

Otoritas Keilmuan Islam di Era TikTok: Studi Perbandingan Kepercayaan Generasi Z terhadap Dai Media Sosial dan Ulama Pesantren

Nurmila Nurmila

Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh, Indonesia
email: 241003010@student.ar-raniry.ac.id

Maulana Rizki Aulianda

Universitas Al-Ahgaf, Tarim, Hadramaut, Yaman.

Article history: Received: 15 Februari 2026; Revised: 26 April 2026;
Accepted: 05 Juni 2026; Published: 30 Agustus 2026;

Abstract

The rapid expansion of social media has significantly transformed the formation of Islamic scholarly authority among young Muslims. This study aims to examine the comparative level of trust among Generation Z toward social media preachers and traditional pesantren scholars, as well as to identify factors shaping religious authority legitimacy within the digital ecosystem. The research employs a qualitative field approach using social phenomenology and a comparative social trust framework. Participants consisted of Muslim Generation Z students, including university students, pesantren learners, and senior high school students who actively use social media as a source of religious learning. Data were collected through in-depth interviews, trust perception questionnaires, documentation of digital preaching content, and observation of religious media consumption behavior. The data were analyzed through reduction, thematic categorization of trust perceptions, and comparative legitimacy analysis, supported by source and technique triangulation to ensure validity. The findings reveal that social media functions as the primary entry point for religious learning due to rapid accessibility, simplified communication style, strong visual presentation, and emotional relatability. Nevertheless, pesantren scholars remain the ultimate authoritative reference in complex

Nurmila Nurmila, et., al.

jurisprudential matters because of their scholarly lineage, depth of knowledge, and moral credibility. Generation Z therefore develops a hybrid reference pattern, utilizing digital preaching for practical guidance while relying on traditional scholars for normative validation. The study concludes that the transformation of Islamic authority in the digital era represents not a replacement but a restructuring of roles between communicative and scholarly authority. It recommends integrating digital preaching strategies with pesantren-based Islamic education to sustain adaptive and credible religious knowledge transmission.

Keywords

religious authority, digital preaching, Generation Z, pesantren

Abstrak

Perkembangan media sosial telah mengubah pola pembentukan otoritas keilmuan Islam di kalangan generasi muda Muslim. Penelitian ini bertujuan menganalisis perbandingan tingkat kepercayaan Generasi Z terhadap dai media sosial dan ulama pesantren serta mengidentifikasi faktor yang memengaruhi legitimasi otoritas keagamaan dalam ekosistem digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif lapangan dengan desain fenomenologi sosial dan comparative social trust study. Subjek penelitian adalah Generasi Z Muslim yang terdiri dari mahasiswa, santri, dan siswa yang aktif menggunakan media sosial sebagai sumber pembelajaran agama. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, kuesioner persepsi kepercayaan, dokumentasi konten dakwah digital, serta observasi perilaku konsumsi informasi keagamaan. Data dianalisis melalui reduksi, kategorisasi tema kepercayaan, dan komparasi legitimasi otoritas dengan triangulasi sumber dan teknik untuk menjamin validitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai rujukan awal pembelajaran agama karena akses cepat, komunikasi sederhana, visual menarik, dan kedekatan emosional dengan audiens. Namun demikian, ulama pesantren tetap dipandang sebagai otoritas final dalam persoalan fikih kompleks karena legitimasi sanad, kedalaman ilmu, dan reputasi moral. Generasi Z cenderung membangun pola rujukan hibrid, yaitu menggunakan dakwah digital untuk pengetahuan praktis dan ulama tradisional untuk validasi normatif. Temuan ini

menegaskan bahwa transformasi otoritas keilmuan Islam di era digital bukanlah penggantian, melainkan restrukturisasi peran antara otoritas komunikatif dan otoritas ilmiah. Penelitian ini merekomendasikan integrasi strategi dakwah digital dengan sistem pendidikan pesantren guna memperkuat transmisi keilmuan Islam yang adaptif terhadap perkembangan media.

Kata Kunci

otoritas keagamaan, dakwah digital, Generasi Z, pesantren

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah mengubah secara signifikan cara masyarakat memperoleh pengetahuan keagamaan. Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi interpersonal, tetapi juga telah berkembang menjadi ruang produksi, distribusi, sekaligus legitimasi pengetahuan agama. Transformasi ini menandai pergeseran dari pola pembelajaran Islam yang sebelumnya berbasis institusi formal seperti pesantren, majelis taklim, dan lembaga pendidikan tinggi ke arah model pembelajaran yang lebih terbuka, cepat, dan berbasis algoritma digital. Dalam konteks ini, media sosial menjadi arena baru otoritas keagamaan, di mana otoritas tidak hanya ditentukan oleh sanad keilmuan, tetapi juga oleh visibilitas digital, popularitas, serta kemampuan komunikasi publik (Campbell, 2020)

Fenomena tersebut semakin menguat dengan munculnya platform berbasis video pendek seperti TikTok yang memungkinkan penyebaran pesan keagamaan secara sangat cepat dan luas. Format video singkat, sistem rekomendasi algoritmik, serta kemudahan produksi konten menjadikan platform ini efektif sebagai media dakwah digital. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa konten keagamaan dalam format video pendek memiliki tingkat engagement tinggi, terutama di kalangan pengguna muda, karena dianggap lebih mudah dipahami, visual, dan sesuai dengan budaya konsumsi informasi generasi digital (Kaye, 2022). Dakwah melalui video pendek juga mampu membangun kedekatan emosional antara penceramah dan audiens, sehingga mempercepat pembentukan trust berbasis kedekatan psikologis, bukan semata otoritas akademik formal.

Nurmila Nurmila, et., al.

Dalam ruang digital tersebut kemudian muncul fenomena dai media sosial, yakni individu yang memperoleh pengaruh keagamaan melalui popularitas platform digital. Dai jenis ini seringkali memiliki latar belakang beragam, mulai dari lulusan pesantren, akademisi, selebritas religius, hingga kreator konten yang belajar agama secara nonformal. Keberhasilan mereka tidak hanya ditentukan oleh kedalaman ilmu, tetapi juga kemampuan storytelling, personal branding, konsistensi produksi konten, serta kedekatan dengan gaya hidup audiens muda. Studi terbaru menunjukkan bahwa generasi muda cenderung mempercayai figur agama yang komunikatif, relatable, serta aktif berinteraksi secara digital dibanding figur otoritatif yang sulit diakses secara langsung (Bunt, 2023).

Di sisi lain, dalam tradisi keilmuan Islam di Indonesia, pesantren selama berabad-abad menempati posisi sentral sebagai penjaga otoritas keilmuan. Ulama pesantren memperoleh legitimasi melalui jalur pendidikan panjang, penguasaan kitab turats, sanad keilmuan yang jelas, serta pengakuan komunitas ulama. Model otoritas ini bersifat hierarkis, berbasis kompetensi tekstual, serta dibangun melalui proses pembelajaran bertahap yang ketat. Dalam sistem tersebut, kepercayaan masyarakat terhadap ulama tidak dibangun melalui popularitas, melainkan melalui reputasi keilmuan, integritas moral, serta keberlanjutan tradisi intelektual (Azra, 2019)

Namun demikian, perubahan lanskap media telah memengaruhi pola pencarian rujukan agama, terutama pada Generasi Z yang lahir dalam ekosistem digital. Generasi ini dikenal memiliki karakteristik digital-native, cepat mengakses informasi, cenderung visual, serta lebih mengandalkan pencarian daring dibanding otoritas institusional tradisional. Dalam konteks religiusitas, Generasi Z tidak selalu menolak otoritas ulama pesantren, tetapi mereka seringkali melakukan verifikasi melalui internet, mengikuti ceramah daring, serta menjadikan media sosial sebagai sumber awal pembelajaran agama sebelum merujuk pada sumber formal (Turner, 2022)

Kondisi tersebut membuka kemungkinan terjadinya pergeseran legitimasi keilmuan Islam dari model tradisional berbasis sanad menuju model baru berbasis visibilitas digital. Otoritas agama di ruang publik digital dapat terbentuk melalui jumlah pengikut, tingkat interaksi, serta viralitas konten. Dalam perspektif sosiologi agama,

fenomena ini disebut sebagai *mediatization of religion*, yaitu proses ketika media tidak hanya menjadi alat penyampai agama, tetapi turut membentuk struktur otoritas dan cara masyarakat memahami agama itu sendiri (Hjarvard, 2020). Pergeseran ini berpotensi melahirkan kompetisi simbolik antara ulama tradisional dan influencer agama dalam memperebutkan kepercayaan publik, khususnya generasi muda.

Oleh karena itu, penelitian mengenai tingkat kepercayaan keagamaan generasi muda terhadap sumber otoritas Islam menjadi sangat penting. Kepercayaan merupakan unsur fundamental dalam transmisi pengetahuan agama, karena tanpa *trust*, otoritas keilmuan tidak memiliki pengaruh normatif dalam membentuk praktik religius masyarakat. Studi empiris mengenai bagaimana Generasi Z menilai kredibilitas dai media sosial dibanding ulama pesantren masih relatif terbatas, khususnya dalam konteks Indonesia yang memiliki tradisi pesantren kuat sekaligus penetrasi media sosial sangat tinggi. Kekosongan kajian ini menunjukkan perlunya penelitian komparatif yang mampu menjelaskan dinamika perubahan otoritas keagamaan dalam masyarakat Muslim kontemporer.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah: bagaimana tingkat kepercayaan Generasi Z terhadap dai media sosial dibandingkan ulama pesantren, faktor apa saja yang memengaruhi pembentukan kepercayaan tersebut, serta bagaimana implikasinya terhadap konstruksi otoritas keilmuan Islam di era media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komparatif tingkat kepercayaan Generasi Z terhadap dua sumber otoritas keagamaan, mengidentifikasi faktor sosial-kultural dan digital yang memengaruhi preferensi tersebut, serta menjelaskan implikasi perubahan tersebut terhadap struktur otoritas Islam kontemporer.

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian sosiologi agama digital, khususnya mengenai transformasi otoritas keagamaan dalam masyarakat Muslim. Secara sosial, penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami pola religiusitas generasi muda sehingga dapat menjadi dasar perumusan strategi dakwah yang lebih adaptif terhadap perkembangan media. Sementara itu, dalam konteks pendidikan Islam, hasil penelitian ini

Nurmila Nurmila, et., al.

dapat menjadi rujukan bagi pesantren dan lembaga pendidikan Islam untuk merancang model transmisi keilmuan yang mampu menjembatani tradisi sanad klasik dengan ekosistem komunikasi digital modern.

Metode

Penelitian ini menggunakan desain kualitatif lapangan dengan orientasi pada studi fenomenologi sosial untuk memahami pengalaman subjektif Generasi Z Muslim dalam membangun kepercayaan terhadap otoritas keagamaan. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menangkap secara mendalam makna persepsi keagamaan, pola penerimaan dakwah digital, serta pertimbangan rasional maupun emosional dalam memilih rujukan agama. Penelitian juga mengintegrasikan kerangka comparative social trust study guna membandingkan tingkat kepercayaan responden terhadap dua sumber otoritas, yaitu dai media sosial dan ulama pesantren. Subjek penelitian adalah Generasi Z Muslim yang mencakup mahasiswa, santri, dan siswa sekolah menengah akhir yang aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi keagamaan. Pemilihan informan dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan intensitas penggunaan media sosial, keterlibatan dalam kegiatan keagamaan, serta variasi latar pendidikan agar diperoleh data yang representatif terhadap spektrum pengalaman religius generasi muda.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam untuk menggali konstruksi pemahaman dan pengalaman religius responden, kuesioner persepsi kepercayaan untuk memetakan kecenderungan tingkat trust terhadap figur otoritas agama, dokumentasi terhadap konten dakwah media sosial yang sering diakses responden, serta observasi terhadap perilaku konsumsi dakwah digital dalam praktik keseharian. Analisis data dilakukan secara bertahap melalui proses reduksi data, kategorisasi tema-tema persepsi kepercayaan, serta komparasi tingkat legitimasi keagamaan antara sumber otoritas yang diteliti. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dengan membandingkan informasi antarresponden dan triangulasi teknik dengan menguji konsistensi temuan dari wawancara, kuesioner,

dokumentasi, dan observasi sehingga hasil penelitian memiliki validitas empiris dan ketepatan interpretatif yang kuat.

Hasil

Temuan lapangan menunjukkan bahwa mayoritas responden Generasi Z memiliki intensitas tinggi dalam menggunakan media sosial sebagai sumber awal pembelajaran agama. Akses dilakukan hampir setiap hari, terutama melalui video pendek dakwah, potongan ceramah, serta konten tanya-jawab fikih praktis. Responden umumnya mengikuti beberapa dai media sosial yang dianggap komunikatif, ringkas dalam penyampaian, serta mampu mengaitkan ajaran agama dengan persoalan kehidupan sehari-hari mahasiswa dan remaja. Dalam praktiknya, media sosial berfungsi sebagai rujukan cepat untuk persoalan ibadah harian, motivasi religius, serta klarifikasi isu keagamaan populer. Sementara itu, konsultasi langsung kepada ulama pesantren masih dilakukan, tetapi dengan frekuensi lebih rendah dan biasanya terjadi dalam konteks tertentu seperti penentuan hukum yang dianggap kompleks, masalah keluarga, atau keputusan keagamaan yang berdampak jangka panjang.

Penelitian juga menemukan bahwa kepercayaan Generasi Z terhadap dai media sosial terutama dipengaruhi oleh faktor kemudahan akses, gaya komunikasi yang sederhana, konsistensi produksi konten, serta persepsi kedekatan psikologis dengan audiens. Sebaliknya, kepercayaan terhadap ulama pesantren dibangun melalui reputasi keilmuan, kedalaman pemahaman kitab, serta legitimasi pendidikan tradisional yang dianggap lebih otoritatif dalam persoalan hukum agama yang serius. Dalam situasi praktis dan kebutuhan informasi cepat, responden cenderung memilih media sosial, sedangkan untuk masalah prinsipil mereka lebih memilih ulama secara langsung. Dampaknya, praktik keagamaan responden menunjukkan pola hibrid, yakni mengombinasikan rujukan digital untuk pengetahuan awal dan otoritas ulama tradisional untuk validasi akhir. Pola kombinasi ini menunjukkan bahwa media sosial tidak sepenuhnya menggantikan otoritas ulama, tetapi berfungsi sebagai pintu masuk utama dalam proses pencarian pengetahuan agama di kalangan Generasi Z.

Pembahasan

Pergeseran Otoritas Keilmuan Islam dalam Ekosistem Media Sosial

Perkembangan media sosial telah memicu transformasi mendasar dalam struktur otoritas keilmuan Islam, terutama dalam cara legitimasi keagamaan diproduksi, disebarkan, dan diterima oleh masyarakat Muslim kontemporer. Jika dalam tradisi klasik otoritas agama bertumpu pada sanad keilmuan, penguasaan teks, serta pengakuan institusional, maka dalam ekosistem digital legitimasi tersebut semakin dipengaruhi oleh visibilitas publik, kemampuan komunikasi, dan sirkulasi konten dalam jaringan daring. Media sosial bukan sekadar alat penyampai pesan agama, tetapi telah berfungsi sebagai ruang sosial baru tempat otoritas dinegosiasikan secara terbuka melalui interaksi audiens, algoritma distribusi, serta budaya partisipatif pengguna. Dalam perspektif antropologi media, kondisi ini menunjukkan bahwa digitalisasi agama menciptakan bentuk *mediated authority*, yakni otoritas yang tidak hanya berasal dari kompetensi keilmuan, tetapi juga dari keberhasilan membangun kehadiran simbolik dalam ruang digital (Eisenlohr 2020).

Dalam konteks Islam kontemporer, perubahan ini tampak pada munculnya figur dai digital yang memperoleh legitimasi melalui jumlah pengikut, tingkat keterlibatan audiens, serta kemampuan menyederhanakan wacana agama menjadi pesan singkat yang mudah dipahami. Legitimasi tersebut bersifat performatif, artinya terus diperbarui melalui produksi konten yang konsisten dan respons publik yang tinggi. Otoritas tidak lagi sepenuhnya diwariskan melalui institusi pendidikan agama, melainkan dapat terbentuk melalui proses kurasi sosial oleh pengguna media. Studi komunikasi agama menunjukkan bahwa dalam lingkungan digital, audiens berperan aktif dalam menentukan siapa yang dianggap kredibel melalui praktik berbagi, memberi komentar, serta merekomendasikan konten ke jaringan sosial mereka. Dengan demikian, otoritas agama menjadi lebih cair dan terdistribusi dibanding model hierarkis tradisional (Hoover 2021).

Namun demikian, pergeseran ini tidak berarti hilangnya otoritas ulama tradisional, melainkan menunjukkan terjadinya pluralisasi sumber legitimasi. Dalam banyak kasus, ulama yang memiliki latar pesantren tetap dipandang sebagai pemegang otoritas normatif

tertinggi, terutama dalam persoalan fikih kompleks, fatwa, dan penafsiran teks klasik. Akan tetapi, akses terhadap ulama seringkali terbatas secara geografis maupun sosial, sementara media sosial menyediakan ruang konsultasi cepat dan anonim. Kondisi ini menciptakan sistem otoritas berlapis, di mana media sosial berfungsi sebagai sumber otoritas praktis sehari-hari, sedangkan ulama tradisional tetap menjadi sumber otoritas final untuk validasi hukum agama. Fenomena ini menunjukkan adanya rekonstruksi relasi antara otoritas tekstual, otoritas karismatik, dan otoritas digital dalam praktik keberagamaan Muslim modern (Possamai 2021).

Lebih jauh, bagi Generasi Z yang tumbuh dalam budaya konektivitas permanen, kredibilitas keagamaan tidak hanya dinilai dari kedalaman ilmu, tetapi juga dari autentisitas personal, konsistensi moral yang terlihat di ruang publik digital, serta kemampuan menjawab isu aktual secara cepat. Pola ini menandakan pergeseran epistemologis dari model otoritas berbasis transmisi ilmu menuju model berbasis pengalaman komunikasi publik. Otoritas agama dalam ekosistem media sosial dengan demikian bersifat dialogis, terbuka terhadap evaluasi publik, serta rentan terhadap perubahan reputasi secara cepat. Oleh karena itu, transformasi otoritas keilmuan Islam di era media sosial sebaiknya dipahami bukan sebagai krisis otoritas, melainkan sebagai restrukturisasi mekanisme legitimasi yang menyesuaikan diri dengan logika komunikasi digital dan budaya partisipatif masyarakat jaringan.

Karakteristik Dakwah Digital dan Daya Tariknya bagi Generasi Z

Dakwah digital dalam beberapa tahun terakhir berkembang mengikuti logika komunikasi media baru yang menekankan kecepatan, visualitas, dan kedekatan emosional dengan audiens. Dalam ekosistem media sosial seperti TikTok, pesan keagamaan tidak lagi disampaikan melalui format ceramah panjang yang argumentatif, tetapi melalui video singkat, narasi langsung ke inti pesan, serta penggunaan ilustrasi visual yang kuat. Format komunikasi semacam ini selaras dengan pola konsumsi informasi Generasi Z yang terbiasa menerima konten dalam durasi pendek, bersifat multitasking, dan mengutamakan kejelasan pesan sejak beberapa detik pertama tayangan. Penelitian tentang budaya video pendek menunjukkan bahwa efektivitas pesan di media digital sangat dipengaruhi oleh

kemampuan kreator mengemas informasi secara padat, sederhana, dan mudah diingat, sehingga audiens dapat langsung memahami inti ajaran tanpa harus mengikuti penjelasan panjang (Abidin 2021).

Salah satu karakter utama dakwah digital yang menarik bagi Generasi Z adalah gaya komunikasi yang dialogis dan personal. Di media sosial cenderung menggunakan bahasa sehari-hari, contoh kasus aktual, serta pendekatan storytelling yang menghubungkan ajaran agama dengan pengalaman hidup audiens. Pendekatan ini menciptakan kesan kedekatan interpersonal meskipun interaksi terjadi secara virtual. Dalam teori komunikasi digital, model ini disebut sebagai *perceived intimacy*, yakni perasaan kedekatan psikologis yang muncul karena gaya komunikasi informal dan interaktif. Kedekatan semacam ini memperkuat penerimaan pesan agama karena audiens merasa pesan tersebut relevan dengan realitas sosial mereka, bukan sekadar norma abstrak yang jauh dari pengalaman hidup (Liebers and Schramm 2019; Sundar 2020).

Selain aspek verbal, dimensi visual juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan dakwah digital. Penggunaan teks singkat di layar, ilustrasi animasi, potongan ayat yang disorot secara grafis, serta ekspresi wajah penceramah yang ekspresif berperan dalam mempertahankan perhatian audiens. Generasi Z dikenal memiliki preferensi tinggi terhadap pembelajaran berbasis visual karena dianggap lebih cepat diproses dibanding teks panjang. Dalam konteks ini, visualisasi bukan hanya pelengkap pesan, tetapi menjadi bagian integral dari strategi penyampaian makna keagamaan. Studi terbaru mengenai komunikasi visual digital menunjukkan bahwa kombinasi antara simbol religius, warna kontras, dan struktur visual yang jelas dapat meningkatkan retensi pesan sekaligus memperkuat persepsi kredibilitas komunikator di ruang daring (Djafarova and Bowes 2021).

Faktor lain yang memperkuat daya tarik dakwah digital adalah intensitas muatan emosional dalam penyampaian pesan. Konten dakwah yang mengandung kisah inspiratif, pengalaman hijrah personal, atau refleksi moral yang menyentuh seringkali memperoleh respons tinggi dari audiens muda. Pesan emosional bekerja sebagai pemicu keterlibatan karena membantu audiens mengaitkan ajaran agama dengan pengalaman batin mereka sendiri. Dalam psikologi komunikasi agama, keterlibatan emosional terbukti memperkuat

internalisasi nilai karena pesan tidak hanya dipahami secara kognitif tetapi juga dirasakan secara afektif. Oleh karena itu, dakwah digital yang menggabungkan narasi personal, ekspresi empatik, serta ajakan reflektif memiliki peluang lebih besar membentuk loyalitas audiens dibanding ceramah normatif yang hanya berfokus pada argumentasi hukum (Baker and Rojek 2020).

Dengan demikian, daya tarik dakwah digital bagi Generasi Z tidak dapat dilepaskan dari kombinasi empat unsur utama: komunikasi sederhana, visual kuat, durasi singkat, dan keterlibatan emosional. Keempat unsur ini membentuk ekosistem komunikasi religius yang lebih responsif terhadap budaya digital generasi muda. Transformasi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah di era media sosial tidak hanya ditentukan oleh kedalaman materi, tetapi juga oleh kemampuan adaptasi terhadap karakter psikologis dan kebiasaan media audiens. Dalam konteks penelitian ini, karakteristik dakwah digital tersebut menjadi salah satu faktor kunci yang menjelaskan mengapa sebagian Generasi Z lebih cepat membangun kedekatan dan kepercayaan terhadap dai media sosial dibanding figur otoritas keagamaan yang menggunakan model komunikasi tradisional.

Posisi Ulama Pesantren sebagai Otoritas Tradisional dalam Perspektif Generasi Muda

Dalam tradisi keilmuan Islam di Indonesia, ulama pesantren sejak lama menempati posisi sentral sebagai penjaga otoritas keagamaan yang sah. Legitimasi tersebut dibangun melalui sistem sanad keilmuan, yakni rantai transmisi ilmu dari guru ke murid yang memastikan kesinambungan pemahaman terhadap Al-Qur'an, hadis, fikih, dan disiplin keislaman klasik. Dalam perspektif responden Generasi Z pada penelitian ini, keberadaan sanad tetap dipandang sebagai indikator utama kredibilitas ilmiah karena menunjukkan bahwa seorang ulama tidak belajar secara instan, melainkan melalui proses panjang, disiplin metodologis, serta pengujian intelektual yang ketat. Otoritas berbasis sanad ini menciptakan bentuk kepercayaan struktural, yaitu kepercayaan yang muncul bukan semata dari popularitas personal, tetapi dari pengakuan komunitas ilmiah dan kesinambungan tradisi pendidikan Islam (Bruinessen 2015; Burhani 2020).

Selain sanad, kedalaman penguasaan ilmu menjadi faktor penting yang membuat ulama pesantren tetap dihormati oleh generasi muda, khususnya dalam persoalan hukum agama yang kompleks. Temuan lapangan menunjukkan bahwa meskipun responden sering memperoleh pengetahuan awal dari media sosial, mereka tetap menganggap ulama pesantren sebagai rujukan paling otoritatif ketika menghadapi persoalan fikih rinci, perbedaan mazhab, atau isu kontemporer yang membutuhkan penafsiran mendalam. Hal ini menunjukkan adanya diferensiasi fungsi otoritas: dai digital dipandang efektif dalam edukasi praktis dan motivasional, sedangkan ulama pesantren diposisikan sebagai otoritas epistemik yang memiliki kapasitas metodologis dalam istinbat hukum. Dalam kajian sosiologi otoritas agama, kondisi ini menggambarkan bertahannya model *scholarly authority*, yakni otoritas yang berakar pada kompetensi tekstual dan penguasaan tradisi ilmiah, meskipun berada dalam tekanan budaya komunikasi digital (Kersten 2019).

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa faktor aksesibilitas menjadi titik krusial dalam relasi Generasi Z dengan ulama pesantren. Banyak responden menyatakan bahwa mereka mempercayai ulama pesantren secara intelektual, tetapi tidak selalu memiliki akses langsung untuk berkonsultasi. Hambatan geografis, formalitas sosial, keterbatasan waktu, serta persepsi bahwa konsultasi kepada kiai harus melalui prosedur tertentu membuat sebagian generasi muda merasa media sosial lebih praktis untuk kebutuhan keagamaan sehari-hari. Dalam konteks ini, bukan kredibilitas ulama yang menurun, melainkan frekuensi interaksi yang terbatas. Studi tentang otoritas religius di Asia Tenggara menunjukkan bahwa ketika jarak sosial antara otoritas dan umat meningkat, masyarakat cenderung mencari mediator alternatif yang lebih mudah diakses, tanpa harus kehilangan penghormatan terhadap otoritas tradisional tersebut (Howell 2018).

Menariknya, dalam perspektif Generasi Z, ulama pesantren tetap memiliki legitimasi moral yang sangat kuat. Banyak responden mengaitkan figur kiai dengan integritas hidup, kesederhanaan, konsistensi ibadah, serta keteladanan sosial di masyarakat. Dimensi moral ini membentuk apa yang dapat disebut sebagai “otoritas etis”, yaitu kepercayaan yang lahir dari persepsi kesalehan personal dan

praktik kehidupan nyata, bukan hanya kemampuan retorika publik. Dengan demikian, posisi ulama pesantren dalam pandangan generasi muda sebenarnya tidak tergantikan, tetapi mengalami reposisi fungsi dalam ekosistem otoritas yang semakin plural. Media digital mungkin mempercepat akses pengetahuan agama, tetapi dalam keputusan religius yang dianggap prinsipil, ulama pesantren masih dipandang sebagai sumber legitimasi final. Temuan ini menunjukkan bahwa transformasi otoritas Islam di era digital lebih tepat dipahami sebagai pembagian peran antara otoritas tradisional dan otoritas komunikatif, bukan sebagai pergeseran total dari satu bentuk otoritas ke bentuk lainnya.

Implikasi Sosial dan Pendidikan Islam dari Dualisme Sumber Otoritas Keagamaan

Munculnya dualisme sumber otoritas keagamaan antara dai media sosial dan ulama pesantren membawa implikasi sosial yang signifikan terhadap pola pembelajaran agama di kalangan generasi muda Muslim. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa akses cepat terhadap konten dakwah digital telah mengubah tahap awal proses belajar agama dari sebelumnya berbasis tatap muka menjadi berbasis pencarian mandiri di ruang daring. Generasi Z cenderung menjadikan media digital sebagai sumber eksplorasi pertama untuk memahami konsep ibadah, akhlak, maupun isu keagamaan aktual, sementara otoritas ulama tradisional digunakan sebagai rujukan konfirmasi ketika diperlukan kepastian hukum atau klarifikasi yang lebih mendalam. Dalam perspektif pendidikan agama, perubahan ini menandakan bergesernya model transmisi ilmu dari pola linear (guru-murid) menuju pola berlapis yang melibatkan interaksi simultan antara media, komunitas daring, dan institusi pendidikan formal (Selwyn 2016).

Secara sosial, dualisme otoritas ini juga memengaruhi cara generasi muda membangun identitas keagamaan mereka. Paparan terhadap berbagai pandangan keislaman melalui media digital membuka ruang interpretasi yang lebih luas dibanding model pembelajaran tradisional yang biasanya mengikuti satu mazhab atau otoritas lokal tertentu. Kondisi ini dapat memperkuat literasi keagamaan karena individu memiliki kesempatan membandingkan berbagai perspektif sebelum mengambil posisi religius. Namun, di sisi

Nurmila Nurmila, et., al.

lain, keberlimpahan sumber juga berpotensi menimbulkan fragmentasi otoritas apabila tidak diimbangi dengan kemampuan evaluasi kritis terhadap kredibilitas sumber. Kajian tentang agama dalam masyarakat jaringan menunjukkan bahwa pluralitas otoritas digital dapat meningkatkan partisipasi religius, tetapi sekaligus memperbesar risiko munculnya pemahaman parsial atau simplifikasi ajaran ketika pesan agama dikonsumsi secara terpotong tanpa bimbingan metodologis yang memadai (Tsuria, 2021).

Dalam konteks pendidikan Islam, situasi ini menuntut lembaga pesantren dan institusi pendidikan keagamaan untuk melakukan adaptasi pedagogis. Otoritas ulama tidak lagi cukup ditopang oleh kedalaman keilmuan semata, tetapi juga memerlukan strategi komunikasi publik yang mampu menjangkau generasi digital. Beberapa responden dalam penelitian ini menyatakan bahwa mereka akan lebih sering merujuk kepada ulama pesantren apabila materi kajian tersedia secara daring, mudah diakses, serta disajikan dalam format yang sesuai dengan kebiasaan konsumsi media mereka. Hal ini menunjukkan bahwa masa depan otoritas ulama tidak ditentukan oleh kompetisi langsung dengan dai digital, melainkan oleh kemampuan integrasi antara tradisi keilmuan klasik dan teknologi komunikasi modern. Studi tentang transformasi pendidikan Islam kontemporer menegaskan bahwa digitalisasi pembelajaran tidak harus melemahkan otoritas ulama, tetapi justru dapat memperluas jangkauan pengaruh mereka apabila digunakan sebagai sarana transmisi ilmu yang terstruktur dan berkelanjutan (Eickelman, 2003)

Lebih jauh, dualisme sumber otoritas juga berimplikasi pada perubahan peran guru agama di sekolah dan kampus. Guru tidak lagi berfungsi sebagai satu-satunya penyedia informasi, tetapi semakin berperan sebagai kurator pengetahuan yang membantu siswa memilah sumber yang valid serta memahami konteks metodologis suatu pendapat keagamaan. Dalam model ini, pendidikan Islam bertransformasi dari sekadar transfer materi menjadi penguatan kapasitas literasi religius digital. Dengan demikian, masa depan otoritas ulama dan lembaga pendidikan Islam sangat bergantung pada keberhasilan membangun model pembelajaran integratif: mempertahankan kedalaman tradisi sanad sekaligus mengembangkan kemampuan komunikasi digital yang mampu

menjembatani kebutuhan generasi muda. Dualisme otoritas yang muncul dalam masyarakat Muslim kontemporer karenanya tidak harus dipahami sebagai konflik, tetapi sebagai peluang untuk merekonstruksi ekosistem pembelajaran agama yang lebih inklusif, adaptif, dan berorientasi pada keberlanjutan otoritas keilmuan Islam.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa otoritas keilmuan Islam di kalangan Generasi Z tidak lagi bersifat tunggal, melainkan terbentuk melalui interaksi antara sumber digital dan otoritas tradisional pesantren. Rumusan masalah mengenai tingkat kepercayaan generasi muda terhadap dai media sosial dan ulama pesantren terjawab melalui temuan bahwa media sosial umumnya menjadi rujukan awal karena kemudahan akses, kecepatan informasi, serta gaya komunikasi yang sesuai dengan budaya digital generasi muda. Sebaliknya, ulama pesantren tetap menempati posisi sebagai otoritas normatif tertinggi, terutama dalam persoalan hukum agama yang kompleks dan membutuhkan legitimasi sanad serta kedalaman metodologis. Dengan demikian, tingkat kepercayaan Generasi Z bersifat diferensial: lebih tinggi terhadap dai digital dalam konteks kebutuhan praktis sehari-hari, tetapi lebih kuat terhadap ulama pesantren dalam konteks keputusan religius yang prinsipil. Faktor utama yang menentukan legitimasi otoritas agama dalam perspektif generasi muda meliputi aksesibilitas komunikasi, kredibilitas keilmuan, konsistensi moral, serta kemampuan menjelaskan ajaran agama secara relevan dengan realitas sosial kontemporer.

Temuan ini menegaskan bahwa perkembangan dakwah digital tidak serta-merta menggantikan otoritas pesantren, melainkan menciptakan pola otoritas hibrid yang menuntut integrasi antara kekuatan tradisi keilmuan klasik dan strategi komunikasi digital modern. Oleh karena itu, pendidikan Islam perlu mengembangkan model pembelajaran yang tidak hanya mempertahankan sistem sanad dan penguasaan turats, tetapi juga memperkuat literasi digital, produksi konten dakwah yang adaptif, serta keterampilan komunikasi publik bagi ulama dan pendidik agama. Dalam konteks pengembangan dakwah, lembaga pesantren dan institusi pendidikan Islam disarankan untuk memperluas kehadiran di ruang digital secara

Nurmila Nurmila, et., al.

terstruktur agar otoritas keilmuan yang telah mapan dapat tetap menjadi rujukan utama bagi generasi muda. Integrasi tersebut diharapkan mampu menjaga kesinambungan tradisi intelektual Islam sekaligus menjawab kebutuhan religius masyarakat Muslim di era media sosial yang semakin dinamis.

Referensi

- Abidin, Crystal. 2021. "Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility." *Cultural Science Journal* 12 (1). <https://doi.org/10.5334/csci.140>
- Alwathani, M. (2025). Feminisme Dalam Bingkai Fikih Klasik Suara Yang Dibungkam. *Nihayah: Journal of Islamic Studies*, 1(2), 459-475.
- Azra, Azyumardi. 2019. *Islam in the Indonesian World*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351122967>
- Baker, Chris, and Chris Rojek. 2020. *Lifestyle Gurus: Constructing Authority and Influence Online*. Cambridge: Polity Press. <https://doi.org/10.1002/9781509540711>
- Bruinessen, Martin van. 2015. *Kitab Kuning, Pesantren, and Tarekat: Traditions of Religious Learning in Indonesia*. Bandung: Mizan.
- Bunt, Gary R. 2023. *Hashtag Islam: How Cyber-Islamic Environments Are Transforming Religious Authority*. Chapel Hill: UNC Press. <https://doi.org/10.5149/northcarolina/9781469677847.001.0001>
- Burhani, Ahmad Najib. 2020. "Traditional Islamic Authority and Social Change in Indonesia." *Journal of Indonesian Islam* 14 (1): 1-24. <https://doi.org/10.15642/JIIS.2020.14.1.1-24>
- Campbell, Heidi A. 2020. *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429295688>

- Campbell, Heidi A., and Ruth Tsuria, eds. 2021. *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429295688>
- Couldry, Nick, and Andreas Hepp. 2021. *The Mediated Construction of Reality*. Updated ed. Cambridge: Polity. <https://doi.org/10.1002/9780745693632>
- Djafarova, Elmira, and Thomas Bowes. 2021. "Instagram Made Me Buy It: Generation Z Impulse Purchases in Social Media." *Journal of Retailing and Consumer Services* 59: 102345. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102345>
- Eickelman, Dale F., and Jon W. Anderson. 2003. *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere*. Bloomington: Indiana University Press.
- Eisenlohr, Patrick. 2020. "The Digital Mediation of Religion." *Annual Review of Anthropology* 49: 365–380. <https://doi.org/10.1146/annurev-anthro-010220-075545>
- Evolvi, Giulia. 2019. "Religion and the Internet: Digital Religion, (Hyper)Mediated Spaces, and Materiality." *Social Compass* 66 (1): 83–99. <https://doi.org/10.1177/0037768618811437>
- Francis, Leslie J., and Mandy Robbins. 2021. "Religious Socialization and Young People in Digital Culture." *Journal of Beliefs & Values* 42 (3). <https://doi.org/10.1080/13617672.2020.1824937>
- Hjarvard, Stig. 2020. "Mediatization and the Changing Authority of Religion." *Media, Culture & Society* 42 (1). <https://doi.org/10.1177/0163443720904582>
- Hoover, Stewart M. 2021. *The Digital, Religion, and Media: New Directions in Theory and Method*. New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429295688>

Nurmila Nurmila, et., al.

- Howell, Julia Day. 2018. "Modulations of Active Piety: Professors and Televangelists as Promoters of Indonesian Islamic Renewal." *South East Asia Research* 26 (3): 253–268. <https://doi.org/10.1080/0967828X.2018.1496068>
- Hutchings, Tim. 2021. *Creating Church Online: Authority and Community in Digital Religion*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003097414>
- Kaye, David B. V., Xinyue Chen, and Jing Zeng. 2022. "The Co-Evolution of TikTok and Short-Video Culture." *New Media & Society* 24 (5). <https://doi.org/10.1177/14614448211054358>
- Kersten, Carool. 2019. *Contemporary Thought in the Muslim World: Trends, Themes, and Issues*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315621796>
- Liebers, Nicole, and Holger Schramm. 2019. "Parasocial Interactions and Relationships with Media Characters." *Media Psychology* 22 (4). <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000242>
- Omar, Bahiyah, and Wang Dequan. 2020. "Watch, Share or Create: The Influence of Personality on TikTok Usage." *International Journal of Interactive Mobile Technologies* 14 (4): 121–137. <https://doi.org/10.3991/ijim.v14i04.12429>
- Peters, Rudolph. 2018. *Islamic Education and the Challenge of Modernity*. Amsterdam: Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.5117/9789462985938>
- Possamai, Adam. 2021. *Religion and the Digital Age: Sociology of Religion*. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780367817459>
- Rahma, C. D. (2025). Suara Yang Terdiam: Narasi Perempuan Dalam Kajian Kitab Kuning Tradisional. *NIHAYAH: Journal of Islamic Studies*, 1(2), 412–426.

- Rahman, D. M., & Aziz, M. A. (2026). Konsep Murabbi Pemikiran Ibnu Khaldun dalam Rekonstruksi Hubungan Guru dan Murid pada Lembaga Pendidikan Islam Modern. *Bidayah: Journal of Islamic Studies*, 1(2), 24-34.
- Selwyn, Neil. 2016. *Education and Technology: Key Issues and Debates*. London: Bloomsbury. <https://doi.org/10.5040/9781472594476>
- Sundar, S. Shyam. 2020. *The Handbook of the Psychology of Communication Technology*. Hoboken, NJ: Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118426456>
- Syahputra, T. (2025). Peran Ustadz dan Ustazah Dalam Pembinaan Program Tahsin Di TPA Raudhatul Qur'an Lhoknga. *NIHAYAH: Journal of Islamic Studies*, 1(3), 548-564.
- Turner, Bryan S. 2022. *Religion and Modern Society: Citizenship, Secularisation and the State*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108654956>
- Zaman, Muhammad Qasim. 2020. *Islam in Pakistan: A History*. Princeton: Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9780691200953>