



eISSN [3090-6431](#) & pISSN [3090-644X](#)

SUJUD: JURNAL AGAMA, SOSIAL DAN BUDAYA

Vol. 2, No. 3, Tahun 2026

doi.org/10.63822/x1erxq89

Hal. 2785-2794

Homepage <https://ojs.indopublishing.or.id/index.php/sujud>

Transformasi Pemahaman Agama di Era Dakwah Digital: Analisis Konten Keagamaan Singkat di Media Sosial

Fathullah¹, Rif'ah²

Institut Agama Islam Darussalam Martapura, Indonesia^{1,2}

*Email fathullah20.fh@mail.com, rifah.yasmina@gmail.com

Diterima: 26-06-2026 | Disetujui: 01-07-2026 | Diterbitkan: 03-07-2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of short-form religious content and social media algorithms in shaping the transformation of public religious understanding in the digital era. The study employed a qualitative approach using library research. Data were collected from books, scholarly journal articles, and other relevant scientific publications and analyzed through content analysis involving data reduction, categorization, interpretation, and conclusion drawing. The findings reveal that social media has evolved into a cyberreligion space that expands public access to religious learning through short-form videos on platforms such as TikTok, Instagram, and YouTube. At the same time, social media algorithms determine content distribution based on user preferences, thereby influencing patterns of religious information consumption. This mechanism may create filter bubbles and echo chambers, limiting users' exposure to diverse religious perspectives. Although short-form religious content increases interest in religious learning and broadens the reach of digital da'wah, the simplification of religious messages and the dominance of virality-driven content may result in fragmented religious understanding. Therefore, strengthening religious digital literacy is essential to enable people to use social media critically, selectively, and contextually in developing a more comprehensive, inclusive, adaptive, and balanced understanding of religion while remaining grounded in credible and authoritative religious sources amid the continuous advancement of digital technology.

Keywords: *Short-form religious content; Social media algorithms; Cyberreligion; Religious understanding; Digital literacy.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis peran konten keagamaan singkat dan algoritma media sosial dalam membentuk transformasi pemahaman agama masyarakat di era digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Data diperoleh dari buku, artikel jurnal, dan publikasi ilmiah yang relevan, kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*) melalui reduksi data, kategorisasi, interpretasi, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah berkembang menjadi ruang *cyberreligion* yang memperluas akses masyarakat terhadap pembelajaran agama melalui konten video singkat pada platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube. Di sisi lain, algoritma media sosial berperan dalam menentukan distribusi konten berdasarkan preferensi pengguna sehingga memengaruhi pola konsumsi informasi keagamaan. Mekanisme tersebut berpotensi menciptakan fenomena *filter bubble* dan *echo chamber* yang membatasi keberagaman perspektif keagamaan. Meskipun konten keagamaan singkat mampu meningkatkan minat belajar agama dan memperluas jangkauan dakwah digital, penyederhanaan materi serta dominasi logika viralitas berisiko menghasilkan pemahaman agama yang parsial. Oleh karena itu, penguatan literasi digital keagamaan diperlukan agar masyarakat mampu memanfaatkan media sosial secara kritis, selektif, dan kontekstual dalam membangun pemahaman agama yang lebih komprehensif, inklusif, adaptif, serta



tetap berlandaskan sumber keilmuan yang kredibel dan otoritatif dalam menghadapi dinamika perkembangan teknologi digital.

Katakunci: Konten keagamaan singkat; Algoritma media sosial; *Cyberreligion*; Pemahaman agama; Literasi digital.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Fathullah, F., & Rif'ah, R. (2026). Transformasi Pemahaman Agama di Era Dakwah Digital: Analisis Konten Keagamaan Singkat di Media Sosial. *Sujud: Jurnal Agama, Sosial Dan Budaya*, 2(3), 2785-2794. <https://doi.org/10.63822/x1erxq89>



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam cara memperoleh, mengakses, dan memahami informasi keagamaan. Kemajuan internet, perangkat seluler, serta berbagai platform media sosial telah menciptakan ruang komunikasi baru yang memungkinkan penyebaran informasi berlangsung secara cepat, luas, dan tanpa batas geografis. Transformasi tersebut tidak hanya mengubah pola interaksi sosial, tetapi juga memengaruhi cara masyarakat belajar, berdiskusi, dan membangun pemahaman terhadap ajaran agama. (Sulianta, 2025). Media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang baru bagi penyebaran pengetahuan dan praktik keagamaan. Kehadiran berbagai platform digital memungkinkan masyarakat mengakses informasi agama secara cepat, mudah, dan tanpa batas ruang maupun waktu. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital telah mengubah pola pembelajaran agama yang sebelumnya lebih banyak berlangsung melalui lembaga pendidikan, majelis taklim, atau interaksi langsung dengan tokoh agama menjadi semakin bergantung pada media digital.

Salah satu fenomena yang berkembang pesat adalah munculnya konten keagamaan singkat dalam bentuk video pendek, reels, shorts, maupun kutipan religius yang disajikan secara ringkas dan menarik. Format ini menjadi populer karena sesuai dengan karakteristik masyarakat digital yang cenderung mengonsumsi informasi secara cepat dan praktis. Melalui konten singkat, berbagai tema keagamaan seperti ibadah, akhlak, hijrah, motivasi spiritual, dan persoalan kehidupan sehari-hari dapat disampaikan dalam waktu yang relatif singkat. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menghadirkan model baru dalam penyampaian pesan agama sekaligus memengaruhi pola belajar agama masyarakat, khususnya generasi muda.

Fenomena tersebut juga menarik dikaji dalam konteks masyarakat Muslim Indonesia yang sebagian besar masih memiliki keterikatan dengan tradisi keagamaan yang berkembang melalui pesantren, majelis taklim, dan otoritas ulama. Dalam lingkungan masyarakat yang berlandaskan nilai-nilai Ahlussunnah wal Jamaah (Aswaja), proses pembelajaran agama tidak hanya menekankan penguasaan materi keagamaan, tetapi juga memperhatikan otoritas keilmuan, bimbingan guru, serta pemahaman yang komprehensif terhadap ajaran Islam. Kehadiran konten keagamaan singkat di media sosial berpotensi memengaruhi pola perolehan pengetahuan agama masyarakat sehingga menarik untuk dianalisis dalam kaitannya dengan perubahan cara memahami ajaran agama di era digital.

Berbagai penelitian telah mengkaji hubungan antara media sosial dan penyebaran informasi keagamaan. Handayani et al. (2025) menjelaskan bahwa media sosial telah melahirkan fenomena *cyberreligion*, yaitu praktik dan pengalaman keagamaan yang berlangsung melalui ruang digital. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana penyebaran informasi keagamaan, tetapi juga membentuk ruang baru bagi interaksi dan praktik keagamaan masyarakat. Selain itu, Ramadhan et al. (2025) menemukan bahwa TikTok, Instagram, dan YouTube telah menjadi arena penting bagi perkembangan dakwah digital yang mampu menjangkau audiens secara luas, sehingga memperluas jangkauan penyampaian pesan keagamaan kepada masyarakat. Sementara itu, Luthfia (2025) menunjukkan bahwa media sosial berkontribusi terhadap peningkatan akses remaja Muslim terhadap informasi dan pengetahuan keagamaan serta menjadi salah satu sumber belajar agama yang banyak dimanfaatkan. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam



memperluas akses masyarakat terhadap informasi dan pembelajaran agama sekaligus mendukung perkembangan dakwah digital.

Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut masih didominasi oleh pembahasan mengenai media sosial sebagai sarana dakwah, penyebaran informasi keagamaan, dan literasi agama masyarakat. Kajian mengenai pengaruh konten keagamaan singkat terhadap cara masyarakat memahami agama masih belum banyak mendapat perhatian. Selain itu, belum banyak penelitian yang secara terpadu menganalisis hubungan antara konten keagamaan singkat, algoritma media sosial, dan transformasi pemahaman agama masyarakat. Padahal, algoritma media sosial berperan penting dalam menentukan distribusi konten melalui sistem rekomendasi sehingga memengaruhi pola konsumsi informasi keagamaan dan pembentukan pemahaman agama di era digital.

Untuk memahami fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan konsep *cyberreligion* sebagai landasan dalam melihat media sosial sebagai ruang baru praktik, pembelajaran, dan interaksi keagamaan di era digital. Selain itu, konsep algoritma media sosial digunakan untuk menjelaskan mekanisme distribusi dan konsumsi konten keagamaan yang memengaruhi informasi yang diterima pengguna. Kedua konsep tersebut menjadi landasan analisis dalam penelitian ini.

Dengan demikian, kebaruan penelitian ini terletak pada analisis secara terpadu mengenai keterkaitan antara konten keagamaan singkat, algoritma media sosial, dan transformasi pemahaman agama masyarakat. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya mengkaji media sosial sebagai sarana dakwah atau penyebaran informasi keagamaan, penelitian ini menempatkan konten keagamaan singkat dan algoritma media sosial sebagai dua faktor yang saling berkaitan dalam membentuk transformasi pemahaman agama masyarakat di era digital.

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) bagaimana peran konten keagamaan singkat dalam pembelajaran agama di era digital; (2) bagaimana algoritma media sosial memengaruhi distribusi dan konsumsi konten keagamaan; dan (3) bagaimana konten keagamaan singkat dan algoritma media sosial berkontribusi terhadap transformasi pemahaman agama masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran konten keagamaan singkat dalam pembelajaran agama di era digital, mengkaji pengaruh algoritma media sosial terhadap distribusi dan konsumsi konten keagamaan, serta menjelaskan kontribusi keduanya terhadap transformasi pemahaman agama masyarakat. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik bagi pengembangan kajian *cyberreligion*, dakwah digital, dan literasi keagamaan di era media sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Data yang digunakan berupa data sekunder yang diperoleh melalui studi kepustakaan, meliputi buku, artikel jurnal, dan berbagai publikasi ilmiah yang relevan dengan fokus penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dengan mengidentifikasi, mengumpulkan, dan mengkaji berbagai sumber yang berkaitan dengan fokus penelitian. Data kemudian dianalisis secara kualitatif menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*) melalui proses reduksi data, kategorisasi tema, interpretasi data, dan penarikan kesimpulan untuk menjelaskan hubungan antara konten keagamaan singkat, algoritma media sosial, dan transformasi pemahaman agama masyarakat di era digital.



HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Media Sosial sebagai Ruang Cyberreligion

Dalam kajian agama dan media digital, fenomena praktik keagamaan di ruang daring sering dijelaskan melalui konsep *cyberreligion*. Konsep ini merujuk pada berbagai aktivitas keagamaan yang berlangsung melalui teknologi digital, termasuk penyebaran informasi, pembelajaran agama, dan interaksi keagamaan dalam ruang virtual. Kehadiran media sosial telah memperluas ruang keberagaman masyarakat sehingga agama tidak lagi hanya dipraktikkan dalam ruang fisik, tetapi juga dalam ekosistem digital yang bersifat interaktif dan tanpa batas geografis (Højsgaard & Warburg, 2005).

Media sosial merupakan ruang digital yang memungkinkan pengguna membuat, membagikan, dan menanggapi informasi secara cepat dan interaktif. Dalam konteks keagamaan, media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang baru penyebaran informasi dan pembelajaran agama. Kehadiran media sosial memperluas akses masyarakat terhadap berbagai konten keagamaan sehingga proses memperoleh pengetahuan agama tidak lagi terbatas pada ruang-ruang pembelajaran konvensional. Kondisi ini menunjukkan bahwa ruang digital telah menjadi bagian dari praktik keberagaman masyarakat modern (Handayani et al., 2025). Kehadiran media sosial sebagai ruang keberagaman digital menunjukkan bahwa otoritas keagamaan tidak lagi sepenuhnya berada pada lembaga atau tokoh agama formal. Ruang digital memungkinkan penyebaran pengetahuan agama yang lebih terbuka sehingga masyarakat dapat mengakses dan berpartisipasi dalam diskursus keagamaan secara lebih luas.

Perkembangan dakwah digital telah mengubah lanskap aktivitas keagamaan secara signifikan. Media sosial memungkinkan pesan-pesan agama menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batas geografis dan budaya. Kehadiran media sosial menjadikan dakwah lebih dinamis, interaktif, dan partisipatif dalam ruang digital. Dalam kondisi ini, agama tidak lagi hanya hadir melalui forum formal, tetapi juga melalui video pendek, siaran langsung, hingga percakapan daring yang mudah diakses masyarakat (Azizah et al., 2025).

Platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube memiliki peran strategis dalam penyebaran konten agama di era digital. Penggunaan TikTok sebagai media dakwah berbasis video pendek menunjukkan bahwa konten singkat menjadi sarana yang kreatif dan ringkas untuk menjangkau generasi muda secara lebih intensif. Perkembangan ini menunjukkan bahwa pola penyampaian pesan agama semakin menyesuaikan karakter konsumsi media masyarakat digital yang cenderung cepat dan visual (Ramadhan et al., 2025).

Media sosial juga menjadi sarana belajar agama yang praktis dan mudah diakses. Banyak masyarakat memperoleh pemahaman awal mengenai persoalan keagamaan melalui video singkat yang membahas tema-tema seperti adab, puasa, shalat, hijrah, dan motivasi spiritual. Kehadiran konten tersebut menunjukkan bahwa media sosial meningkatkan aksesibilitas informasi agama dan memudahkan masyarakat dalam memperoleh pengetahuan keagamaan secara cepat dan ringkas (Luthfia, 2025).

Interaktivitas menjadi salah satu karakter penting dalam dakwah digital di media sosial. Melalui fitur komentar, sesi tanya jawab, dan siaran langsung, dai atau ustaz dapat berkomunikasi secara langsung dengan audiens. Kondisi ini membuka ruang diskusi keagamaan yang lebih terbuka serta



memungkinkan terjadinya respons dan klarifikasi terhadap berbagai persoalan agama yang berkembang di masyarakat (Aslamiyah & Ilmiyah, 2024).

Berbagai perkembangan tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah membentuk ruang baru dalam penyebaran dan pembelajaran agama di era digital. Fenomena *cyberreligion* menunjukkan bahwa aktivitas keagamaan tidak lagi terbatas pada ruang fisik, tetapi juga berlangsung dalam ruang digital yang memungkinkan terbentuknya interaksi, pengalaman, dan pemahaman keagamaan yang baru. Kehadiran media sosial memperluas akses masyarakat terhadap berbagai sumber pengetahuan agama, namun sekaligus mengubah cara informasi keagamaan diproduksi dan dikonsumsi. Dengan demikian, ruang digital tidak lagi sekadar menjadi media penyampaian pesan agama, melainkan telah menjadi bagian dari praktik keberagamaan itu sendiri.

B. Konten Keagamaan Singkat dan Perubahan Cara Belajar Agama

Konten singkat (*short video content*) adalah video berdurasi pendek, biasanya antara 15–60 detik, yang digunakan untuk menyampaikan pesan secara ringkas dan menarik. Dalam konteks agama, format ini hadir dalam bentuk reels, shorts, video motivasi, maupun potongan ceramah singkat yang mudah disebarluaskan melalui media sosial. Fenomena ceramah satu menit menunjukkan bahwa penyampaian pesan agama di ruang digital semakin menyesuaikan karakter konsumsi media masyarakat. Perkembangan tersebut turut mendorong perubahan cara masyarakat memperoleh dan mempelajari pengetahuan agama di era digital (Saputra et al., 2025).

Agar mendapat perhatian pengguna, pesan agama sering disampaikan secara sederhana dan langsung pada inti persoalan. Karena itu, banyak da'i atau tokoh agama membahas tema-tema populer seperti hijrah, sabar, dosa, sedekah, atau tips ibadah dengan pendekatan yang lebih komunikatif dan emosional. Format ini efektif menarik perhatian masyarakat, terutama generasi muda, sekaligus mendorong terbentuknya pola belajar agama yang lebih cepat dan praktis meskipun sering kali hanya menyajikan penjelasan secara singkat (Aslamiyah & Ilmiyah, 2024).

Budaya *scroll cepat* di media sosial turut mengubah pola belajar agama masyarakat menjadi lebih instan dan praktis. Jika sebelumnya pembelajaran agama dilakukan melalui buku, pengajian rutin, atau bimbingan guru secara langsung, kini banyak orang belajar melalui potongan video yang tersebar di media sosial. Generasi Z, yang memiliki rentang perhatian lebih pendek, cenderung menyukai informasi agama yang cepat dipahami tanpa proses belajar formal yang panjang (Saputra et al., 2025). Perubahan pola konsumsi informasi tersebut menunjukkan bahwa proses belajar agama di era digital semakin dipengaruhi oleh karakteristik media sosial yang menekankan kecepatan dan kemudahan akses. Kondisi ini memungkinkan masyarakat memperoleh pengetahuan agama secara lebih praktis, tetapi pada saat yang sama berpotensi mengurangi kedalaman pemahaman apabila informasi yang diterima tidak diikuti dengan kajian yang lebih komprehensif.

Penyampaian pesan agama di media sosial umumnya menggunakan bahasa yang komunikatif, istilah populer, serta pendekatan emosional yang dekat dengan pengalaman generasi muda. Selain itu, praktik pemotongan ceramah panjang menjadi potongan video di TikTok atau Instagram Reels menunjukkan bahwa penyebaran pesan agama di ruang digital semakin mengikuti format konten yang singkat dan mudah disebarluaskan melalui media sosial (Rahmah, 2025).



Perkembangan konten keagamaan di media sosial menunjukkan adanya perubahan dalam cara masyarakat mempelajari agama. Fenomena ini memperlihatkan bahwa media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga menjadi salah satu ruang belajar keagamaan yang banyak diakses masyarakat. Meskipun memberikan kemudahan dan akses yang lebih luas terhadap pengetahuan agama, pola belajar yang didominasi oleh konten singkat tetap memerlukan pendalaman melalui sumber-sumber yang lebih komprehensif agar pemahaman keagamaan tidak berhenti pada informasi yang bersifat parsial.

C. Algoritma dan Pembentukan Pemahaman Agama

Pemahaman agama yang diperoleh melalui media sosial tidak hanya dipengaruhi oleh isi konten yang dikonsumsi pengguna, tetapi juga oleh mekanisme algoritma yang mengatur distribusi informasi di ruang digital. Algoritma berperan dalam menentukan jenis konten yang lebih sering muncul pada beranda pengguna sehingga secara tidak langsung memengaruhi pola konsumsi informasi keagamaan (Izhari, 2025). Dalam konteks ini, algoritma menjadi salah satu faktor yang berkontribusi terhadap pembentukan pemahaman agama di era digital.

Salah satu contoh penerapan algoritma tersebut terdapat pada TikTok melalui fitur *For You Page* (FYP). Pada platform ini, mekanisme algoritma diwujudkan melalui sistem rekomendasi yang menyajikan beragam konten sesuai karakteristik masing-masing pengguna. Dengan demikian, setiap pengguna dapat menerima rekomendasi konten yang berbeda meskipun menggunakan platform yang sama (Pertiwi et al., 2026).

Analisis algoritma terhadap pengguna dilakukan berdasarkan berbagai indikator, seperti riwayat pencarian, minat pengguna, jenis konten yang sering ditonton, jumlah *likes*, komentar, *share*, serta durasi waktu yang dihabiskan untuk menyaksikan suatu video. Data-data tersebut kemudian diolah untuk mengidentifikasi preferensi pengguna dan menentukan rekomendasi konten yang dianggap paling relevan. Melalui mekanisme ini, konten yang memiliki tingkat *engagement* tinggi cenderung memperoleh jangkauan yang lebih luas dan lebih sering direkomendasikan oleh platform kepada pengguna lain (Wahyuni & Balqis, 2025).

Dalam konteks keagamaan, algoritma media sosial memiliki pengaruh besar dalam membentuk eksposur dan preferensi pemahaman keagamaan pengguna. Ketika seseorang sering menonton atau menyukai jenis dakwah tertentu, maka sistem akan terus merekomendasikan konten yang serupa. Kondisi tersebut dapat memunculkan fenomena *filter bubble* dan *echo chamber*, yaitu situasi ketika pengguna cenderung hanya menerima pandangan yang sejalan dengan keyakinannya sendiri dan semakin jarang terpapar pada perspektif keagamaan yang berbeda (Hidayah & Nur, 2024).

Dalam praktiknya, algoritma media sosial cenderung lebih mendorong konten keagamaan yang mampu menarik perhatian pengguna dalam waktu singkat. Konten agama yang bersifat sensasional, kontroversial, atau provokatif cenderung lebih mudah viral dibandingkan kajian ilmiah yang tenang dan mendalam. Kondisi ini menunjukkan bahwa penyebaran konten keagamaan di ruang digital lebih dipengaruhi oleh logika viralitas dan persaingan perhatian dibandingkan kedalaman substansi pesan yang disampaikan (Wahyuni & Balqis, 2025).

Fenomena yang muncul dari kondisi tersebut terlihat dari meningkatnya interaksi perdebatan keagamaan di ruang komentar media sosial sebagai respons atas perbedaan pemahaman di kalangan



pengguna yang dapat memicu polarisasi dan konflik pemahaman. Kondisi ini memperlihatkan bahwa algoritma tidak hanya menyaring informasi, tetapi juga turut mengarahkan dinamika interaksi keagamaan di ruang digital (Kustiawan et al., 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pembentukan pemahaman agama di media sosial tidak berlangsung dalam ruang yang sepenuhnya netral. Algoritma berperan dalam menentukan informasi yang lebih sering diterima pengguna sehingga secara tidak langsung membentuk cara pandang terhadap isu-isu keagamaan tertentu. Akibatnya, pengguna cenderung lebih sering berinteraksi dengan pandangan yang serupa dan memiliki peluang yang lebih kecil untuk menemukan perspektif keagamaan yang beragam.

Dengan demikian, algoritma media sosial tidak hanya berperan sebagai sarana teknis distribusi konten, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk pola pemahaman keagamaan pengguna. Fenomena filter bubble dan echo chamber menunjukkan bahwa paparan informasi keagamaan yang diterima seseorang sering kali merupakan hasil kurasi sistem berdasarkan preferensi dan pola interaksi digitalnya. Dalam konteks ini, pemahaman agama yang terbentuk melalui media sosial tidak hanya dipengaruhi oleh isi pesan keagamaan, tetapi juga oleh mekanisme algoritma yang menentukan informasi mana yang lebih sering dilihat, diakses, dan dipercaya oleh pengguna.

D. Dampak Konten Keagamaan Singkat terhadap Pemahaman Agama Masyarakat

Pemanfaatan konten singkat dalam dakwah digital memberikan dampak yang bersifat ambivalen terhadap pemahaman dan praktik keagamaan masyarakat. Di satu sisi, konten singkat dalam media sosial membuka ruang baru dalam dakwah digital dengan menghadirkan demokratisasi akses keagamaan tanpa batas ruang dan waktu. Dakwah menjadi lebih inklusif, fleksibel, dan adaptif terhadap budaya populer. Selain itu, media sosial memperluas jangkauan penyebaran pesan keagamaan karena dapat diakses oleh berbagai kelompok masyarakat secara lebih luas dan cepat. Hal ini menunjukkan adanya dampak positif berupa perluasan akses dan jangkauan dakwah di ruang digital (Mujadid, 2026).

Format konten yang ringkas, kreatif, dan interaktif juga berdampak pada meningkatnya ketertarikan generasi muda terhadap pembelajaran agama. Kehadiran video pendek, reels, dan konten visual membuat dakwah lebih mudah diterima, terutama oleh kelompok yang sebelumnya kurang tertarik mengikuti pengajian konvensional. Kondisi ini menunjukkan bahwa konten singkat tidak hanya mempermudah penerimaan pesan keagamaan, tetapi juga mendorong munculnya minat awal untuk mempelajari agama lebih lanjut secara lebih mendalam (Kustiawan et al., 2025).

Namun demikian, penggunaan konten singkat juga menghadirkan berbagai persoalan dalam proses pemahaman agama. Keterbatasan durasi konten menyebabkan ajaran agama yang kompleks sering disederhanakan menjadi pesan yang singkat dan normatif. Akibatnya, pemahaman yang terbentuk cenderung instan, parsial, dan kurang mendalam. Potongan ceramah yang tersebar tanpa konteks penjelasan utuh juga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman terhadap isi dakwah yang sebenarnya (Rahmah, 2025).

Selain itu, dominasi algoritma media sosial dapat memperkuat munculnya fanatisme digital melalui fenomena *echo chamber*, yaitu kondisi ketika pengguna cenderung menerima narasi keagamaan yang sejalan dengan pandangan yang telah dimiliki sebelumnya serta minim paparan terhadap perspektif yang berbeda. Kondisi ini berpotensi membatasi pemahaman terhadap keragaman interpretasi dan praktik keagamaan (Pertiwi et al., 2026). Dalam kondisi yang lebih luas, perkembangan media digital



juga mendorong munculnya bentuk otoritas baru dalam ruang keagamaan, di mana legitimasi tidak hanya didasarkan pada sanad dan otoritas keilmuan, tetapi juga pada popularitas, viralitas, dan tingkat *engagement* di media sosial (Arbiah et al., 2025). Fenomena ini mengindikasikan terjadinya pergeseran sumber legitimasi keagamaan dari otoritas berbasis keilmuan menuju otoritas yang sebagian dibentuk oleh mekanisme visibilitas digital.

Perubahan tersebut menunjukkan bahwa transformasi pemahaman agama di era dakwah digital tidak hanya ditandai oleh kemudahan akses terhadap informasi keagamaan, tetapi juga oleh perubahan pola otoritas dan proses pembelajaran agama di masyarakat. Konten keagamaan singkat dapat menjadi sarana awal dalam memperoleh pengetahuan agama, namun tidak sepenuhnya dapat menggantikan proses pembelajaran yang lebih mendalam melalui kajian, bimbingan guru, dan sumber-sumber keilmuan yang kredibel. Dalam tradisi pendidikan Islam yang berakar pada nilai-nilai Ahlussunnah wal Jamaah (Aswaja), proses pembelajaran agama tidak hanya berorientasi pada penguasaan materi keagamaan, tetapi juga pada pembentukan pemahaman yang diperoleh melalui bimbingan guru dan tradisi keilmuan yang berkesinambungan. Oleh karena itu, penguatan literasi digital keagamaan menjadi penting agar masyarakat mampu memanfaatkan media sosial secara bijak serta terhindar dari pemahaman agama yang bersifat parsial dan kurang kontekstual.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang baru dalam pembentukan pemahaman agama masyarakat melalui karakteristik konten keagamaan singkat dan mekanisme algoritma digital. Konten keagamaan singkat mempermudah akses terhadap informasi agama serta meningkatkan keterlibatan masyarakat, khususnya generasi muda, dalam proses pembelajaran agama. Namun, algoritma media sosial turut memengaruhi paparan informasi keagamaan yang diterima pengguna sehingga berpotensi membentuk pola pemahaman yang lebih homogen melalui fenomena *filter bubble* dan *echo chamber*. Temuan ini menunjukkan bahwa transformasi pemahaman agama di era digital tidak hanya dipengaruhi oleh substansi pesan keagamaan, tetapi juga oleh sistem distribusi informasi yang bekerja di balik platform media sosial. Oleh karena itu, penguatan literasi digital keagamaan diperlukan agar masyarakat mampu memanfaatkan media sosial sebagai sumber belajar agama secara lebih kritis, selektif, dan kontekstual.

DAFTAR PUSTAKA

- Arbiah, Sari, N. A., & Mukmin. (2025). Studi Islam dalam konteks pembelajaran di era digital: Tantangan diskursus keagamaan kontemporer. *Chalim Journal of Teaching and Learning*, 5(2), 141–154. <https://doi.org/10.31538/cjotl.v5i2.2764>
- Aslamiyah, E. S., & Ilmiyah, M. Z. (2024). Peran media sosial dalam aktivitas dakwah. *Al-Maquuro': Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 5(2), 122–129. <https://ejournal.uluwiyah.ac.id/index.php/maquuro/article/view/198>



- Azizah, A. N., Azmi, T. K., Nurlaely, Z. D., Jannah, U., & Balqis, D. (2025). Peran media dan teknologi dalam penyebaran Islam modern. *CENDEKIA: Jurnal Studi Keislaman*, 11(2), 530–542. <https://doi.org/10.37348/cendekia.v11i2.837>
- Handayani, R., Rahmah, F. L., Hutasuhut, E. F., & Romandiah. (2025). Navigasi spiritual di era digital: Analisis konten *cyberreligion* dalam media sosial. *TADBIR: Jurnal Manajemen Dakwah FDIK IAIN Padangsidempuan*, 6(2), 177–192. <https://doi.org/10.24952/tadbir.v6i2.14300>
- Hidayah, A. R., & Nur, M. A. (2024). Analisis tantangan moderasi beragama di era digital melalui perspektif teori *filter bubble* dan *echo chamber*. *Jurnal Sosial Humaniora*, 17(2), 150–160. <https://doi.org/10.12962/j24433527.v17i2.22119>
- Højsgaard, M. T., & Warburg, M. (Eds.). (2005). *Religion and cyberspace*. Routledge. <https://books.google.com/books?id=PrQnMbVxpssC>
- Izhari, F. (2025). *Algoritma dan pemrograman*. PT. Serasi Media Teknologi. <https://books.google.co.id/books?id=KVVNEQAAQBAJ>
- Kustiawan, W., Zahra, S., Salsabila, K., & Ramayati. (2025). Peran media sosial dalam penyebaran dakwah dan pengaruhnya di kalangan generasi muda. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 17169–17176. <https://doi.org/10.31004/jptam.v9i2.28574>
- Luthfia, A. (2024). Peran media sosial terhadap pengetahuan keagamaan remaja Muslim. *Moral: Jurnal Kajian Pendidikan Islam*, 2(1), 117–124. <https://doi.org/10.61132/moral.v2i1.529>
- Mujadid, S. A. (2026). Fenomena “ustadz instan” di TikTok: Analisis kredibilitas dan dampaknya terhadap literasi keagamaan generasi muda. *Qaulan Baligha: Jurnal Ilmu Manajemen Dakwah*, 3(1), 135–149. <https://doi.org/10.30631/qb.v3i1.5943>
- Pertiwi, A. R., Nisa, I., & Suryandari, M. (2026). Algoritma TikTok sebagai mesin polarisasi agama: Studi netnografi pada komunitas dakwah digital di Indonesia. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 12(2), 286–299. <https://doi.org/10.36989/didaktik.v12i02.13279>
- Rahmah, P. (2025). Transformasi otoritas keagamaan dalam ruang digital: Studi terhadap praktik keislaman generasi muda. *IBTIKAR: Jurnal Studi Islam dan Sosial*, 2(2), 67–74. <https://ejournal.iai-almuslimaceh.ac.id/IBTIKAR/article/view/313>
- Ramadhan, M. A. R., Firdaus, R. A., & Surawan. (2025). *Social media as an arena for digital jihad: An analysis of online da'wah on TikTok, YouTube, and Instagram*. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial dan Kebudayaan*, 16(1), 43–58. <https://doi.org/10.32505/hikmah.v16i1.12863>
- Saputra, D. A., Yanti, E. D., Hidayah, N. S., Kafiyuddin, M., Khoiriyah, I., & Falaq, Y. (2025). Peran konten keagamaan di media sosial dalam membentuk sikap toleransi antarumat beragama pada Generasi Z. *JPI: Jurnal Pendidikan IPS*, 15(4), 1351–1359. <https://doi.org/10.37630/jpi.v15i4.3631>
- Sulianta, F. (2025). *Masyarakat digital: Tren, tantangan, dan perubahan di era teknologi*. Feri Sulianta. <https://books.google.com/books?id=nwtLEQAAQBAJ>
- Wahyuni, R., & Balqis, P. (2025). Dampak algoritma media sosial terhadap narasi keislaman: Tantangan dan strategi literasi digital. *Al-Mashadir: Journal of Quranic Sciences and Tafsir*, 1(2), 134–142. <https://albaayaninstitute.org/index.php/al-mashadir/article/view/239>