari hubungan antarmanusia menjadi kerja sama antara manusia dan sistem cerdas.

Tahap Kelima: Ekosistem Kecerdasan Keagamaan Buatan

Tahap kelima adalah sumbangan yang menyatukan semuanya. Gambaran ekosistem memperluas pembahasan – dari soal kewibawaan menuju seluruh bangunan komunikasi keagamaan sebagai hasil perjumpaan serentak antara enam hal: kewibawaan manusia, mesin pintar, gudang pengetahuan digital, masyarakat pengguna, platform, dan pegangan akhlak. Komunikasi agama tidak lagi dipahami sebagai pekerjaan perorangan, melainkan sebagai proses yang hidup di dalam sistem yang saling bergantung.

Tabel 9.1. Lima tahap perjalanan cara berpikir tentang komunikasi keagamaan

Tahap	Pertanyaan Utamanya	Yang Terutama Diperhatikan	Kedudukan Teknologi
Mengirim pesan	Bagaimana pesan disampaikan?	Penyampai dan isi pesannya	Sekadar saluran
Media membentuk agama	Bagaimana media mengubah lembaga agama?	Lembaga dan aturan main media	Bangunan yang ikut memengaruhi
Agama digital	Bagaimana agama hidup di ruang digital?	Praktik, kebersamaan, dan jati diri	Ruang pergaulan yang baru
Otoritas algoritma dan otoritas campuran	Bagaimana algoritma dan mesin pintar mengubah siapa yang berwenang?	Hubungan antara manusia dan mesin	Pemain sekaligus perantara pengetahuan

Tahap	Pertanyaan Utamanya	Yang Terutama Diperhatikan	Kedudukan Teknologi
Ekosistem kecerdasan keagamaan buatan	Bagaimana seluruh unsur bersama-sama menentukan mutu komunikasi?	Ekosistemnya secara menyeluruh	Salah satu unsur penyusun ekosistem

Dengan demikian, sumbangan cara pandang yang ditawarkan buku ini bukanlah menggantikan teori-teori sebelumnya, melainkan menyambungkan semuanya ke dalam satu kerangka yang lebih utuh. Setiap tahap tetap berguna untuk pertanyaan yang menjadi perhatiannya, dan tahap-tahap berikutnya memperluas jangkauannya agar cocok dengan watak komunikasi hari ini.

9.4 Pertanyaan Besar yang Masih Terbuka

Cara pandang baru yang dibangun dalam buku ini tidak dimaksudkan sebagai titik akhir. Sebaliknya, ia titik berangkat bagi lahirnya pertanyaan-pertanyaan penelitian yang baru – pertanyaan yang lebih peka terhadap berubahnya teknologi, berubahnya masyarakat, dan bergerakanya kehidupan keagamaan. Setiap perubahan besar dalam sejarah komunikasi selalu melahirkan pertanyaan ilmiah yang baru. Demikian pula kecerdasan buatan: ia tidak hanya menghadirkan pembaruan teknologi, tetapi juga membuka ruang penelitian yang sebelumnya tidak pernah terbayangkan – baik dalam kajian komunikasi maupun dalam kajian keislaman.

Selama beberapa dekade terakhir, penelitian tentang komunikasi keagamaan lebih banyak diarahkan pada empat hal: menelaah media, cara agama ditampilkan, dakwah digital, dan kebiasaan pengguna media sosial. Tema-tema itu tetap berguna. Tetapi perkembangan mesin

pintar memperluas ruang penelitian ke persoalan yang jauh lebih berbelit: terbentuknya pengetahuan oleh sistem hitungan, bergesernya pola kewibawaan, perjumpaan antara manusia dan mesin, pengelolaan data keagamaan, sampai soal kepatutan dan keadilan algoritma. Karena itu, rencana penelitian kita perlu ditata ulang — agar sanggup menjawab tantangan zaman tanpa kehilangan kedalaman tradisi pemikiran Islam.

Buku ini mengusulkan agar rencana penelitian ke depan sekurang-kurangnya mencakup lima kelompok persoalan yang saling berkaitan.

Kelompok Pertama: Mesin, Pengetahuan, dan Cara Mengetahui

Kelompok pertama berpusat pada bagaimana mesin pintar memengaruhi empat hal: pembuatan, penyebaran, pengesahan, dan pemakaian ilmu Islam. Pertanyaannya tidak lagi sebatas apakah mesin dapat menjawab pertanyaan agama — itu sudah terjawab. Yang ditanyakan sekarang adalah bagaimana mesin mengubah cara orang memahami kewibawaan, memilih rujukan, dan membangun kepercayaannya pada sebuah ilmu.

Tema-tema penelitian dalam kelompok ini antara lain: menimbang mutu jawaban mesin atas persoalan fikih, menelaah bagaimana berbagai mazhab digambarkan oleh mesin bahasa besar, mengamati berubahnya kebiasaan memeriksa di era mesin, menelusuri pengaruh mesin terhadap tumbuhnya pemahaman keagamaan, serta memeriksa berubahnya hubungan antara rantai keilmuan dan pengetahuan digital.

Kelompok ini sangat penting karena ia menyentuh inti dari cara Islam memastikan ilmu: bagaimana sebuah pengetahuan dinilai sah, dipercaya, dan akhirnya dijalankan orang dalam kehidupannya sehari-hari.

Kelompok Kedua: Mesin dan Berubahnya Otoritas

Kelompok kedua mengembangkan gagasan otoritas keagamaan campuran yang sudah dibangun di Bab 5 dan Bab 8. Penelitian di bidang ini diarahkan untuk memahami bagaimana mesin pintar memengaruhi kewibawaan para ulama, lembaga fatwa, pesantren, organisasi Islam, dan lembaga pendidikan di tengah masyarakat digital.

Pertanyaannya dapat mencakup empat hal: berubahnya kebiasaan orang bertanya soal agama, seberapa besar kepercayaan masyarakat pada mesin dibanding pada ulama, cara lembaga keagamaan menyesuaikan diri, serta bagaimana kerja sama antara mesin dan kewibawaan manusia dapat ditata.

Melalui penelitian semacam itu, komunikasi keagamaan dipahami sebagai proses tawar-menawar yang terus berlangsung antara pembaruan teknologi dan pengakuan masyarakat.

Kelompok Ketiga: Mesin, Ruang Publik, dan Kerekatan Sosial

Mesin pintar tidak hanya memengaruhi orang per orang; ia juga ikut membentuk ruang publik digital. Karena itu, penelitian perlu diarahkan pada bagaimana mesin memengaruhi lima hal: perbincangan antaragama, moderasi beragama, mengerasnya kelompok, menyebarnya ujaran kebencian, dan terbentuknya rasa sebagai satu umat.

Penelitian dalam kelompok ini dapat menjelajah tiga hal: bagaimana algoritma memengaruhi beragamnya sudut pandang yang sampai kepada seseorang, bagaimana mesin dapat dipakai untuk memperkuat perbincangan antarumat beragama, dan bagaimana teknologi dapat menopang terbangunnya masyarakat yang lebih merangkul.

Dengan demikian, perhatian penelitian bergeser: dari menelaah media menuju menelaah mutu ruang publik

yang dibentuk oleh sistem-sistem cerdas. Pertanyaannya berubah: bukan apa yang disiarkan, melainkan ruang seperti apa yang terbentuk.

Kelompok Keempat: Mengelola Mesin di Lembaga Keagamaan

Tumbuhnya mesin pintar menuntut hadirnya kebijakan yang tidak hanya mengatur soal teknis, tetapi juga soal kepatutan dan kelembagaan. Karena itu, penelitian tentang tata kelola mesin pintar menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari rencana penelitian komunikasi keagamaan di masa depan.

Tema penelitiannya dapat mencakup empat hal: menyusun ukuran kepatutan memakai mesin di pesantren, menyusun tuntunan pemakaiannya di kampus Islam, menyusun aturan perlindungan data keagamaan, dan menyusun cara memeriksa keterbukaan sistem mesin yang dipakai dalam layanan keagamaan.

Penelitian pada kelompok ini diharapkan menghasilkan usulan kebijakan yang sanggup menjaga timbangan antara pembaruan teknologi dan perlindungan atas hak-hak masyarakat.

Kelompok Kelima: Gambaran Ekosistem sebagai Panduan Pencarian

Kelompok kelima diarahkan pada pengembangan dan pengujian gambaran ekosistem yang diajukan buku ini. Sebagai gambaran yang baru, ia memerlukan pengujian di berbagai keadaan – berbagai budaya, mazhab, lembaga, dan negara. Pengujian itu penting untuk mengetahui bagian mana dari gambaran ini yang berlaku di mana-mana, dan bagian mana yang ternyata sangat dipengaruhi keadaan setempat.

Penelitiannya dapat ditempuh dengan bermacam cara: angket, pengamatan mendalam atas kasus tertentu, pengamatan di ruang digital, penelusuran jaringan sosial, percobaan terkendali, sampai pengolahan data dalam

jumlah besar. Menyusun alat ukur yang tepat dan andal bagi setiap unturnya juga menjadi pekerjaan yang penting — agar gambaran ini benar-benar dapat dipakai orang lain, bukan hanya dibaca.

Dengan demikian, gambaran ekosistem ini tidak berhenti sebagai gagasan di dalam buku. Ia berkembang menjadi kerangka penelitian yang terbuka untuk diuji, dibantah, disempurnakan, dan dikembangkan oleh siapa pun yang berminat — di negeri ini maupun di luar.



BRANDED
TECH
PUBLISHER

DAFTAR PUSTAKA DAN BACAAN LANJUTAN

Daftar berikut memuat seluruh karya yang disebut di dalam buku ini, baik yang dirujuk secara langsung maupun yang hanya disinggung namanya di dalam uraian. Daftar ini sekaligus dimaksudkan sebagai bahan bacaan lanjutan: pembaca yang ingin menelusuri sebuah gagasan sampai ke sumber aslinya dapat memulainya dari sini. Urutannya menurut abjad nama belakang penulis.

- Abidin, C. (2018). *Internet celebrity: Understanding fame online*. Emerald Publishing.
- Ansell, C., & Gash, A. (2008). Collaborative governance in theory and practice. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(4), 543–571.
- APJII [Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia]. (2025). *Survei penetrasi internet Indonesia 2025*. APJII.
- Auda, J. (2008). *Maqasid al-Shariah as philosophy of Islamic law: A systems approach*. International Institute of Islamic Thought.
- Bender, E. M., Gebru, T., McMillan-Major, A., & Shmitchell, S. (2021). On the dangers of stochastic parrots: Can language models be too big? In *Proceedings of the 2021 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency* (pp. 610–623). ACM.
- Berger, J., & Milkman, K. L. (2012). What makes online content viral? *Journal of Marketing Research*, 49(2), 192–205.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Doubleday.
- Bisnis.com. (2026, 16 Juli). Peta jalan dan etika AI nasional masih diproses menuju Perpres. *Bisnis.com Teknologi*. <https://teknologi.bisnis.com/read/20260716/84/1988624/peta-jalan-dan-etika-ai-nasional-masih-diproses-menuju-perpres>
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood.

- Brady, W. J., Wills, J. A., Jost, J. T., Tucker, J. A., & Van Bavel, J. J. (2017). Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114(28), 7313–7318.
- Bucher, T. (2017). The algorithmic imaginary: Exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. *Information, Communication & Society*, 20(1), 30–44.
- Bucher, T. (2018). *If... then: Algorithmic power and politics*. Oxford University Press.
- Buckingham, D. (2003). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Polity Press.
- Bunt, G. R. (2000). *Virtually Islamic: Computer-mediated communication and cyber Islamic environments*. University of Wales Press.
- Bunt, G. R. (2009). *iMuslims: Rewiring the house of Islam*. University of North Carolina Press.
- Bunt, G. R. (2018). *Hashtag Islam: How cyber-Islamic environments are transforming religious authority*. University of North Carolina Press.
- Campbell, C., & Farrell, J. R. (2020). More than meets the eye: The functional components underlying influencer marketing. *Business Horizons*, 63(4), 469–479.
- Campbell, H. A. (2007). Who's got the power? Religious authority and the internet. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(3), 1043–1062.
- Campbell, H. A. (2012). Understanding the relationship between religion online and offline in a networked society. *Journal of the American Academy of Religion*, 80(1), 64–93.
- Campbell, H. A. (Ed.). (2013). *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds*. Routledge.
- Castells, M. (1996). *The rise of the network society*. Blackwell.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.
- Cheong, P. H. (2013). Authority. In H. A. Campbell (Ed.), *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds* (pp. 72–87). Routledge.
- Chesney, R., & Citron, D. K. (2019). Deep fakes: A looming challenge for privacy, democracy, and national security. *California Law Review*, 107(6), 1753–1820.
- Cialdini, R. B. (2009). *Influence: Science and practice* (5th ed.). Pearson.

- Cotter, K. (2019). Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram. *New Media & Society*, 21(4), 895–913.
- Davenport, T. H., & Beck, J. C. (2001). *The attention economy: Understanding the new currency of business*. Harvard Business School Press.
- Dogruel, L., Masur, P., & Joeckel, S. (2022). Development and validation of an algorithm literacy scale for internet users. *Communication Methods and Measures*, 16(2), 115–133.
- Eickelman, D. F., & Anderson, J. W. (Eds.). (2003). *New media in the Muslim world: The emerging public sphere* (2nd ed.). Indiana University Press.
- Eickelman, D. F., & Piscatori, J. (1996). *Muslim politics*. Princeton University Press.
- European Union. (2024). Regulation (EU) 2024/1689 of the European Parliament and of the Council laying down harmonised rules on artificial intelligence (Artificial Intelligence Act). *Official Journal of the European Union*, L, 2024/1689.
- Floridi, L., & Cowls, J. (2019). A unified framework of five principles for AI in society. *Harvard Data Science Review*, 1(1).
- Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In T. Gillespie, P. J. Boczkowski, & K. A. Foot (Eds.), *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society* (pp. 167–194). MIT Press.
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
- Gilster, P. (1997). *Digital literacy*. Wiley.
- Goldhaber, M. H. (1997). The attention economy and the net. *First Monday*, 2(4).
- Grizzle, A., & Wilson, C. (Eds.). (2011). *Media and information literacy curriculum for teachers*. UNESCO.
- Guzman, A. L., & Lewis, S. C. (2020). Artificial intelligence and communication: A human-machine communication research agenda. *New Media & Society*, 22(1), 70–86.
- Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action: Vol. 1. Reason and the rationalization of society* (T. McCarthy, Trans.). Beacon Press.

- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society* (T. Burger, Trans.). MIT Press.
- Hew, W. W. (2018). The art of dakwah: Social media, visual persuasion and the Islamist propagation of Felix Siauw. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 61–79.
- Hirschkind, C. (2006). *The ethical soundscape: Cassette sermons and Islamic counterpublics*. Columbia University Press.
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook*, 6(1), 9–26.
- Hjarvard, S. (2013). *The mediatization of culture and society*. Routledge.
- Hjarvard, S. (2016). Mediatization and the changing authority of religion. *Media, Culture & Society*, 38(1), 8–17.
- Hoesterey, J. B. (2016). *Rebranding Islam: Piety, prosperity, and a self-help guru*. Stanford University Press.
- Hoover, S. M. (2006). *Religion in the media age*. Routledge.
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19(3), 215–229.
- Jenkins, H., Purushotma, R., Weigel, M., Clinton, K., & Robison, A. J. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. MIT Press.
- Ji, Z., Lee, N., Frieske, R., Yu, T., Su, D., Xu, Y., Ishii, E., Bang, Y. J., Madotto, A., & Fung, P. (2023). Survey of hallucination in natural language generation. *ACM Computing Surveys*, 55(12), Article 248, 1–38.
- Kamali, M. H. (2008). *Shari'ah law: An introduction*. Oneworld.
- Kementerian Agama RI. (2019). *Moderasi beragama*. Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37–51). Harper & Brothers.
- Latour, B. (2005). *Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory*. Oxford University Press.
- Long, D., & Magerko, B. (2020). What is AI literacy? Competencies and design considerations. In *Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1–16). ACM.

- Luhmann, N. (1995). *Social systems* (J. Bednarz Jr. & D. Baecker, Trans.). Stanford University Press.
- Majelis Ulama Indonesia. (2017). *Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah melalui Media Sosial*. Majelis Ulama Indonesia.
- Mandaville, P. (2007). *Global political Islam*. Routledge.
- Marwick, A. E. (2015). Instafame: Luxury selfies in the attention economy. *Public Culture*, 27(1), 137–160.
- McIntyre, L. (2018). *Post-truth*. MIT Press.
- Nickerson, R. S. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of General Psychology*, 2(2), 175–220.
- Nisa, E. F. (2018). Creative and lucrative da'wa: The visual culture of Instagram amongst female Muslim youth in Indonesia. *Asiascape: Digital Asia*, 5(1–2), 68–99.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Poell, T., Nieborg, D., & van Dijck, J. (2019). Platformisation. *Internet Policy Review*, 8(4).
- Rahman, F. (2017). *Contestation for authority: Internet and Islam among Pandulangan kiais* [Disertasi doctoral, Universitas Gadjah Mada]. Repositori ETD UGM.
- Rahman, F. (2018). The death of the da'i: The autonomization of religious messages within cyberspace. *Ulumuna*, 22(2), 255–276.
- Rakhmani, I. (2016). *Mainstreaming Islam in Indonesia: Television, identity, and the middle class*. Palgrave Macmillan.
- Ribeiro, M. H., Ottoni, R., West, R., Almeida, V. A. F., & Meira, W., Jr. (2020). Auditing radicalization pathways on YouTube. In *Proceedings of the 2020 Conference on Fairness, Accountability, and Transparency* (pp. 131–141). ACM.
- Robinson, F. (1993). Technology and religious change: Islam and the impact of print. *Modern Asian Studies*, 27(1), 229–251.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Schwartz, B. (2004). *The paradox of choice: Why more is less*. Ecco.
- Seaver, N. (2017). Algorithms as culture: Some tactics for the ethnography of algorithmic systems. *Big Data & Society*, 4(2), 1–12.

- Shirky, C. (2009, 15 November). *A speculative post on the idea of algorithmic authority* [Unggahan blog]. Clay Shirky.
- Slama, M. (2018). Practising Islam through social media in Indonesia. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 1–4.
- Striphas, T. (2015). Algorithmic culture. *European Journal of Cultural Studies*, 18(4–5), 395–412.
- Stroud, N. J. (2008). Media use and political predispositions: Revisiting the concept of selective exposure. *Political Behavior*, 30(3), 341–366.
- Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.
- Taber, C. S., & Lodge, M. (2006). Motivated skepticism in the evaluation of political beliefs. *American Journal of Political Science*, 50(3), 755–769.
- Tufekci, Z. (2018, 10 Maret). YouTube, the great radicalizer. *The New York Times*.
- UNESCO. (2021). *Recommendation on the ethics of artificial intelligence*. UNESCO.
- Vallor, S. (2016). *Technology and the virtues: A philosophical guide to a future worth wanting*. Oxford University Press.
- van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking* (Council of Europe Report DGI(2017)09). Council of Europe.
- Weber, M. (1978). *Economy and society: An outline of interpretive sociology* (G. Roth & C. Wittich, Eds.). University of California Press.
- Wu, T. (2016). *The attention merchants: The epic scramble to get inside our heads*. Knopf.
- Zaman, M. Q. (2002). *The ulama in contemporary Islam: Custodians of change*. Princeton University Press.

Peraturan dan Dokumen Kebijakan

- Republik Indonesia. (2022). *Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi*.

Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2023). *Surat Edaran Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 9 Tahun 2023 tentang Etika Kecerdasan Artifisial.*



BRANDED
TECH
PUBLISHER



BRANDED
TECH
PUBLISHER

GLOSARIUM

Agama digital (*digital religion*) – Kerangka kajian yang memandang praktik, komunitas, identitas, dan otoritas keagamaan di ruang digital sebagai perpanjangan dan rekonfigurasi kehidupan keagamaan luring, bukan ruang yang terpisah darinya.

Agama sintetis (*synthetic religion*) – Representasi keagamaan yang dihasilkan melalui rekayasa komputasional sehingga tampak menyerupai praktik, otoritas, atau pengalaman religius yang autentik, misalnya ceramah atau avatar keagamaan yang sepenuhnya dihasilkan kecerdasan buatan.

Agensi nonmanusia (*non-human agency*) – Kapasitas sistem teknologi untuk memengaruhi jalannya interaksi sosial dan komunikasi tanpa memiliki kesadaran atau kehendak sebagaimana manusia.

AI wisdom – Kebijakan manusia dalam memanfaatkan kecerdasan buatan; memadukan kompetensi teknologis, kompetensi epistemologis, dan kompetensi etis-spiritual untuk menentukan kapan, mengapa, dan dalam batas apa teknologi tersebut layak digunakan.

Algoritma rekomendasi – Sistem komputasional yang memilih dan mengurutkan konten yang disajikan kepada pengguna berdasarkan prediksi keterlibatan dan riwayat perilaku.

ARIE (*Artificial Religious Intelligence Ecosystem*) – Model ekosistem komunikasi keagamaan di era kecerdasan buatan yang terdiri atas otoritas keagamaan manusia, kecerdasan buatan keagamaan, infrastruktur pengetahuan digital, masyarakat Muslim digital, tata kelola platform dan algoritma, serta kerangka etika dan tata kelola.

- Bias algoritmik** – Kecenderungan sistematis suatu sistem algoritmik untuk menguntungkan jenis konten, bahasa, perspektif, atau aktor tertentu sebagai akibat desain, tujuan optimasi, atau data pelatihannya.
- Bias konfirmasi** (*confirmation bias*) – Kecenderungan mencari, menerima, dan mengingat informasi yang menguatkan keyakinan yang telah dimiliki.
- Dakwahtainment** – Perpaduan dakwah dan hiburan yang mengadopsi unsur produksi konten hiburan ke dalam penyampaian pesan keagamaan sebagai strategi bersaing dalam ekonomi perhatian.
- Deepfake** – Konten audio, gambar, atau video sintetis yang dibuat dengan kecerdasan buatan sehingga tampak autentik meskipun peristiwa yang ditampilkan tidak pernah terjadi.
- Disinformasi** – Informasi keliru yang sengaja dibuat atau disebar untuk menyesatkan atau merugikan.
- Disintermediasi** – Melemahnya peran perantara institusional (pesantren, majelis ilmu, lembaga fatwa) yang sebelumnya menjamin dan menyaring legitimasi pesan keagamaan.
- Ekonomi perhatian** (*attention economy*) – Kondisi ketika perhatian manusia menjadi sumber daya langka yang diperebutkan dan dikonversi menjadi nilai ekonomi oleh platform.
- Ekosistem agama cerdas** (*intelligent religion ecosystem*) – Lingkungan komunikasi keagamaan yang semakin diperkaya oleh sistem cerdas yang membantu manusia mengakses, mengolah, dan mendistribusikan pengetahuan keagamaan.
- Fatwa shopping** – Kecenderungan memilih pendapat keagamaan berdasarkan kenyamanan subjektif atau popularitas, bukan kekuatan argumentasi ilmiah.

Gelembung penyaringan (*filter bubble*) – Lingkungan informasi yang menyempit akibat personalisasi algoritmik, sehingga pengguna terutama menerima informasi yang sesuai dengan preferensi sebelumnya.

Halusinasi (*hallucination*) – Keluaran kecerdasan buatan generatif yang tampak meyakinkan tetapi tidak memiliki dasar faktual yang dapat diverifikasi, misalnya kutipan hadis atau atribusi pendapat ulama yang tidak pernah ada.

Ijazah keilmuan – Pengakuan dari guru bahwa murid telah menguasai suatu disiplin keilmuan dan berwenang mengajarkan atau meriwayatkannya.

Ijmak – Konsensus para mujtahid atas suatu persoalan hukum; legitimasinya bertumpu pada kapasitas keilmuan pihak yang bersepakat, bukan jumlah pendukung.

Ijmak sosial digital – Istilah analitis dalam buku ini untuk penerimaan kolektif berbasis metrik keterlibatan yang kerap dipersepsikan sebagai penanda kebenaran keagamaan, padahal berbeda secara epistemologis dari ijmak dalam usul fikih.

Infrastruktur keagamaan – Platform digital yang dipahami sebagai sistem sosioteknis yang menjalankan fungsi distribusi, kurasi, dan monetisasi dakwah, serta menentukan kemungkinan dan batas aktivitas keagamaan di atasnya.

Kapital simbolik digital – Modal sosial yang diperoleh melalui akumulasi visibilitas di ruang digital dan dapat dikonversi menjadi persepsi otoritas.

Kecerdasan buatan generatif – Sistem kecerdasan buatan yang mampu menghasilkan teks, gambar, suara, atau video baru berdasarkan pola dalam data pelatihan.

Ketahanan epistemik (*epistemic resilience*) – Kemampuan individu dan komunitas mempertahankan integritas

proses pencarian ilmu dan pembentukan keyakinan di tengah tekanan algoritma, disinformasi, dan polarisasi.

Literasi algoritmik – Kemampuan memahami, mengevaluasi, dan berinteraksi secara kritis dengan mekanisme algoritmik yang memengaruhi visibilitas dan legitimasi informasi.

Literasi digital keagamaan (*religious digital literacy*) – Kemampuan multidimensional untuk mengakses, memahami, mengevaluasi, memverifikasi, memproduksi, dan mendistribusikan informasi keagamaan secara kritis, etis, reflektif, dan bertanggung jawab berdasarkan epistemologi Islam dan pemahaman atas teknologi digital.

Logika media (*media logic*) – Format, ritme, dan tuntutan naratif media yang memengaruhi bentuk dan isi pesan yang disalurkaninya, termasuk pesan keagamaan.

Malinformasi – Informasi yang benar tetapi digunakan untuk merugikan, misalnya dengan melepaskannya dari konteks.

Maqāsid al-syarī'ah – Tujuan-tujuan syariat, yaitu perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta, yang dalam buku ini dijadikan fondasi etika kecerdasan buatan.

Mediatisasi agama (*mediatization of religion*) – Proses ketika media menjadi institusi sosial semi-otonom yang membentuk bentuk, isi, dan praktik keagamaan.

Mediator epistemik – Posisi kecerdasan buatan yang menyeleksi, menyintesis, dan menyajikan pengetahuan sehingga memengaruhi bagaimana pengetahuan diterima, tanpa memiliki legitimasi normatif.

Micro-influencer keagamaan – Kreator konten keagamaan dengan jumlah pengikut relatif kecil tetapi tingkat keterlibatan tinggi dalam komunitas yang spesifik.

Misinformasi — Informasi keliru yang disebarkan tanpa niat merugikan.

Otoritas berjejaring (*networked authority*) — Pandangan bahwa otoritas di ruang digital terbentuk melalui interaksi berkelanjutan antara aktor, audiens, dan jaringan, bukan semata atribut individual.

Otoritas keagamaan algoritmik (*algorithmic religious authority*) — Legitimasi keagamaan yang terbentuk dari interaksi antara klaim epistemologis aktor dan mekanisme kurasi algoritmik platform, ketika visibilitas dapat berfungsi sebagai penanda legitimasi.

Otoritas keagamaan hibrida (*hybrid religious authority*) — Konfigurasi otoritas yang memadukan sumber legitimasi berbeda: pada Bab 5, legitimasi sanad dan legitimasi digital; pada Bab 8, otoritas keilmuan manusia dan kecerdasan buatan sebagai mediator epistemik.

Personalisasi algoritmik — Penyesuaian konten yang disajikan kepada setiap pengguna berdasarkan profil preferensi yang disusun dari jejak digitalnya.

Platformisasi — Perluasan logika, infrastruktur, dan model ekonomi platform digital ke dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk pembentukan otoritas keagamaan.

Post-truth — Kondisi ketika fakta objektif kurang berpengaruh terhadap pembentukan opini dibandingkan emosi, keyakinan pribadi, dan identitas kelompok.

RDLF (*Religious Digital Literacy Framework*) — Model konseptual literasi digital keagamaan yang menghubungkan ekosistem digital, empat kompetensi inti (kognitif, afektif, etis, algoritmik), proses mediasi epistemik, dan hasil transformasional.

Ruang gema (*echo chamber*) — Lingkungan komunikasi tempat keyakinan yang sudah dimiliki terus dipantulkan kembali melalui interaksi dengan pihak yang sependangan.

Sanad — Rantai transmisi keilmuan atau periwayatan yang menghubungkan seorang penuntut ilmu dengan gurunya hingga generasi awal, sekaligus menjadi mekanisme verifikasi dan akuntabilitas.

Tabayyun — Prinsip memeriksa dan memverifikasi kebenaran berita sebelum mempercayai dan menyebarkannya (QS al-Hujurāt [49]: 6).

Tabayyun digital — Penerapan prinsip *tabayyun* pada lingkungan digital: memeriksa sumber, konteks, keaslian media, dan validitas informasi sebelum mempercayai atau membagikannya.

Tata kelola kecerdasan buatan tepercaya — Kerangka tata kelola yang bertumpu pada transparansi epistemik, akuntabilitas manusia, keadilan representasional, dan orientasi kemaslahatan.

Validasi algoritmik — Mekanisme ketika legitimasi sosial suatu pengetahuan dibentuk oleh kombinasi perilaku pengguna dan sistem rekomendasi, sehingga popularitas terukur berfungsi sebagai penanda kredibilitas.

INDEKS

A

Agama digital, 11, 14, 16,
26, 29, 30, 33, 34, 54, 75,
80, 88, 96, 102, 124, 151,
169, 175, 189, 197, 207,
217, 244, 255, 261, 269,
274
Agama sintetis, 240, 242
Agensi nonmanusia, 7, 202
AI wisdom, 227, 254, 258
Al-Azhar, 91, 105
Algoritma rekomendasi, 5,
19, 20, 29, 41, 58, 67, 84,
95, 109, 113, 121, 141,
149, 154, 164, 170, 179,
190, 192, 200, 202, 247,
254
ARIE, 197, 244, 245, 246,
251, 255, 257, 275, 279

B

Bias algoritmik, 142, 164,
185, 192, 221, 223, 237,
242
Bias konfirmasi, 124
Bunt, Gary R., 6, 13, 44

C

Campbell, Heidi A., 11, 26,
27, 29, 83, 102, 110, 124,
207, 274
Castells, Manuel, 18, 123

D

Dakwahtainment, 64, 65
Deepfake, 161, 239
Disinformasi, 9, 45, 134,
140, 152, 169, 177, 190,
193, 228, 249, 254, 260
Disintermediasi, 31, 34, 39,
41

E

Ekonomi perhatian, 14, 50,
58, 63, 65, 67, 74, 79, 103,
119, 126, 184, 186

F

Fatwa daring, 105
Fatwa MUI Nomor 24
Tahun 2017, 135, 188
Fatwa shopping, 106

G

Gelembung penyaringan,
68, 121
Gillespie, Tarleton, 46, 97,
117

H

Habermas, Jürgen, 120,
160
Halusinasi, 236
Hirschkind, Charles, 13

Hjarvard, Stig, 12, 22, 24,
86, 128, 274

Hoover, Stewart M., 23,
25, 274

I

Ijazah, 4, 25, 35, 39

Ijmak, 14, 28, 35, 42, 108,
114, 115, 216, 264

Ijmak sosial digital, 114,
116, 264

Ijtihad, 14, 28, 32, 37, 102,
196, 203, 208, 209, 231

Infrastruktur keagamaan,
54, 55

Instagram, 20, 29, 49, 55,
58, 70, 72, 77, 88, 90, 105,
121

J

JAKIM, 90

K

Kapital simbolik digital,
81

Kecerdasan buatan
generatif, 7, 9, 141, 193,
195, 199, 201, 208, 236,
274

Ketahanan epistemik, 142,
169, 172, 176, 178, 192,
254

Kreator konten religi, 45,
65, 73

L

Literasi algoritmik, 142,
145, 148, 163, 169, 171,
184, 187, 192, 216, 238,
258

Literasi digital
keagamaan, 9, 11, 24,
104, 136, 140, 147, 151,
153, 156, 158, 163, 169,
171, 175, 176, 179, 181,
183, 186, 189, 192, 193,
216, 220, 226, 245, 248,
251, 253, 258

Logika media, 12, 22, 24,
81, 86, 106, 128, 175, 214,
255, 272, 274

M

Majelis Ulama Indonesia
(MUI), 11, 89, 105, 135,
188

Maqāṣid al-syarī'ah, 160,
178, 208, 209, 215, 230,
233, 249

Mediatisasi agama, 12, 13,
14, 22, 24, 30, 32, 33, 34,
81, 86, 89, 128, 169, 175,
196, 208, 214, 246, 255,
274

Mediator epistemik, 100,
187, 206, 214, 247, 275

Micro-influencer, 75, 79,
108

Moderasi beragama, 188,
278

Muhammadiyah, 25, 30,
37, 89, 105, 186

N

Nahdlatul Ulama, 30, 37,
89, 105, 186

O

Otoritas berjejaring, 84,
110, 207

Otoritas keagamaan
algoritmik, 11, 29, 47, 50,
54, 72, 84, 274

Otoritas keagamaan
hibrida, 100, 104, 197,
206, 213, 245, 258, 274,
278

P

Parasosial, relasi, 45, 80

Pesantren, 177

Platformisasi, 77

Pluralisme rujukan, 103,
105, 107

Polarisasi, 9, 120, 128

Post-truth, 9, 42, 103, 131,
140

R

RDLF, 143, 169, 170, 173,
175, 229

Ruang gema, 103, 120, 140

Ruang publik, 13, 89, 103,
120, 140, 162, 172

S

Sanad, 4, 8, 14, 25, 28, 29,
32, 34, 39, 42, 44, 47, 48,
59, 74, 76, 79, 95, 132,
135, 146, 200, 205, 215,
225, 237, 241, 264, 271,
277

Shirky, Clay, 46, 97, 117

T

Tabayyun, 124, 131, 132,
135, 141, 146, 152, 154,
159, 166, 171, 173, 175,
180, 182, 185, 192, 220,
237, 241, 248, 256, 277

Tata kelola kecerdasan
buatan tepercaya, 243,
245, 254, 258

Tata kelola kolaboratif, 63,
189

TikTok, 20, 29, 49, 55, 58,
68, 70, 72, 77, 88, 90, 92,
97, 105, 121, 179

Timur Tengah, 75, 86, 91,
93, 123, 193

U

Ustaz seleb, 44, 50, 73, 79,
108

V

Validasi algoritmik, 9, 29,
36, 42, 50, 70, 103, 111,
113, 264

van Dijck, José, 5, 20, 54,
102

Y

YouTube, 20, 29, 49, 55, 58,
67, 68, 70, 72, 75, 77, 88,
90, 92, 97, 105, 121, 179,
186

Z

Zaman, Muhammad
Qasim, 36



BRANDED
TECH
PUBLISHER

PROFIL PENULIS

Dr. Fazlul Rahman, Lc., M.A.Hum.



Dr. Fazlul Rahman, Lc., M.A.Hum. adalah dosen, peneliti, dan akademisi yang menekuni kajian Islam, ilmu komunikasi, media digital, serta transformasi kehidupan keagamaan dalam masyarakat kontemporer. Ia merupakan dosen di Universitas Pembangunan Nasional (UPN)

“Veteran” Jawa Timur. Latar belakang akademiknya mencakup pendidikan bidang Dakwah dan Peradaban Islam di Universitas Al-Azhar, studi magister bidang Dakwah dan Komunikasi Islam, serta studi doktoral dalam bidang Kajian Antaragama di Indonesian Consortium for Religious Studies (ICRS).

Fokus keilmuan Fazlul Rahman berada pada persinggungan antara studi Islam dan ilmu komunikasi, khususnya komunikasi keagamaan digital, mediatisasi agama, otoritas keagamaan di ruang digital, dakwah melalui media sosial, literasi media digital, moderasi beragama, serta relasi antaragama. Ia juga mengembangkan kajian mengenai pesantren sebagai ruang pendidikan, produksi pengetahuan keagamaan, dan transformasi sosial di tengah perubahan ekosistem komunikasi digital.

Buku *Fiqih Media: Epistemologi, Etika, dan Praktik Komunikasi Islam di Era Digital* merupakan bagian dari upayanya mengembangkan pendekatan integratif yang mempertemukan khazanah keilmuan Islam dengan ilmu komunikasi kontemporer. Melalui

karya ini, ia mengkaji tradisi keilmuan Islam, terutama ilmu hadis, ushul fiqih, dan maqashid syariah, sebagai sumber konseptual untuk memahami verifikasi informasi, tanggung jawab komunikator, etika bermedia, serta dampak komunikasi digital. Pendekatan tersebut diarahkan untuk memperluas kajian komunikasi Islam agar mampu menjawab persoalan disinformasi, perubahan otoritas keagamaan, etika platform digital, dan tantangan komunikasi pada era kecerdasan buatan.



BRANDED
TECH
PUBLISHER

ISLAM DI ERA ALGORITMA

Komunikasi, Otoritas, dan Transformasi Sosial

Islam di Era Algoritma karya Fazlul Rahman membaca perubahan komunikasi keagamaan sebagai persoalan yang jauh lebih dalam daripada sekadar digitalisasi dakwah. Buku ini menunjukkan bahwa algoritma, platform media sosial, dan kecerdasan buatan telah ikut membentuk siapa yang dianggap otoritatif, pengetahuan apa yang terlihat, serta bagaimana umat menerima dan menilai informasi keagamaan. Pembahasannya bergerak dari fondasi teori komunikasi agama, pergeseran otoritas ulama, ekonomi perhatian, fragmentasi fatwa, polarisasi, hingga risiko *post-truth* dalam ruang digital.

Kekuatan utama buku ini terletak pada upayanya mempertemukan tradisi intelektual *Islam*—*sanad*, kritik *matan*, *tabayyun*, dan legitimasi keilmuan—dengan kajian agama digital, studi platform, dan etika kecerdasan buatan. Buku ini juga menawarkan kerangka literasi digital keagamaan serta model *Artificial Religious Intelligence Ecosystem* (ARIE) sebagai pijakan konseptual untuk membaca masa depan komunikasi Islam.

Dengan pendekatan kritis dan sistematis, buku ini layak menjadi rujukan bagi akademisi, mahasiswa, pendidik, pengelola lembaga keagamaan, dan pembuat kebijakan dalam menghadapi perubahan otoritas dan pengetahuan Islam di era algoritma. Ia mengajak pembaca tidak menolak teknologi, tetapi membangun kecakapan kritis agar inovasi berjalan bersama tanggung jawab etis keagamaan.



BRANDED
TECH
PUBLISHER

Dusun Krajan RT 02 RW 01 Tempuran Bantaran
Probolinggo Jawa Timur 67261 | Hp : 0811101665
Website: www.brandedtechpublisher.biz.id
E-mail: brandedtechIndonesia@gmail.com

IKAPI No.: 458/JTI/2025

Harga P. Jawa Rp. 85.000,-