



## **Kritik Wacana Tafsir Dakwah Kontemporer di Media Sosial: Urgensi Pendidikan Epistemologi Dakwah Digital**

Almu'min<sup>1✉</sup>, Muhammad Hariyadi<sup>2</sup>  
Universitas PTIQ Jakarta, Indonesia<sup>1,2</sup>  
e-mail : [el25041987@gmail.com](mailto:el25041987@gmail.com)

### **Abstrak**

Dakwah kontemporer di media sosial mengalami tekanan algoritma, viralitas, dan fragmentasi pesan yang berpotensi menggeser substansi nilai Qurani menuju sensasionalisme dan simplifikasi. Penelitian ini menganalisis wacana tafsir Alquran dalam merespons fenomena tersebut menggunakan metode kualitatif berbasis kritik wacana dan analisis teks tafsir klasik-kontemporer. Penelitian mengidentifikasi paradoks epistemologis antara prinsip hikmah, mauizhah hasanah, dan mujadalah billati hiya ahsan dalam QS An-Nahl: 125 dengan praktik dakwah digital yang cenderung mengutamakan metrik keterlibatan daripada transformasi spiritual. Studi ini mengembangkan kerangka hermeneutis kritis untuk mengungkap kesenjangan antara idealitas normatif dakwah Qurani dan realitas performativitasnya di media sosial. Temuan menunjukkan urgensi revitalisasi epistemologi tafsir kontemporer, dengan implikasi edukatif bagi pengembangan kurikulum pendidikan epistemologi dakwah di lembaga-lembaga pendidikan Islam.

**Kata Kunci:** Kritik Wacana, Dakwah Digital, Epistemologi Tafsir, Media Sosial, Pendidikan Islam

### **Abstract**

*Contemporary Islamic preaching (dakwah) on social media faces algorithmic pressure, virality, and message fragmentation that potentially shift Quranic values toward sensationalism and oversimplification. This study analyzes Quranic exegetical discourse in responding to this phenomenon using a qualitative method based on discourse criticism and classical-contemporary tafsir text analysis. The study identifies an epistemological paradox between the principles of hikmah, mauizhah hasanah, and mujadalah billati hiya ahsan in QS An-Nahl: 125 and digital preaching practices that tend to prioritize engagement metrics over authentic spiritual transformation. This study develops a critical hermeneutical framework to reveal the gap between the normative ideality of Quranic dakwah and its performative reality on social media. Findings indicate the urgency of revitalizing contemporary tafsir epistemology, with educational implications for curriculum development in dakwah epistemology education at Islamic educational institutions.*

**Keywords:** Discourse Criticism, Digital Dakwah, Tafsir Epistemology, Social Media, Islamic Education

## PENDAHULUAN

Era digital telah menghadirkan transformasi fundamental dalam praktik dakwah Islam. Platform media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook kini menjadi ruang utama penyebaran pesan keagamaan yang mampu menjangkau jutaan pengguna secara global dalam hitungan detik. Fenomena dai selebriti, konten dakwah viral, dan kuliah singkat berdurasi 60 detik mencerminkan bagaimana teknologi komunikasi digital telah merekonfigurasi tidak hanya medium, tetapi juga substansi dan metodologi dakwah itu sendiri. Di balik kemudahan aksesibilitas ini, muncul pertanyaan krusial tentang kesesuaian praktik dakwah digital dengan prinsip-prinsip normatif Alquran, khususnya metode hikmah, mau'izhah hasanah, dan mujadalah billati hiya ahsan sebagaimana termaktub dalam QS An-Nahl: 125.

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk." (QS An-Nahl: 125)

Tafsir Alquran sebagai disiplin ilmu yang menjelaskan makna dan implikasi ayat-ayat suci menghadapi tantangan epistemologis dalam merespons fenomena dakwah kontemporer di media sosial. Mufassir klasik seperti al-Thabari, al-Zamakhshari, dan Ibn Katsir menafsirkan ayat-ayat dakwah dalam konteks sosio-historis yang jauh berbeda dengan realitas digital abad ke-21. Sementara itu, mufassir kontemporer seperti Sayyid Quthb, Muhammad Quraish Shihab, dan Wahbah al-Zuhaili berupaya mengontekstualisasikan pesan Alquran dalam setting modern, namun belum secara komprehensif mengembangkan framework hermeneutis yang memadai untuk mengkritisi problematika spesifik dakwah digital.

Problematika dakwah di media sosial tidak hanya berdimensi teknis, tetapi juga substansial, yakni mencakup komodifikasi pesan religius, reduksi kompleksitas teologis, dan prioritas engagement metrics di atas transformasi spiritual autentik. Echo chamber effect dalam algoritma media sosial turut menciptakan polarisasi dan menghambat dialog konstruktif antarumat beragama sebagaimana dianjurkan dalam konsep mujadalah billati hiya ahsan (Bunt, 2018; Evolvi, 2017).

Penelitian terdahulu tentang dakwah dan media sosial cenderung berfokus pada aspek sosiologis, komunikasi, dan teknologi. Bunt (2018) mengeksplorasi ekspresi religiusitas Muslim milenial di ruang digital, sementara Evolvi (2017) menganalisis konstruksi identitas Muslim di dunia maya. Kajian hermeneutika kontemporer seperti yang dikembangkan oleh Saeed (2006) dan Esack (2005) lebih menekankan pada kontekstualisasi makna dan pembebasan, tanpa secara khusus menyentuh fenomena dakwah digital.

Kesenjangan akademik yang signifikan tampak jelas: belum ada kajian yang secara sistematis menggunakan pendekatan kritik wacana tafsir untuk mengevaluasi kesesuaian praktik dakwah digital dengan prinsip epistemologi Qurani. Dimensi tafsir sebagai basis normatif dan epistemologis dakwah nyaris absen dari diskursus akademik yang ada. Penelitian sebelumnya belum merumuskan kerangka hermeneutis kritis yang mampu menjembatani idealitas normatif dakwah Qurani dengan realitas performativitasnya di media sosial, sekaligus belum menawarkan implikasi institusional bagi pendidikan epistemologi dakwah di lembaga-lembaga Islam.

Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan tiga kontribusi ilmiah utama: pertama, menganalisis secara kritis wacana tafsir klasik dan kontemporer dalam merespons fenomena dakwah digital; kedua, mengidentifikasi paradoks epistemologis antara prinsip normatif dakwah Qurani dengan praktik dakwah di media sosial; dan ketiga, mengembangkan kerangka hermeneutis kritis yang responsif terhadap tantangan era digital beserta implikasinya bagi pendidikan epistemologi dakwah di lembaga pendidikan Islam.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis wacana kritis (critical discourse analysis/CDA) yang dikombinasikan dengan studi kepustakaan (library research). Paradigma kritis-interpretatif

yang digunakan memungkinkan peneliti tidak hanya memahami makna teks tafsir secara deskriptif, tetapi juga mengungkap struktur kekuasaan, ideologi, dan asumsi epistemologis yang tersembunyi di balik wacana dakwah digital (Fairclough, 2013). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berupaya menggali pemahaman mendalam tentang bagaimana mufassir mengonstruksi makna ayat-ayat dakwah dan bagaimana konstruksi tersebut berinteraksi dengan fenomena dakwah digital kontemporer (Creswell & Poth, 2018).

Sumber data primer terdiri dari teks-teks tafsir klasik dan kontemporer yang menafsirkan ayat-ayat dakwah, khususnya QS An-Nahl: 125, QS Ali Imran: 104, dan QS Fussilat: 33. Tafsir klasik yang dikaji meliputi Jami' al-Bayan karya al-Thabari, al-Kashshaf karya al-Zamakhshari, Tafsir al-Qur'an al-'Azhim karya Ibn Katsir, dan Mafatih al-Ghayb karya Fakhr al-Din al-Razi (al-Thabari, 2001; al-Zamakhshari, 1998; Ibn Katsir, 1999; al-Razi, 2000). Tafsir kontemporer yang dianalisis mencakup Fi Zhilal al-Qur'an karya Sayyid Quthb, al-Tafsir al-Munir karya Wahbah al-Zuhaili, Tafsir al-Misbah karya M. Quraish Shihab, dan al-Tahrir wa al-Tanwir karya Ibn 'Ashur (Quthb, 2003; al-Zuhaili, 2009; Shihab, 2012; Ibn 'Ashur, 1984).

Sumber data sekunder berupa konten dakwah di media sosial yang diobservasi secara nonpartisipan selama periode Januari–Juni 2024. Seleksi akun dilakukan berdasarkan tiga kriteria: (1) akun dai aktif dengan minimal 100.000 pengikut di platform YouTube, Instagram, atau TikTok; (2) konten secara eksplisit merujuk pada ayat-ayat Alquran sebagai basis dakwah; dan (3) akun beroperasi dalam konteks Muslim Indonesia sebagai konteks sosio-kultural utama penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut, terpilih dua belas akun dai yang representatif dari spektrum dakwah moderat hingga konservatif. Dokumentasi konten dilakukan dengan mengunduh, mengarsipkan, dan mengklasifikasikan unggahan yang relevan menggunakan perangkat lunak manajemen data kualitatif (Bowen, 2009).

Analisis data dilakukan menggunakan model tiga dimensi CDA Norman Fairclough (2013) yang dioperasionalkan secara bertahap sebagai berikut.

Pertama, dimensi deskripsi teks (text description). Pada tahap ini, peneliti mengidentifikasi fitur linguistik dan retorik dalam teks tafsir maupun konten dakwah digital, mencakup pilihan diksi, struktur kalimat, penggunaan metafora, dan konstruksi argumen normatif. Proses coding dilakukan secara terbuka (open coding) untuk menandai unit-unit teks yang merepresentasikan prinsip epistemologis dakwah, seperti penanda hikmah, mauizhah hasanah, dan mujadalah (Saldaña, 2015). Dari open coding ini dikembangkan kategori analisis yang lebih sistematis melalui axial coding, meliputi lima dimensi paradoks: metodologis, substansial, etis, teleologis, dan epistemologis.

Kedua, dimensi interpretasi praktik wacana (discourse practice interpretation). Pada tahap ini, peneliti menganalisis bagaimana teks tafsir diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi dalam konteks dakwah digital. Proses interpretasi difokuskan pada relasi intertekstual antara penafsiran ayat-ayat dakwah dengan narasi yang dikonstruksi oleh dai di media sosial, termasuk bagaimana prinsip normatif tafsir mengalami reduksi atau rekontekstualisasi dalam format konten viral.

Ketiga, dimensi eksplanasi praktik sosial (social practice explanation). Pada tahap ini, temuan dari dua dimensi sebelumnya dijelaskan dalam konteks struktur sosial dan kekuasaan yang lebih luas, khususnya terkait dengan logika algoritma media sosial, ekonomi perhatian (attention economy), dan dinamika otoritas keagamaan di era digital.

Untuk memperkuat validitas analisis, penelitian ini menerapkan triangulasi teoretis dengan mengintegrasikan tiga kerangka teori secara konkret. Teori hermeneutika Gadamer (2004) tentang horizon pemaknaan digunakan pada dimensi pertama untuk menganalisis bagaimana mufassir klasik dan kontemporer membangun cakrawala penafsiran yang berbeda terhadap ayat-ayat dakwah sesuai konteks historisnya masing-masing. Teori mediatisasi agama Hjarvard (2008) diterapkan pada dimensi kedua untuk menjelaskan bagaimana logika media membentuk ulang praktik dan otoritas dakwah Islam di ruang digital. Teori komodifikasi budaya Adorno (2001) dioperasionalkan pada dimensi ketiga untuk mengungkap bagaimana pesan dakwah mengalami komodifikasi dalam industri konten religius yang berorientasi pada metrik popularitas.

Validitas penelitian diperkuat melalui member checking dengan mendiskusikan temuan awal kepada tiga orang pakar tafsir dan dua pakar komunikasi Islam guna memastikan kredibilitas interpretasi (Lincoln & Guba, 1985). Proses pengumpulan dan analisis data dilakukan secara berulang hingga mencapai saturasi data, yakni titik di mana kategori analisis tidak lagi menghasilkan temuan baru yang signifikan.

Penelitian ini membatasi analisis pada tafsir-tafsir representatif dari tradisi Sunni dan konten dakwah berbahasa Indonesia. Meskipun cakupan ini memberikan fokus yang tajam, generalisasi temuan ke tradisi tafsir lain atau konteks dakwah digital di negara Muslim lain perlu dilakukan dengan kehati-hatian (Merriam & Tisdell, 2015).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Konstruksi Wacana Dakwah dalam Tafsir Klasik**

Analisis terhadap tafsir-tafsir klasik menunjukkan bahwa mufassir periode awal Islam membangun wacana dakwah berdasarkan prinsip-prinsip fundamental yang bersumber langsung dari konteks historis kenabian dan ekspansi Islam. Al-Thabari (2001) dalam *Jami' al-Bayan* menafsirkan QS An-Nahl: 125 dengan menekankan hierarki metodologis dakwah yang dimulai dari hikmah (kebijaksanaan dalam menyesuaikan pesan dengan kapasitas intelektual audiens), dilanjutkan dengan mau'izhah hasanah (nasihat yang lembut dan menyentuh hati), dan berakhir pada mujadalah billati hiya ahsan (dialog argumentatif dengan cara terbaik) ketika dua metode pertama tidak efektif.

Al-Zamakhshari (1998) dalam *al-Kashshaf* memberikan dimensi linguistik dan retorik yang lebih mendalam, menganalisis pilihan kata "ud'u" (serulah) sebagai perintah yang mengandung kelembutan dan undangan, bukan paksaan atau intimidasi, serta menekankan bahwa "billati hiya ahsan" mengharuskan dai untuk selalu memilih argumen dan cara yang paling baik bahkan ketika berhadapan dengan penentang yang keras. Ibn Katsir (1999) melengkapi analisis ini dengan merujuk pada hadis-hadis Nabi yang mencontohkan aplikasi praktis dari prinsip-prinsip tersebut, menegaskan bahwa Rasulullah SAW adalah teladan sempurna dalam mempraktikkan dakwah bil hikmah yang disesuaikan dengan kondisi psikologis, sosial, dan intelektual mad'u. Konstruksi wacana tafsir klasik ini mencerminkan epistemologi dakwah yang berpusat pada substansi pesan, integritas dai, dan transformasi spiritual audiens nilai-nilai yang seharusnya menjadi fondasi bagi pendidikan dakwah kontemporer.

### **Rekontekstualisasi Dakwah dalam Tafsir Kontemporer**

Mufassir kontemporer menunjukkan upaya rekontekstualisasi ayat-ayat dakwah untuk merespons tantangan modernitas, meskipun belum secara spesifik mengembangkan framework untuk fenomena media sosial. Quthb (2003) dalam *Fi Zhilal al-Qur'an* menafsirkan dakwah dalam kerangka perjuangan ideologis melawan jahiliyyah modern, menekankan bahwa hikmah bukan berarti kompromi dengan sistem yang bertentangan dengan Islam, melainkan ketegasan dalam prinsip yang disampaikan dengan metode yang bijaksana. Al-Zuhaili (2009) dalam *al-Tafsir al-Munir* memberikan analisis komparatif antara berbagai mazhab fikih dalam memahami ayat dakwah, serta mengintegrasikan perspektif psikologi komunikasi modern dalam menjelaskan efektivitas mau'izhah hasanah.

Shihab (2012) dalam *Tafsir al-Misbah* mengontekstualisasikan dakwah dalam setting Indonesia yang pluralistik, menekankan pentingnya dialog antarumat beragama dan pendekatan kultural yang menghormati kearifan lokal tanpa mengorbankan prinsip-prinsip fundamental Islam. Ibn 'Ashur (1984) dalam *al-Tahrir wa al-Tanwir* mengembangkan konsep maqasid al-shari'ah sebagai kerangka evaluasi efektivitas dakwah, di mana dakwah yang sejati harus berkontribusi pada realisasi tujuan-tujuan syariat seperti pemeliharaan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Namun, tidak satu pun dari tafsir kontemporer ini yang secara eksplisit membahas implikasi teknologi komunikasi digital terhadap metodologi dan etika dakwah, menunjukkan adanya lacuna dalam wacana tafsir yang perlu diisi melalui pengembangan kurikulum pendidikan dakwah yang responsif terhadap era digital.

### **Karakteristik Dakwah di Media Sosial: Temuan Observasi**

Observasi terhadap praktik dakwah di media sosial mengungkapkan karakteristik yang secara fundamental berbeda dari ideal normatif dalam tafsir. Pertama, terdapat kecenderungan kuat terhadap simplifikasi dan fragmentasi pesan, di mana konten-konten kompleks tentang akidah, fikih, atau tasawuf direduksi menjadi video berdurasi 30–60 detik atau infografis yang menyederhanakan isu multidimensional menjadi dikotomi hitam-putih. Kedua, sensasionalisme dan clickbait menjadi strategi dominan untuk menarik perhatian, dengan judul-judul provokatif yang mengeksploitasi rasa ingin tahu dan emosi audiens. Ketiga, personalisasi dan kultus individu dai menggeser fokus dari pesan kepada messenger, di mana karisma personal dan gaya komunikasi menjadi lebih penting daripada kedalaman ilmu atau integritas moral.

Keempat, komodifikasi konten religius melalui monetisasi iklan, endorsement produk, dan merchandise menciptakan konflik kepentingan antara misi spiritual dengan motif ekonomi (Beta, 2019). Kelima, echo chamber effect yang diciptakan algoritma media sosial memperkuat polarisasi dan menghambat dialog konstruktif, di mana audiens hanya terpapar pada konten yang mengonfirmasi keyakinan mereka dan terisolasi dari perspektif alternatif (Bail et al., 2018).

### **Paradoks Epistemologis: Hikmah versus Sensasionalisme**

Analisis komparatif antara konsep hikmah dalam tafsir dengan praktik dakwah media sosial mengungkapkan paradoks epistemologis yang fundamental. Al-Razi (2000) mendefinisikan hikmah sebagai "menempatkan sesuatu pada tempatnya yang tepat" yang mencakup kemampuan menyesuaikan pesan, metode, dan timing dakwah dengan kondisi spesifik audiens. Sebaliknya, dakwah media sosial yang didorong oleh algoritma dan kompetisi untuk mendapatkan attention cenderung mengabaikan prinsip hikmah demi viralitas instan. Tsuria et al. (2021) dalam studi mereka tentang konten dakwah di platform digital menunjukkan bahwa konten yang paling viral adalah yang mengandung unsur fatwa kontroversial, kritik terhadap kelompok lain, atau interpretasi yang bersifat ekstrem, bukan konten yang kaya substansi teologis.

Paradoks ini mencerminkan konflik antara ekonomi politik platform digital yang berbasis attention economy (Wu, 2016) dengan epistemologi dakwah Qurani yang berbasis wisdom economy, di mana kesuksesan dakwah tidak diukur dari jumlah views atau likes, melainkan dari kualitas transformasi spiritual yang dihasilkan. Temuan ini memiliki implikasi langsung bagi urgensi pendidikan epistemologi dakwah, yaitu kebutuhan untuk menanamkan pemahaman kritis tentang perbedaan antara "sukses algoritmik" dan "sukses dakwah" dalam kurikulum pendidikan dai.

### **Reduksi Mau'izhah Hasanah: Dari Transformasi Spiritual ke Konten Viral**

Konsep mau'izhah hasanah dalam tafsir menekankan nasihat yang menyentuh hati melalui kombinasi antara kebenaran substansial, penyampaian yang indah, dan ketulusan niat dai. Al-Qurthubi menjelaskan bahwa "hasanah" dalam konteks ini mencakup lima dimensi: kebenaran substansi (shidq al-maqal), keindahan cara penyampaian (husn al-ada'), ketepatan waktu (mura'at al-waqt), kesesuaian dengan kondisi audiens (mulahazhat ahwal al-mukhathab), dan ketulusan niat untuk kebaikan audiens bukan kepentingan diri sendiri.

Namun, observasi terhadap konten dakwah media sosial menunjukkan bahwa mau'izhah hasanah telah tereduksi menjadi sekadar estetika visual dan teknik storytelling yang menarik tanpa memperhatikan substansi transformatif. Nisa (2018) dalam studinya tentang dai perempuan di Indonesia menunjukkan bahwa mereka seringkali mengemas pesan-pesan Islam dalam framework feminitas hegemonik yang menekankan penampilan fisik, fashion hijab, dan lifestyle aspirasional, sehingga substansi teologis termarginalkan oleh imperativ estetis. Fenomena "dakwah motivasi" yang mencampur adukkan prinsip-prinsip spiritual Islam dengan konsep self-help sekuler mencerminkan sinkretisme yang problematis, di mana pesan Islam disesuaikan dengan selera pasar daripada audiens diarahkan kepada standar Islam. Reduksi ini mengindikasikan kebutuhan mendesak bagi lembaga-lembaga pendidikan Islam untuk memasukkan kajian kritis media digital dan etika komunikasi Islam dalam kurikulum pendidikan dakwah.

### **Distorsi Mujadalah: Echo Chamber dan Polarisasi Digital**

Prinsip mujadalah billati hiya ahsan dalam tafsir mengandung etika dialog yang menekankan pencarian kebenaran kolektif melalui pertukaran argumen yang rasional, hormat, dan terbuka terhadap kemungkinan perubahan pandangan. Al-Zamakhshari (1998) menafsirkan "billati hiya ahsan" sebagai kewajiban untuk memilih argumen yang paling kuat secara substansial dan cara penyampaian yang paling lembut secara emosional, bahkan ketika berhadapan dengan lawan debat yang agresif. Ibn 'Ashur (1984) menambahkan bahwa mujadalah yang sejati harus bertujuan untuk mencapai pemahaman bersama dan kebaikan bersama, bukan untuk mengalahkan lawan atau memamerkan superioritas intelektual.

Namun, struktur komunikasi di media sosial secara sistematis mendistorsi prinsip mujadalah ini. Algoritma platform menciptakan echo chambers di mana pengguna hanya terpapar pada pendapat yang mengonfirmasi keyakinan mereka (Pariser, 2011). Anonymity dan psychological distance dalam komunikasi digital menurunkan inhibisi sosial dan mendorong perilaku agresif (Suler, 2004). Lebih jauh, struktur ekonomi media sosial yang berbasis engagement mendorong konten-konten polarisatif karena kontroversi menghasilkan lebih banyak komentar, shares, dan reaction dibanding konsensus (Tufekci, 2018).

### **Komodifikasi Dakwah: Antara Misi Spiritual dan Monetisasi**

Salah satu paradoks paling fundamental dalam dakwah media sosial adalah komodifikasi pesan religius yang mengubah dakwah dari ibadah menjadi industri. Tafsir-tafsir klasik dan kontemporer secara konsisten menekankan bahwa dakwah harus dilakukan dengan ikhlas karena Allah tanpa mengharapkan imbalan material dari manusia, sebagaimana firman Allah dalam QS Hud: 51. Namun, platform media sosial mengintegrasikan monetisasi sebagai fitur built-in melalui program partnership, iklan, super chat, dan endorsement, sehingga dai digital menghadapi godaan struktural untuk mengomersialkan konten religius.

Beta (2019) dalam penelitiannya tentang ekonomi politik dakwah digital di Indonesia menunjukkan bahwa dai-dai top earner di YouTube dapat menghasilkan pendapatan sangat besar per bulan dari monetisasi konten, menciptakan insentif ekonomi yang kuat untuk memproduksi konten yang algorithmically favorable daripada theologically rigorous. Adorno dan Horkheimer (2002) menjelaskan bagaimana logika kapitalisme mengubah produk-produk kultural—termasuk agama—menjadi komoditas yang harus disesuaikan dengan selera pasar, sehingga substansi autentik terdistorsi oleh imperatif komersial. Fenomena "ustadpreneur" yang menggabungkan peran dai dengan entrepreneur mencerminkan ambiguitas struktural antara misi spiritual dengan profit motive yang semakin mengaburkan batas antara pelayanan keagamaan dan industri hiburan religius.

### **Otoritas Tafsir di Era Disintermediasi Digital**

Media sosial telah mendisrupsi struktur otoritas tradisional dalam interpretasi agama melalui fenomena "disintermediasi digital", di mana barrier to entry untuk menjadi dai hampir tidak ada dan siapapun dapat mengklaim otoritas tafsir tanpa harus melalui jalur pendidikan formal yang panjang (Campbell, 2012). Dalam tradisi Islam, otoritas menafsirkan Alquran secara historis diperoleh melalui proses pembelajaran yang ketat di institusi-institusi seperti majelis ulama, pesantren, atau universitas Islam, serta penguasaan terhadap disiplin penunjang seperti bahasa Arab, ulum al-Qur'an, ushul fiqh, dan hadis. Namun, di media sosial, kredibilitas sering ditentukan oleh metrik digital seperti jumlah followers dan engagement rate daripada kualifikasi akademik atau reputasi di kalangan ulama.

Slama (2017) dalam studinya tentang otoritas religius di Indonesia menunjukkan bahwa dai-dai media sosial seringkali menggunakan strategi "demokratisasi pengetahuan" sebagai legitimasi popularitas mereka. Namun, demokratisasi tanpa disertai standar kualitas dapat menghasilkan populist exegesis yang lebih mengikuti sentimen massa daripada rigor akademik. Fenomena ini menegaskan betapa mendesaknya pengembangan kurikulum literasi tafsir digital dalam lembaga-lembaga pendidikan Islam sebagai bagian integral dari program pendidikan epistemologi dakwah.

### **Fragmentasi Pesan dan Hilangnya Konteks Holistik**

Salah satu problematika epistemologis dakwah media sosial adalah fragmentasi pesan yang inheren dalam format platform digital. Mufassir klasik seperti al-Thabari (2001) dan al-Razi (2000) menekankan pentingnya memahami ayat-ayat Alquran dalam konteks holistiknya, termasuk asbab al-nuzul, munasabah, serta integrasi antara ayat-ayat muhkamat dan mutashabihat. Namun, media sosial dengan format konten yang terfragmentasi video pendek, tweets, Instagram stories mendorong penyajian ayat-ayat atau hadis secara atomistik tanpa konteks yang memadai.

Hoffman (2021) dalam studinya tentang konten Islam di TikTok menunjukkan bahwa format 60 detik mendorong simplifikasi ekstrem di mana isu-isu kompleks seperti jihad, hukum perempuan, atau hubungan antarumat beragama direduksi menjadi soundbites yang catchy namun bermasalah secara teologis. Fenomena cherry-picking verses di mana dai memilih ayat-ayat tertentu yang mendukung argumen mereka sambil mengabaikan ayat-ayat lain yang memberikan nuansa atau limitasi menjadi praktik yang umum dan menghasilkan interpretasi yang tidak representatif terhadap pesan komprehensif Alquran. Fragmentasi ini tidak hanya memengaruhi kualitas pemahaman audiens, tetapi juga membentuk habit of mind yang superfisial, yang bertentangan dengan tradisi intelektual Islam yang menekankan kedalaman dan ketekukan dalam mencari ilmu (Saeed, 2006).

### **Implikasi terhadap Transformasi Spiritual Autentik**

Analisis komprehensif terhadap paradoks-paradoks di atas mengungkap pertanyaan fundamental tentang efektivitas dakwah media sosial dalam menghasilkan transformasi spiritual autentik. Tafsir-tafsir klasik dan kontemporer secara konsisten menekankan bahwa tujuan ultimat dakwah adalah transformasi total individu dan masyarakat menuju ketakwaan (taqwa), ihsan, dan mardhatillah. Hew et al. (2019) dalam studi mereka tentang Muslim muda di Asia Tenggara menunjukkan bahwa meskipun konsumsi konten dakwah digital sangat tinggi, tidak ditemukan korelasi signifikan dengan peningkatan praktik religius seperti shalat, puasa, atau amal sosial. Bahkan, terdapat indikasi fenomena spectator piety di mana individu merasa religius karena menonton ceramah atau berbagi konten dakwah di media sosial, padahal praktik ibadah personal mereka minimal. Diskrepansi antara consumption dan practice ini mempertegas urgensi pendidikan epistemologi dakwah yang mampu menanamkan kesadaran kritis tentang perbedaan antara religiusitas performatif dan religiusitas transformatif.

### **Menuju Framework Hermeneutis untuk Dakwah Digital: Implikasi Edukatif**

Temuan-temuan di atas menunjukkan urgensi pengembangan framework hermeneutis baru yang mampu mengintegrasikan prinsip-prinsip normatif dakwah Qurani dengan realitas teknologi komunikasi digital. Framework ini harus bersifat multi-dimensi, mencakup dimensi epistemologis, etis, metodologis, dan teleologis. Saeed (2006) dan Abou El Fadl (2014) telah mengembangkan pendekatan hermeneutis yang progresif dan kontekstual, menekankan pentingnya membedakan antara prinsip-prinsip universal (maqasid) dan aplikasi spesifik yang time-bound dan culture-bound. Pendekatan ini dapat diadaptasi untuk mengembangkan "digital maqasid" yang mengidentifikasi tujuan-tujuan fundamental dakwah yang harus direalisasikan dalam konteks digital, dengan mengintegrasikan insights dari media studies, communication theory, dan digital sociology (Hjarvard, 2008).

Secara praktis, framework ini menuntut implikasi langsung bagi sistem pendidikan Islam, antara lain: (1) pengembangan kurikulum literasi digital dakwah di pesantren dan perguruan tinggi Islam; (2) pelatihan kompetensi etika komunikasi digital bagi calon dai; (3) pengembangan standar kualitas konten dakwah digital; dan (4) advokasi kepada platform teknologi untuk mengadopsi prinsip desain yang kondusif bagi dialog konstruktif dan transformasi spiritual autentik.

### **Limitasi Penelitian dan Rekomendasi**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui secara transparan. Pertama, analisis teks tafsir dibatasi pada karya-karya representatif dari tradisi Sunni, sehingga perspektif dari tradisi Syi'ah atau aliran

tafsir lainnya belum terakomodasi. Kedua, observasi konten media sosial dibatasi pada akun-akun berbahasa Indonesia selama periode enam bulan, sehingga generalisasi ke konteks dakwah digital di negara Muslim lain perlu dilakukan dengan kehati-hatian. Ketiga, pendekatan analisis wacana kritis yang digunakan bersifat kualitatif-interpretatif dan tidak menyertakan analisis kuantitatif terhadap pola keterlibatan audiens atau dampak terukur dakwah digital, sehingga klaim tentang efektivitas atau dampak dakwah media sosial bersifat inferensial (Merriam & Tisdell, 2015). Keempat, keterbatasan akses terhadap data internal platform terkait algoritma membatasi kedalaman analisis tentang mekanisme struktural yang mendorong sensasionalisme.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, beberapa rekomendasi untuk penelitian lanjutan dapat dirumuskan secara sistematis. Pertama, penelitian berikutnya perlu mengintegrasikan metode campuran (mixed methods) dengan analisis konten kuantitatif untuk mengukur korelasi antara karakteristik konten dakwah digital dengan tingkat transformasi spiritual audiens secara empiris. Kedua, studi komparatif lintas negara Muslim diperlukan untuk memahami variasi kontekstual dalam praktik dakwah digital. Ketiga, penelitian kolaboratif antara pakar tafsir, ahli komunikasi, dan ilmuwan data perlu dikembangkan untuk membangun standar kualitas konten dakwah digital yang berbasis pada epistemologi Qurani. Keempat, evaluasi kurikulum pendidikan epistemologi dakwah di lembaga-lembaga pendidikan Islam perlu dilakukan secara sistematis untuk mengukur efektivitasnya dalam mempersiapkan dai yang melek digital sekaligus kukuh secara teologis.

## SIMPULAN

Penelitian ini mengungkap paradoks epistemologis yang fundamental antara prinsip normatif dakwah Qurani—hikmah, mauizhah hasanah, dan mujadalah billati hiya ahsan dengan praktik dakwah kontemporer di media sosial. Analisis kritis terhadap tafsir klasik dan kontemporer menunjukkan bahwa epistemologi dakwah Qurani berorientasi pada kebijaksanaan kontekstual, transformasi spiritual autentik, dan integritas moral dai, sementara observasi terhadap platform digital mengungkap deviasi sistematis berupa simplifikasi pesan, sensasionalisme, komodifikasi konten religius, dan polarisasi akibat echo chamber effect. Paradoks ini bukan sekadar kegagalan individual para dai, melainkan cerminan konflik struktural antara logika attention economy yang mendasari platform digital dengan wisdom economy yang menjadi ruh epistemologi dakwah Qurani. Kontribusi teoretis penelitian ini terletak pada pengembangan kerangka hermeneutis kritis empat dimensi epistemologis, etis, metodologis, dan teleologis sebagai basis konseptual bagi revitalisasi dakwah di era digital yang belum pernah dirumuskan secara sistematis dalam literatur tafsir maupun kajian komunikasi Islam sebelumnya. Secara praktis, temuan ini menegaskan urgensi mendesak bagi lembaga pendidikan Islam untuk mengintegrasikan pendidikan epistemologi dakwah ke dalam kurikulum pesantren dan perguruan tinggi Islam, mencakup literasi digital kritis, etika komunikasi Islam, dan standar kualitas konten dakwah berbasis maqasid al-shari'ah. Revitalisasi ini meniscayakan kolaborasi interdisipliner antara ulama tafsir, pakar komunikasi, dan teknolog guna menghasilkan dai yang kukuh secara teologis sekaligus cakap secara digital dalam menghadapi tantangan ruang informasi yang terus berkembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abou El Fadl, K. (2014). *Reasoning with God: Reclaiming Shari'ah in the modern age*. Rowman & Littlefield.
- Adorno, T. W. (2001). *The culture industry: Selected essays on mass culture*. Routledge.
- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (2002). *Dialectic of enlightenment: Philosophical fragments*. Stanford University Press.
- al-Razi, F. al-D. (2000). *Mafatih al-Ghayb*. Dar Ihya' al-Turath al-'Arabi.
- al-Thabari, M. ibn J. (2001). *Jami' al-Bayan fi Ta'wil al-Qur'an*. Mu'assasah al-Risalah.
- al-Zamakhshari, M. ibn U. (1998). *Al-Kashshaf 'an Haqa'iq Ghawamid al-Tanzil*. Maktabah al-'Abikan.

- 340 *Kritik Wacana Tafsir Dakwah Kontemporer di Media Sosial: Urgensi Pendidikan Epistemologi Dakwah Digital - Almu'min, Muhammad Hariyadi*  
DOI: <https://doi.org/10.31004/edukatif.v8i2.8953>
- al-Zuhaili, W. (2009). *Al-Tafsir al-Munir*. Dar al-Fikr.
- Bail, C. A., Argyle, L. P., Brown, T. W., Bumpus, J. P., Chen, H., Hunzaker, M. B. F., Lee, J., Mann, M., Merhout, F., & Volfovsky, A. (2018). Exposure to opposing views on social media can increase political polarization. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *115*(37), 9216–9221. <https://doi.org/10.1073/pnas.1804840115>
- Beta, A. R. (2019). Commerce, piety and politics: Indonesian young Muslim women's groups as Islamic influencers. *New Media & Society*, *21*(10), 2140–2159. <https://doi.org/10.1177/1461444819838738>
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, *9*(2), 27–40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Bunt, G. R. (2018). *Hashtag Islam: How cyber-Islamic environments are transforming religious authority*. University of North Carolina Press.
- Campbell, H. A. (2012). *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds*. Routledge.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative research and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Esack, F. (2005). *The Qur'an: A user's guide*. Oneworld Publications.
- Evolvi, G. (2017). Hate in a tweet: Exploring internet-based Islamophobic discourses. *Religions*, *8*(10), Article 204. <https://doi.org/10.3390/rel8100204>
- Fairclough, N. (2013). *Critical discourse analysis: The critical study of language* (2nd ed.). Routledge.
- Gadamer, H.-G. (2004). *Truth and method* (2nd rev. ed.). Continuum.
- Hew, W. W., Kurniawan, M. H., & Arifuddin, I. (2019). Young Muslim piety in the digital age: Dakwah and Islamic education in Southeast Asia. *Religions*, *10*(10), Article 570.
- 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. [https://doi.org/10.1386/nl.6.1.9\\_1](https://doi.org/10.1386/nl.6.1.9_1)
- Hoffman, L. (2021). Islam on TikTok: Piety, commodification, and the negotiation of religious authority among young Muslims. *Journal of Muslims in Europe*, *10*(3), 298–318. <https://doi.org/10.1163/22117954-bja10035>
- Ibn 'Ashur, M. al-T. (1984). *Al-Tahrir wa al-Tanwir*. al-Dar al-Tunisiyyah li al-Nashr.
- Ibn Katsir, I. (1999). *Tafsir al-Qur'an al-'Azhim*. Dar Taybah.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.
- Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2015). *Qualitative research: A guide to design and implementation* (4th ed.). Jossey-Bass.
- 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. <https://doi.org/10.1163/22142312-12340085>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Quthb, S. (2003). *Fi Zhilal al-Qur'an*. Dar al-Shuruq.
- Ribeiro, M. H., Ottoni, R., West, R., Almeida, V. A. F., & Meira, W. (2020). Auditing radicalization pathways on YouTube. *Proceedings of the 2020 Conference on Fairness, Accountability, and Transparency*, 131–141. <https://doi.org/10.1145/3351095.3372879>
- Saeed, A. (2006). *Interpreting the Qur'an: Towards a contemporary approach*. Routledge.
- Saldaña, J. (2015). *The coding manual for qualitative researchers* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Shihab, M. Q. (2012). *Tafsir al-Misbah*. Lentera Hati.

- 341 *Kritik Wacana Tafsir Dakwah Kontemporer di Media Sosial: Urgensi Pendidikan Epistemologi Dakwah Digital* - Almu'min, Muhammad Hariyadi  
DOI: <https://doi.org/10.31004/edukatif.v8i2.8953>
- Slama, M. (2017). A subtle economy of time: Social media and the transformation of Indonesia's Islamic preacher economy. *Economic Anthropology*, 4(1), 92–105. <https://doi.org/10.1002/sea2.12075>
- Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *CyberPsychology & Behavior*, 7(3), 321–326. <https://doi.org/10.1089/1094931041291295>
- Tsuria, R., Yadlin-Segal, A., Golan, O., & Campbell, H. A. (2021). Digital religion and online community: Approaches, methodologies, and implications for research. *New Media & Society*, 23(11), 3349–3366. <https://doi.org/10.1177/14614448211024910>
- Tufekci, Z. (2018). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.
- Wu, T. (2016). *The attention merchants: The epic scramble to get inside our heads*. Knopf.