Volume 12, nomor 2|September, 2026

P-ISSN 2442-5907
E-ISSN 2797-2585

Jurnal Ilmiah Spiritualis (JIS)
Jurnal Pemikiran Islam dan Tasawuf

INSTITUT AGAMA ISLAM PANGERAN DIPONEGORO NGANJUK
http://ejurnal.iaipd-nganjuk.ac.id

Dakwah Sufistik di Era Algoritma: Rekonstruksi Otoritas Spiritual antara Sanad, Popularitas, dan Algoritma Media Sosial

[1]Diana Elfiyatul Afifah
Universitas Pangeran Diponegoro Nganjuk
dianaelfiyatulafifah@updn.ac.id

[2]Siti Isti'anah
Universitas Pangeran Diponegoro Nganjuk
s.istianah1712@gmail.com

Info Artikel
Submit : 2 September 2026
Revisi : 14 September 2026
Diterima : 21 September 2026
Publis : 25 September 2025

Abstrak

Perkembangan media sosial dan algoritma digital telah mengubah cara otoritas keagamaan dibentuk, ditampilkan, dan dikenali oleh masyarakat. Dalam dakwah sufistik, perubahan tersebut menghadirkan pertemuan antara legitimasi berbasis sanad, popularitas, dan visibilitas algoritmik. Penelitian ini bertujuan menganalisis rekonstruksi otoritas spiritual dalam dakwah sufistik di era algoritma serta merumuskan konsep otoritas spiritual hibrida. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *library research* melalui analisis isi, analisis konseptual, dan sintesis kritis terhadap literatur tentang tasawuf, sanad, otoritas keagamaan, dakwah digital, dan algoritma media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa algoritma tidak menggantikan sanad sebagai sumber legitimasi spiritual, tetapi memengaruhi visibilitas dan proses pengakuan terhadap figur keagamaan. Otoritas spiritual hibrida terbentuk melalui integrasi sanad, keilmuan, integritas spiritual, pengakuan komunitas, dan visibilitas digital. Konsep ini menegaskan perlunya dakwah sufistik yang adaptif terhadap teknologi tanpa kehilangan fondasi spiritual dan etika dakwah.

Kata kunci *Dakwah Sufistik, Otoritas Spiritual, Algoritma Media Sosial, Popularitas Digital*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan mendasar dalam cara masyarakat Muslim memperoleh, memproduksi, dan mendistribusikan pengetahuan keagamaan. Media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan berbagai platform digital lainnya tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang sosial tempat identitas keagamaan, otoritas, pengalaman spiritual, dan praktik keberagamaan dikonstruksi serta dinegosiasikan. Dalam konteks dakwah Islam, perubahan tersebut memperluas ruang interaksi antara *dā'ī* dan *mad'ū* dari ruang-ruang konvensional menuju ruang digital yang bersifat terbuka, interaktif, cepat, dan sangat dipengaruhi oleh logika platform. Akibatnya, keberhasilan penyampaian pesan dakwah tidak lagi sepenuhnya ditentukan oleh institusi, kredensial keilmuan, atau posisi sosial seorang pendakwah, tetapi juga oleh kemampuan suatu konten memperoleh perhatian, keterlibatan, dan visibilitas di dalam ekosistem algoritmik.[1]

Perubahan tersebut menjadi semakin menarik ketika ditempatkan dalam konteks dakwah sufistik. Sufisme secara historis memiliki karakter transmisi pengetahuan yang sangat menekankan hubungan spiritual antara guru dan murid, kesinambungan *sanad*, otoritas *mursyid*, pengalaman batin, serta praktik pembentukan akhlak dan penyucian jiwa (*tazkiyat al-nafs*). Dalam tradisi tarekat, otoritas seorang guru tidak semata-mata dibangun melalui kemampuan menyampaikan pengetahuan secara verbal, melainkan melalui kesinambungan keilmuan dan spiritual, pengakuan komunitas, pengalaman pembinaan, serta keterhubungan dengan mata rantai transmisi yang dapat ditelusuri. Dengan demikian, otoritas sufistik pada dasarnya memiliki dimensi epistemologis sekaligus etis-spiritual: seseorang dianggap memiliki otoritas bukan hanya karena mampu berbicara tentang agama, tetapi juga karena memiliki legitimasi keilmuan, keterhubungan spiritual, dan kapasitas membimbing transformasi batin murid.

Namun, ketika dakwah sufistik memasuki ruang digital, pola pembentukan otoritas tersebut berhadapan dengan mekanisme baru yang bekerja berdasarkan logika media sosial. Konten keagamaan yang memperoleh banyak *views*, *likes*, komentar, *shares*, dan pengikut dapat memperoleh tingkat visibilitas yang tinggi, sementara algoritma platform cenderung menentukan konten mana yang lebih sering muncul dalam ruang perhatian pengguna. Dalam kondisi demikian, popularitas tidak selalu identik dengan kedalaman keilmuan, dan visibilitas tidak selalu identik dengan legitimasi spiritual. Studi terbaru mengenai otoritas keagamaan digital di Indonesia menunjukkan bahwa logika platform dapat menciptakan bentuk otoritas

[1] Heidi A. Campbell, ed., *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds* (London: Routledge, 2013); Stewart M. Hoover, *The Media and Religion: An Introduction* (New York: Routledge, 2006).

yang dipengaruhi oleh visibilitas algoritmik, keterlibatan audiens, performativitas, dan daya tarik emosional.

Fenomena tersebut menghadirkan persoalan epistemologis dan dakwah yang penting. Dalam tradisi sufistik, *sanad* berfungsi sebagai salah satu mekanisme untuk menjaga kesinambungan transmisi pengetahuan dan otoritas spiritual. Sebaliknya, algoritma bekerja melalui mekanisme klasifikasi, rekomendasi, personalisasi, dan optimasi perhatian. Kedua mekanisme tersebut memiliki logika legitimasi yang berbeda. *Sanad* menekankan kesinambungan transmisi, kompetensi, relasi guru-murid, dan pengakuan dalam jaringan keilmuan; sedangkan algoritma tidak menilai kebenaran spiritual suatu pesan, melainkan mengatur visibilitas konten berdasarkan berbagai sinyal interaksi dan karakteristik platform. Oleh karena itu, meningkatnya visibilitas seorang pendakwah sufistik di media sosial tidak dapat secara otomatis dipahami sebagai meningkatnya otoritas spiritualnya.

Persoalan tersebut semakin relevan karena transformasi digital dalam dunia sufisme bukan lagi fenomena hipotetis. Penelitian mengenai *Cyber-Sufism* di Indonesia menunjukkan bahwa berbagai tarekat telah beradaptasi dengan ruang digital melalui situs resmi, media sosial, konten dakwah, komunikasi keagamaan, dan bentuk-bentuk interaksi spiritual berbasis internet. Studi terhadap sembilan tarekat di Indonesia bahkan menunjukkan adanya variasi bentuk praktik digital yang memperlihatkan bahwa teknologi telah menjadi bagian dari proses transmisi dan komunikasi ajaran sufistik.[2] Perkembangan ini menunjukkan bahwa ruang digital tidak hanya menjadi tempat penyebaran informasi tentang tasawuf, tetapi juga menjadi ruang baru bagi pembentukan komunitas, ekspresi spiritualitas, dan negosiasi otoritas.

Lebih jauh, penelitian terbaru mengenai Digital Sufism di Indonesia menunjukkan bahwa visibilitas platform dapat memengaruhi cara publik mempersepsikan kredibilitas seorang aktor spiritual. Kajian tersebut memperkenalkan konsep *algorithmic spiritual authority* untuk menjelaskan suatu kondisi ketika metrik platform, pengulangan konten, estetika, dan resonansi afektif dapat berfungsi sebagai indikator yang dipersepsikan publik sebagai tanda kredibilitas spiritual. Penelitian tersebut juga menegaskan bahwa digitalisasi tidak serta-merta menghapus *sanad*, tetapi menghasilkan bentuk legitimasi hibrida yang dinegosiasikan antara institusi, kreator konten, dan audiens.[3] Temuan ini penting karena menunjukkan bahwa persoalan utama bukanlah apakah *sanad* akan hilang akibat digitalisasi, melainkan bagaimana *sanad* dinegosiasikan ketika berhadapan dengan mekanisme legitimasi baru yang dibentuk oleh popularitas dan algoritma.

[2] M. Agus Wahyudi, Sehat Ihsan Shadiqin, and Eka Srimulyani, "The Digital Transformation of Sufi Orders in Indonesia: A Typology of Cyber Sufism," *Teosofia: Indonesian Journal of Islamic Mysticism* 14, no. 2 (2025).

[3] Eko Harianto et al., "Algorithmic Spiritual Authority: Digital Sufism and the Reconfiguration of Sanad in Indonesia," *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 26, no. 2 (2025): 96–108.

Pada saat yang sama, kajian mengenai epistemologi Sufi digital menunjukkan adanya persoalan lain yakni kecenderungan platform terhadap konten yang singkat, visual, estetis, dan mudah dikonsumsi. Penelitian terhadap konten Sufisme di Instagram di Indonesia menemukan bahwa konten yang memiliki daya tarik visual dan mudah dikonsumsi memperoleh keterlibatan lebih tinggi, sedangkan pembahasan mengenai *mujāhadah* dan pembentukan spiritual yang membutuhkan proses panjang cenderung memiliki visibilitas lebih terbatas.[4] Temuan tersebut memperlihatkan adanya kemungkinan ketegangan antara karakter dakwah sufistik yang menekankan proses, kedalaman, disiplin spiritual, dan transformasi batin dengan logika platform yang cenderung memberikan penghargaan pada perhatian yang cepat dan keterlibatan yang terukur.

Dalam perspektif ilmu dakwah, persoalan tersebut memiliki konsekuensi yang lebih luas. Dakwah tidak hanya berkaitan dengan proses penyampaian *maddah* atau pesan keagamaan, tetapi juga menyangkut kredibilitas *dā'ī*, karakteristik *mad'ū*, metode, media, dan dampak yang dihasilkan oleh proses komunikasi keagamaan. Ketika algoritma ikut menentukan siapa yang terlihat dan pesan apa yang memperoleh perhatian, maka struktur komunikasi dakwah juga mengalami perubahan. Seorang *dā'ī* tidak hanya berhadapan dengan kebutuhan memahami karakter *mad'ū*, tetapi juga dengan logika platform yang menentukan bagaimana pesan tersebut ditemukan, dikonsumsi, dan disebarluaskan. Dalam konteks ini, algoritma dapat dipahami sebagai bagian dari lingkungan komunikasi dakwah yang secara tidak langsung memengaruhi hubungan antara komunikator, pesan, media, dan khalayak.

Sejumlah penelitian mutakhir telah membahas perubahan otoritas keagamaan dalam ekosistem digital. Kajian mengenai *platformized religious authority*, misalnya, mengusulkan bahwa otoritas keagamaan kontemporer dapat dipahami sebagai hasil pertemuan antara otoritas berbasis pengetahuan, otoritas karismatik, dan otoritas berbasis platform yang berkaitan dengan visibilitas serta metrik keterlibatan.[5] Penelitian lain mengenai dakwah digital di Indonesia juga menunjukkan bahwa algoritma memiliki pengaruh terhadap strategi komunikasi keagamaan dan negosiasi otoritas di ruang media sosial.[6] Bahkan, studi mengenai otoritas keagamaan Islam secara lebih luas menunjukkan adanya pergeseran dari otoritas yang

[4] "Digital Sufi Epistemology and the Mediation of ʿIlm, Qalb, and Ṭahārah: Al-Ghazali's Framework in Indonesian Instagram Sufism," *Khazanah Theologia* 7, no. 2 (2025).

[5] Achmad Sulfikar and Daisy Indira Yasmine, "Platformized Religious Authority: Rethinking Legitimacy in the Age of Social Media Influencers," *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman* 20, no. 2 (2025/2026): 141–171.

[6] Isnain La Harisi, Marwan Mas'ud, Ali Imran, and Muhammad Yusriel Amien, "Algorithms, Religious Authority, and Digital Da'wah: A Qualitative Study of Social Media in Indonesia," *Journal of Mathematics Instruction, Social Research and Opinion* 5, no. 1 (2026).

semata-mata berbasis institusi menuju bentuk otoritas yang semakin dipengaruhi oleh simbolik, daya tarik emosional, dan visibilitas algoritmik.[7]

Meskipun demikian, terdapat ruang penelitian yang masih dapat dikembangkan. Sebagian kajian mengenai otoritas keagamaan digital membahas Islam digital secara umum, sebagian lainnya berfokus pada influencer keagamaan, tafsir, hadis, atau fatwa, sedangkan penelitian mengenai Sufisme digital banyak diarahkan pada bentuk adaptasi tarekat dan praktik *Cyber-Sufism*.[8] Dengan demikian, masih diperlukan kajian yang secara khusus mempertemukan tradisi otoritas sufistik berbasis *sanad* dengan mekanisme popularitas dan visibilitas algoritmik dalam konteks dakwah sufistik. Celah ini penting karena otoritas sufistik mempunyai karakter yang berbeda dari otoritas keagamaan yang hanya bertumpu pada penguasaan teks atau kemampuan memberikan fatwa. Dalam tradisi sufistik, otoritas berkaitan erat dengan proses pembinaan spiritual, keteladanan, relasi guru-murid, dan transformasi akhlak.

Berdasarkan celah tersebut, artikel ini menawarkan perspektif bahwa transformasi digital tidak seharusnya dipahami sebagai perpindahan sederhana dakwah sufistik dari ruang offline menuju ruang online. Digitalisasi justru menghasilkan proses rekonstruksi otoritas spiritual, yaitu proses ketika legitimasi berbasis *sanad* berinteraksi, bernegosiasi, dan dalam situasi tertentu berkompetisi dengan legitimasi yang terbentuk melalui popularitas dan visibilitas algoritmik. Rekonstruksi tersebut tidak berarti bahwa algoritma menggantikan *sanad*, tetapi menunjukkan munculnya konfigurasi otoritas yang bersifat lebih kompleks. Seorang tokoh sufistik dapat memiliki legitimasi tradisional melalui sanad sekaligus memperoleh legitimasi sosial melalui popularitas digital; sebaliknya, seorang kreator dapat memiliki visibilitas yang tinggi tanpa memiliki kedalaman sanad atau pembinaan spiritual yang setara dengan otoritas tradisional.[9]

Atas dasar itu, artikel ini mengembangkan gagasan mengenai otoritas spiritual hibrida dalam dakwah sufistik, yaitu suatu konfigurasi otoritas yang terbentuk melalui interaksi antara legitimasi *sanad*, kredibilitas personal dan keilmuan, pengakuan komunitas, popularitas sosial, serta visibilitas algoritmik. Kerangka tersebut memungkinkan ilmu dakwah untuk melihat keberhasilan dakwah digital secara lebih kritis. *Views*, *likes*, *followers*, dan *engagement* tidak cukup diperlakukan sebagai indikator keberhasilan dakwah, karena capaian kuantitatif tersebut belum tentu menunjukkan kedalaman penerimaan pesan, perubahan spiritual, atau keberlanjutan proses pembinaan *mad'ū*. Dengan demikian, keberhasilan dakwah sufistik

[7] Rüdiger Lohlker and Soleh Hasan Wahid, "The Transformation of Islamic Religious Authority," *Religions* 17, no. 4 (2026): 493.

[8] Muh. Asriadi AM, Edi Komarudin, and Jajang A. Rohmana, "From Sanad to Algorithm: Digital Qur'anic Interpretation and the Reconfiguration of Religious Authority in Indonesia," *Al Furqan: Jurnal Ilmu Al Quran dan Tafsir* 8, no. 2 (2025).

[9] Nur Annisa Istifarin and Syamsudin, "The Algorithmic Living Hadith: Prophetic Traditions, Digital Authority, and Muslim Youth Piety in Indonesia," *Jurnal Living Hadis* (2026).

digital perlu dipertimbangkan melalui keseimbangan antara jangkauan komunikasi, legitimasi keilmuan, integritas spiritual, dan transformasi mad'ū.

Dari perspektif tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana otoritas spiritual dalam dakwah sufistik mengalami rekonstruksi di tengah pertemuan antara *sanad*, popularitas, dan algoritma media sosial. Secara khusus, penelitian ini diarahkan untuk menjelaskan karakter otoritas spiritual dalam tradisi sufistik, mengidentifikasi perubahan mekanisme legitimasi dalam ruang digital, menganalisis hubungan antara popularitas dan visibilitas algoritmik dengan pembentukan otoritas, serta merumuskan kerangka konseptual mengenai otoritas spiritual hibrida yang relevan bagi pengembangan dakwah sufistik di era digital. Dengan demikian, artikel ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan kajian Sufisme dan *digital religion*, sekaligus memberikan kontribusi substantif bagi ilmu dakwah dalam memahami perubahan hubungan antara *dā'ī*, *mad'ū*, pesan spiritual, dan teknologi digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *library research* atau studi kepustakaan. Pemilihan metode ini didasarkan pada tujuan penelitian, yaitu menganalisis secara kritis konsep otoritas spiritual dalam dakwah sufistik serta merumuskan kerangka konseptual mengenai rekonstruksi otoritas spiritual di tengah pertemuan antara sanad, popularitas, dan algoritma media sosial. Studi kepustakaan memungkinkan peneliti menelaah, menginterpretasikan, dan mensintesiskan berbagai gagasan teoretis maupun hasil penelitian terdahulu tanpa melakukan pengumpulan data lapangan secara langsung.[10]

Sumber data penelitian terdiri atas sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer meliputi karya-karya klasik dan kontemporer yang membahas Sufisme, tasawuf, tarekat, sanad, mursyid, serta otoritas spiritual, termasuk karya al-Ghazali, Ibn 'Arabi, dan literatur yang secara khusus mengkaji transmisi pengetahuan dalam tradisi sufistik. Sumber sekunder berupa artikel jurnal ilmiah, buku akademik, laporan penelitian, dan publikasi ilmiah yang membahas digital religion, otoritas keagamaan, *mediatization of religion,* algoritma media sosial, popularitas digital, serta komunikasi dan dakwah Islam. Literatur kontemporer

[10] Abdurrahman, "Metode Penelitian Kepustakaan dalam Pendidikan Islam," Adabuna: Jurnal Pendidikan dan Pemikiran 3, no. 2 (2024): 102–113, https://doi.org/10.38073/adabuna.v3i2.1563

P-ISSN 2442-5907
E-ISSN 2797-2585

mengenai transformasi Sufisme dan otoritas keagamaan di ruang digital digunakan untuk memetakan perkembangan kajian sekaligus mengidentifikasi kesenjangan penelitian.[11]

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi, yaitu dengan mengidentifikasi, menelusuri, menginventarisasi, dan mengorganisasikan berbagai sumber pustaka yang relevan dengan fokus penelitian. Penelusuran literatur diarahkan pada beberapa kata kunci, antara lain *Sufism*, *Sufi da'wah*, *spiritual authority*, *sanad*, *Sufi orders*, *digital religion*, *algorithmic authority*, *social media algorithms*, dan *religious authority*. Literatur diperoleh melalui pangkalan data akademik dan mesin pencari ilmiah, seperti Google Scholar, Scopus, Crossref, serta portal jurnal keislaman yang relevan. Untuk menjaga relevansi dan aktualitas kajian, penelitian ini memprioritaskan publikasi ilmiah mutakhir, terutama yang terbit pada periode 2020–2026, dengan tetap menggunakan karya-karya klasik sebagai landasan konseptual Sufisme dan otoritas spiritual.[12]

Pemilihan literatur dilakukan secara purposif berdasarkan beberapa kriteria. Pertama, sumber harus memiliki relevansi langsung dengan tema Sufisme, tarekat, otoritas spiritual, dakwah, atau transformasi keagamaan digital. Kedua, sumber memiliki kontribusi teoretis, konseptual, atau empiris yang dapat membantu menjelaskan hubungan antara sanad, popularitas, dan algoritma media sosial. Ketiga, sumber berasal dari publikasi akademik yang dapat ditelusuri identitas bibliografisnya. Keempat, literatur yang digunakan harus memiliki kualitas argumentasi dan kecukupan informasi untuk mendukung analisis. Sumber yang hanya memuat opini tanpa dasar akademik, informasi yang tidak dapat diverifikasi, atau pembahasan yang tidak berkaitan langsung dengan fokus penelitian tidak dijadikan landasan utama.[13]

Analisis data dilakukan melalui analisis isi kualitatif, analisis konseptual, dan sintesis kritis. Analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi gagasan, konsep, dan argumentasi utama yang terdapat dalam literatur. Analisis konseptual digunakan untuk menguraikan makna dan

[11] M. Agus Wahyudi, Sehat Ihsan Shadiqin, and Eka Srimulyani, "The Digital Transformation of Sufi Orders in Indonesia: A Typology of Cyber Sufism," Teosofia: Indonesian Journal of Islamic Mysticism 14, no. 2 (2025); Eko Harianto et al., "Algorithmic Spiritual Authority: Digital Sufism and the Reconfiguration of Sanad in Indonesia," ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin 26, no. 2 (2025).

[12] Hannah Snyder, "Literature Review as a Research Methodology: An Overview and Guidelines," Journal of Business Research 104 (2019): 333–339, https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039

[13] Hamed Taherdoost, "Towards Nuts and Bolts of Conducting Literature Review: A Typology of Literature Review," Electronics 12, no. 4 (2023): 1–22, https://doi.org/10.3390/electronics12040800

karakteristik sanad, otoritas spiritual, popularitas, serta algoritma media sosial dalam konteks dakwah sufistik. Sementara itu, sintesis kritis digunakan untuk mempertemukan, membandingkan, dan mengevaluasi berbagai perspektif sehingga dapat ditemukan hubungan konseptual, ketegangan teoretis, dan ruang pengembangan gagasan baru. Tahapan analisis meliputi pembacaan mendalam terhadap sumber, pengelompokan informasi berdasarkan tema, perbandingan antarkonsep, identifikasi kesenjangan penelitian, serta penyusunan sintesis konseptual.[14]

Secara operasional, penelitian ini dilakukan melalui empat tahap utama. Tahap pertama adalah identifikasi dan pengumpulan literatur yang berkaitan dengan otoritas spiritual dalam tradisi sufistik dan perkembangan dakwah digital. Tahap kedua adalah klasifikasi sumber ke dalam tema sanad dan legitimasi tradisional, popularitas dan legitimasi sosial, algoritma dan visibilitas digital, serta implikasinya terhadap hubungan dai dan mad'u. Tahap ketiga adalah analisis kritis terhadap hubungan dan perbedaan mekanisme legitimasi tersebut. Tahap keempat adalah rekonstruksi konseptual melalui penyusunan kerangka otoritas spiritual hibrida dalam dakwah sufistik, yang mempertemukan legitimasi berbasis sanad, kredibilitas keilmuan, integritas spiritual, pengakuan komunitas, popularitas sosial, dan visibilitas algoritmik.[15]

Keabsahan argumentasi dijaga melalui pemeriksaan silang antarsumber (*source triangulation*), yaitu membandingkan berbagai karya akademik yang membahas konsep atau fenomena yang sama dari perspektif berbeda. Peneliti juga membedakan secara cermat antara konsep normatif dalam tradisi sufistik, temuan penelitian empiris, dan interpretasi konseptual yang dikembangkan dalam artikel ini. Dengan cara tersebut, rekonstruksi otoritas spiritual tidak diposisikan sebagai fakta empiris yang telah terbukti secara universal, melainkan sebagai proposisi teoretis yang dihasilkan melalui sintesis kritis terhadap literatur. Kerangka yang

[14] Klaus Krippendorff, Content Analysis: An Introduction to Its Methodology, 4th ed. (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2019); Uwe Flick, An Introduction to Qualitative Research, 6th ed. (London: SAGE Publications, 2018).

[15] Jimmy Malintang et al., "Pengembangan Kerangka Penelitian untuk Studi Pendidikan Agama Islam: Sintesis Konseptual melalui Systematic Literature Review," LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran dan Kebudayaan 20, no. 1 (2026), https://doi.org/10.35316/lisanalhal.v20i1.1-13

dirumuskan selanjutnya dapat diuji melalui penelitian lapangan mengenai praktik dakwah sufistik di berbagai platform media sosial.[16]

PEMBAHASAN

1. Otoritas Spiritual dalam Tradisi Sufistik: Sanad, Mursyid, dan Legitimasi Dakwah

Otoritas spiritual merupakan salah satu aspek fundamental dalam tradisi sufistik karena tasawuf tidak hanya berkaitan dengan penyampaian pengetahuan keagamaan, tetapi juga dengan proses pembentukan dan transformasi batin manusia. Pengetahuan sufistik idealnya tidak berhenti pada aspek kognitif, melainkan berorientasi pada *tazkiyat al-nafs*, pembentukan akhlak, pengendalian hawa nafsu, kedalaman kesadaran spiritual, dan penghayatan terhadap nilai-nilai keislaman. Karena itu, figur yang memberikan bimbingan spiritual tidak hanya dituntut memiliki kemampuan menyampaikan materi keagamaan, tetapi juga memiliki kapasitas keilmuan, keteladanan moral, pengalaman spiritual, dan legitimasi dalam tradisi yang diwakilinya.

Jurnal Ilmiah Spiritualis (JIS)
Jurnal Pemikiran Islam dan Tasawuf

Dalam konteks tarekat, kedudukan *mursyid* mempunyai posisi penting karena ia berfungsi sebagai pembimbing perjalanan spiritual murid. Hubungan antara mursyid dan murid bukan sekedar hubungan antara pengajar dan peserta didik, tetapi merupakan hubungan pembinaan yang melibatkan keteladanan, pendampingan, disiplin spiritual, dan proses internalisasi nilai. Karena itu, otoritas seorang mursyid tidak semata-mata dibentuk oleh kemampuan berbicara di hadapan publik, melainkan oleh proses panjang yang berkaitan dengan tradisi keilmuan dan spiritual.

Di sinilah konsep *sanad* memperoleh posisi penting. *Sanad* dapat dipahami sebagai mata rantai transmisi pengetahuan atau otoritas yang menghubungkan seorang guru dengan guru sebelumnya dan, dalam konteks tarekat, membentuk kesinambungan silsilah spiritual. Keberadaan sanad memberikan dimensi historis dan genealogis terhadap otoritas. Seorang guru tidak berdiri sebagai sumber pengetahuan yang sepenuhnya terpisah dari tradisi, tetapi menjadi bagian dari jaringan transmisi yang lebih panjang.

Dalam perspektif ini, sanad mempunyai fungsi epistemologis sekaligus sosial. Secara epistemologis, sanad memberikan informasi mengenai jalur transmisi pengetahuan dan praktik spiritual. Secara sosial, sanad menjadi salah satu dasar pengakuan komunitas terhadap legitimasi seorang guru. Karena itu, otoritas sufistik

[16] Norman K. Denzin, The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods (New York: Routledge, 2017); John W. Creswell and Cheryl N. Poth, Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches, 4th ed. (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2018).

memiliki sifat relasional: ia dibentuk oleh hubungan antara guru, murid, tradisi, komunitas, dan institusi spiritual.

Karakter tersebut membedakan otoritas spiritual dari popularitas. Seseorang dapat mempunyai popularitas tinggi tetapi tidak memiliki legitimasi spiritual yang memadai. Sebaliknya, seorang guru dapat mempunyai otoritas kuat dalam komunitas tertentu tanpa menjadi figur populer di media sosial. Perbedaan tersebut menjadi semakin penting ketika dakwah sufistik memasuki ruang digital karena media sosial cenderung memperlihatkan indikator otoritas dalam bentuk yang mudah dihitung, seperti jumlah pengikut, tayangan, komentar, *likes*, dan *shares*.

Dalam perspektif ilmu dakwah, persoalan tersebut berhubungan dengan konsep kredibilitas *da'i*. Da'i bukan hanya penyampai pesan (*muballigh*), tetapi juga aktor yang menjadi representasi nilai yang disampaikannya. Karena itu, kualitas dakwah tidak dapat dilepaskan dari kompetensi, integritas, keteladanan, dan kemampuan memahami *mad'u*. Otoritas spiritual dalam dakwah sufistik dengan demikian memiliki dimensi yang lebih dalam daripada sekedar kemampuan menghasilkan perhatian.

Temuan penelitian kontemporer mengenai transformasi tarekat di Indonesia memperlihatkan bahwa ketika tarekat memasuki ruang digital, *murṣyid* dan *sanad* tetap menjadi sumber legitimasi penting. Transformasi teknologi lebih banyak mengubah cara praktik dan ajaran sufistik disampaikan, diakses, dan diinteraksikan daripada menghapus struktur legitimasi tradisional tersebut.[17]

Dengan demikian, dasar pertama otoritas spiritual dalam dakwah sufistik tetap berada pada legitimasi substantif, yaitu sanad, keilmuan, integritas moral, pengalaman spiritual, dan pengakuan komunitas. Media sosial kemudian menjadi lingkungan baru tempat legitimasi tersebut diperkenalkan dan dinegosiasikan.

2. Digitalisasi Tarekat dan Perubahan Ruang Transmisi Dakwah Sufistik

Digitalisasi telah mengubah ruang komunikasi keagamaan dari ruang yang sebelumnya lebih terbatas secara geografis menjadi ruang yang bersifat terbuka, terhubung, dan partisipatif. Dalam konteks sufisme, perubahan tersebut melahirkan apa yang dalam sejumlah kajian disebut sebagai *Cyber-Sufism*, yaitu praktik dan ekspresi sufistik yang berlangsung melalui teknologi digital.

Penelitian Wahyudi, Shadiqin, dan Srimulyani terhadap sembilan tarekat di Indonesia mengidentifikasi dua bentuk utama *Cyber-Sufism*, yaitu tipe informatif dan

[17] M. Agus Wahyudi, Sehat Ihsan Shadiqin, and Eka Srimulyani, "The Digital Transformation of Sufi Orders in Indonesia: A Typology of Cyber Sufism," *Teosofia: Indonesian Journal of Islamic Mysticism* 14, no. 2 (2025): 273–300.

interaktif. Tipe informatif memanfaatkan media digital untuk menyebarkan ajaran, literatur, informasi organisasi, serta dokumentasi kegiatan. Sementara itu, tipe interaktif memungkinkan terbentuknya hubungan yang lebih partisipatif melalui konsultasi spiritual, *dhikr*, *ṣuḥbah*, pertemuan virtual, bahkan praktik *bay'ah* secara daring pada komunitas tertentu.[18]

Temuan tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi tidak sekedar memindahkan materi dakwah dari mimbar ke layar. Digitalisasi dapat mengubah cara seseorang menemukan guru, memperoleh pengetahuan, berinteraksi dengan komunitas, dan membangun pengalaman keagamaan. Jika sebelumnya seseorang mengenal guru melalui jaringan keluarga, pesantren, majelis, atau rekomendasi komunitas, kini ia dapat menemukan figur spiritual melalui mesin pencarian, YouTube, TikTok, Instagram, Facebook, atau platform lainnya.

Perubahan ini menghasilkan apa yang dapat disebut sebagai pergeseran jalur akses otoritas. Pada sistem tradisional, akses terhadap otoritas lebih banyak berlangsung melalui hubungan sosial dan institusional. Pada sistem digital, akses tersebut dapat dimulai dari hubungan pengguna dengan konten.

Pergeseran ini penting dalam kajian dakwah. Hubungan awal antara *da'i* dan *mad'u* tidak selalu lagi dimulai melalui pertemuan fisik. Mad'u dapat terlebih dahulu mengenal pesan, kemudian mengenal figur penyampainya, kemudian mencari informasi mengenai latar belakang keilmuan dan spiritualnya, dan akhirnya memutuskan apakah akan mengikuti lebih jauh.

Dengan demikian, proses komunikasi dakwah mengalami perubahan dari pola da'i → pesan → *mad'u* menuju pola yang lebih kompleks: da'i → konten → platform → algoritma → pengguna → interaksi → komunitas → pembentukan kepercayaan.

Dalam pola tersebut, platform menjadi mediator yang ikut memengaruhi apakah pesan dakwah dapat ditemukan atau tidak. Namun demikian, digitalisasi tidak otomatis menggantikan hubungan spiritual secara langsung. Informasi mengenai tasawuf dapat disampaikan melalui video berdurasi beberapa menit, tetapi proses pembinaan jiwa membutuhkan proses yang lebih panjang. Karena itu, terdapat perbedaan antara akses digital terhadap ajaran sufistik dan internalisasi spiritual melalui proses pembinaan.

Perbedaan ini penting agar dakwah digital tidak terjebak dalam anggapan bahwa konsumsi konten sama dengan transformasi spiritual. Seseorang dapat menonton ratusan video tasawuf tanpa mengalami perubahan perilaku yang signifikan. Sebaliknya,

[18] Wahyudi, Shadiqin, and Srimulyani, "The Digital Transformation of Sufi Orders in Indonesia," 273–300

seseorang dapat memperoleh manfaat spiritual yang besar dari konten yang sederhana apabila pesan tersebut dihayati dan diterapkan dalam kehidupan.

Penelitian mengenai transformasi digital tarekat juga menunjukkan bahwa digitalisasi dapat menjadi bentuk adaptasi tanpa menghilangkan unsur tradisional seperti mursyid, sanad, dan praktik spiritual.[19] Dengan demikian, perubahan yang terjadi lebih tepat disebut sebagai rekonfigurasi ruang dakwah dan transmisi spiritual daripada penghapusan tradisi.

3. Popularitas Digital sebagai Legitimasi Sosial dalam Dakwah

Salah satu karakter utama media sosial adalah kemampuannya mengubah respons audiens menjadi data yang terlihat. Jumlah pengikut, tayangan, *likes*, komentar, dan *shares* memungkinkan popularitas seseorang diukur secara kuantitatif. Kondisi ini menghasilkan bentuk legitimasi sosial yang berbeda dari legitimasi tradisional.

Dalam dakwah sufistik, popularitas mempunyai fungsi strategis. Semakin luas jangkauan seorang dai, semakin besar peluang pesan dakwahnya diterima oleh masyarakat. Media sosial memungkinkan nilai-nilai seperti *sabar*, *tawakal*, *zuhud*, *ikhlas*, *maḥabbah*, *taubat*, dan *ihsan* disampaikan kepada kelompok masyarakat yang sebelumnya mungkin tidak mempunyai akses terhadap majelis atau komunitas tarekat.

Jurnal Ilmiah Spiritualis (JIS)
Jurnal Pemikiran Islam dan Tasawuf

Popularitas dengan demikian tidak selalu merupakan sesuatu yang negatif. Dalam perspektif dakwah, popularitas dapat menjadi instrumen untuk memperluas *reach* pesan. Persoalan muncul ketika popularitas tidak lagi diposisikan sebagai sarana komunikasi, tetapi berubah menjadi ukuran utama kebenaran dan otoritas.

Jumlah pengikut menunjukkan luasnya jaringan sosial, tetapi tidak secara langsung menunjukkan kedalaman keilmuan. Jumlah *views* menunjukkan tingkat keterpaparan, tetapi tidak otomatis menunjukkan pemahaman. Jumlah *likes* menunjukkan respons pengguna, tetapi tidak dapat membuktikan transformasi moral. Jumlah *shares* menunjukkan sirkulasi pesan, tetapi tidak menjamin akurasi isi. Karena itu, perlu dibedakan tiga konsep:

Popularitas → seberapa banyak orang mengenal atau memperhatikan seorang figur.

Kredibilitas → sejauh mana figur tersebut dianggap dapat dipercaya berdasarkan kompetensi dan integritas.

[19] Ibid., 296–300.

Otoritas spiritual → sejauh mana figur tersebut memiliki legitimasi untuk memberikan bimbingan dan pengetahuan spiritual.

Ketiganya dapat berhubungan, tetapi tidak identik.

Kajian mengenai otoritas keagamaan berbasis platform menunjukkan bahwa media sosial melahirkan bentuk legitimasi yang merupakan hasil negosiasi antara pengetahuan tradisional, performativitas religius, serta visibilitas dan *engagement* berbasis platform.[20] Temuan tersebut memperkuat kebutuhan untuk membedakan antara *social recognition* dan *spiritual legitimacy*.

Bagi dakwah sufistik, pembedaan ini sangat penting karena karakter pesan sufistik cenderung membutuhkan kedalaman refleksi. Pesan mengenai penyucian jiwa, pengendalian diri, keikhlasan, atau hubungan batin dengan Allah tidak selalu dapat direduksi menjadi konten yang paling mudah memperoleh perhatian.

Di sinilah muncul ketegangan antara logika dakwah dan logika popularitas. Logika dakwah menuntut ketepatan pesan dan transformasi mad'u, sedangkan logika popularitas cenderung mengutamakan perhatian dan keterlibatan. Keduanya dapat berjalan bersama, tetapi tidak boleh disamakan.

Jurnal Dakwah Spiritualis (JIS)
Jurnal Pemikiran Islam dan Tasawuf

4. Algoritma dan Produksi Visibilitas Dakwah Keagamaan

Algoritma media sosial menjadi unsur penting dalam pembentukan visibilitas digital. Pengguna tidak selalu menerima seluruh konten yang diproduksi oleh akun yang mereka ikuti. Platform melakukan proses seleksi, rekomendasi, dan pemeringkatan berdasarkan berbagai sinyal yang berkaitan dengan perilaku pengguna, karakteristik konten, serta pola interaksi.

Karena itu, visibilitas dakwah tidak sepenuhnya ditentukan oleh kualitas substansi pesan. Sebuah kajian sufistik yang sangat mendalam dapat memperoleh jangkauan terbatas, sementara konten singkat yang sederhana dan emosional dapat memperoleh jangkauan jauh lebih besar.

Fenomena ini menunjukkan adanya perbedaan antara nilai epistemik pesan dan nilai distribusional pesan. Nilai epistemik berkaitan dengan kualitas pengetahuan dan kebenaran argumentasi. Nilai distribusional berkaitan dengan kemampuan konten memperoleh ruang dalam sistem komunikasi platform.

[20] Achmad Sulfikar and Daisy Indira Yasmine, "Platformized Religious Authority: Rethinking Legitimacy in the Age of Social Media Influencers," *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman* 20, no. 2 (2025): 141–171.

Dalam konteks ini, algoritma dapat dipahami sebagai mediator visibilitas. Ia tidak menentukan apakah suatu ajaran sufistik benar atau salah, tetapi memengaruhi peluang suatu konten untuk ditemukan oleh pengguna.

Kajian Harianto dkk. secara khusus menunjukkan bahwa ruang digital dapat menghasilkan *algorithmic spiritual authority*, yaitu kondisi ketika metrik, pengulangan, estetika, dan resonansi emosional dapat menjadi proksi yang memengaruhi persepsi terhadap kredibilitas spiritual. Studi tersebut juga menekankan bahwa hubungan antara visibilitas dan otoritas perlu dibedakan dari efek rekomendasi algoritmik yang benar-benar dapat diamati.[21]

Temuan tersebut penting karena menunjukkan bahwa persoalan algoritma bukan semata-mata persoalan teknologi, tetapi persoalan epistemologi dakwah. Ketika sesuatu sering muncul di beranda, pengguna dapat mengembangkan persepsi bahwa konten tersebut penting, benar, atau layak dipercaya. Padahal, frekuensi kemunculan tidak identik dengan validitas keagamaan.

Dengan demikian, terdapat risiko konversi visibilitas menjadi persepsi otoritas. Prosesnya dapat digambarkan sebagai:

Jurnal Ilmiah Spiritualis (JIS)
Jurnal Pemikiran Islam dan Tasawuf

Visibilitas tinggi → frekuensi paparan meningkat → familiaritas meningkat → persepsi kredibilitas dapat meningkat → kemungkinan mengikuti figur meningkat.

Rangkaian tersebut bukan hubungan otomatis pada setiap pengguna, tetapi merupakan mekanisme sosial-digital yang penting untuk diperhatikan dalam dakwah.

Karena itu, dai perlu memahami algoritma bukan untuk memanipulasi mad'u, melainkan untuk memastikan pesan yang kredibel dapat memperoleh akses kepada publik tanpa mengorbankan kedalaman dan akurasi pesan.

5. Sanad dan Algoritma: Dua Logika Legitimasi yang Berbeda

Pertemuan antara sanad dan algoritma menunjukkan adanya dua sistem legitimasi yang bekerja dengan logika berbeda. Sanad bekerja melalui kesinambungan transmisi, hubungan guru-murid, pengakuan komunitas, dan tradisi keilmuan. Algoritma bekerja melalui sistem klasifikasi, rekomendasi, personalisasi, dan distribusi konten.

Dengan demikian, sanad menjawab pertanyaan: "Dari mana otoritas pengetahuan dan bimbingan spiritual diperoleh?"

[21] Eko Harianto, Reni Dian Lestari, Try Riduwan Santoso, and Jamaludin, "Algorithmic Spiritual Authority: Digital Sufism and the Reconfiguration of Sanad in Indonesia," *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 26, no. 2 (2025): 96–108.

Sementara algoritma lebih berkaitan dengan pertanyaan: "Konten apa yang memiliki peluang lebih besar untuk ditampilkan dan ditemukan?"

Kedua pertanyaan tersebut tidak berada pada level yang sama. Karena itu, algoritma tidak dapat menggantikan sanad.

Akan tetapi, algoritma dapat mengubah kondisi sosial tempat sanad dikenali. Seorang dai yang mempunyai sanad mungkin tidak dikenal masyarakat luas jika tidak memiliki akses komunikasi digital. Sebaliknya, seseorang yang tidak mempunyai legitimasi tradisional dapat memperoleh popularitas besar karena kemampuan komunikasi dan performativitas digital.

Hal tersebut menunjukkan bahwa otoritas spiritual di era digital berada dalam situasi negosiasi. Tradisi memberikan dasar legitimasi, sedangkan platform memberikan medan distribusi. Audiens kemudian menjadi pihak yang menilai, memilih, mengikuti, membagikan, atau mempertanyakan figur tersebut.

Studi tentang *digital religious creatives* juga menunjukkan munculnya aktor keagamaan baru yang memperoleh pengaruh publik melalui keterampilan komunikasi digital, bukan semata-mata melalui mekanisme kepemimpinan tradisional.[22] Kondisi ini memperlihatkan bahwa struktur otoritas keagamaan sedang mengalami diversifikasi.

Namun, diversifikasi tidak berarti semua bentuk otoritas mempunyai bobot epistemik yang sama. Seorang *content creator* dapat memiliki pengaruh sosial yang besar tanpa memiliki posisi sebagai ulama atau mursyid. Sebaliknya, seorang ulama atau mursyid dapat memiliki legitimasi keilmuan yang tinggi tanpa menjadi figur populer.

Oleh karena itu, dakwah sufistik membutuhkan mekanisme yang dapat menghubungkan visibilitas digital dengan legitimasi substantif, bukan mempertukarkan keduanya.

6. Rekonstruksi Otoritas Spiritual: Konsep Otoritas Spiritual Hibrida

Berdasarkan sintesis literatur, artikel ini menawarkan konsep otoritas spiritual hibrida sebagai model untuk memahami perkembangan dakwah sufistik di era algoritma.

Otoritas spiritual hibrida merupakan bentuk otoritas yang terbentuk melalui pertemuan antara legitimasi tradisional, legitimasi keilmuan, legitimasi etis-spiritual, pengakuan komunitas, dan visibilitas digital. Konsep ini tidak menyatakan bahwa algoritma menghasilkan otoritas spiritual secara langsung. Sebaliknya, algoritma

[22] Heidi A. Campbell, "Approaching Religious Authority Through the Rise of New Leadership Roles Online," dalam *The Oxford Handbook of Digital Religion*, ed. Heidi A. Campbell and Pauline Hope Cheong (Oxford University Press, 2022), 344–360.

menyediakan lingkungan distribusi yang memungkinkan suatu otoritas menjadi lebih terlihat, dikenal, dan dinegosiasikan.

Model tersebut dapat dijelaskan melalui lima komponen. Pertama, legitimasi sanad. Sanad menyediakan hubungan dengan tradisi transmisi pengetahuan dan spiritualitas. Ia menjadi fondasi historis dan genealogis dari otoritas.

Kedua, legitimasi keilmuan. Seorang dai perlu mempunyai kemampuan memahami dan menjelaskan ajaran agama secara bertanggung jawab. Sanad tanpa kompetensi keilmuan yang memadai tidak cukup untuk menjamin kualitas komunikasi dakwah.

Ketiga, integritas spiritual. Dalam dakwah sufistik, pesan tidak hanya diukur dari argumentasi, tetapi juga dari kesesuaian antara pesan dan keteladanan. Integritas menjadikan dakwah tidak berhenti sebagai komunikasi verbal.

Keempat, pengakuan komunitas. Otoritas selalu mempunyai dimensi sosial. Pengakuan dari jamaah, komunitas tarekat, lembaga pendidikan, dan lingkungan keagamaan memperkuat posisi seorang dai.

Kelima, visibilitas digital. Media sosial memungkinkan seorang dai menjangkau *mad'u* dalam skala yang jauh lebih luas. Visibilitas menjadi unsur penting dalam distribusi pesan, tetapi bukan sumber utama legitimasi spiritual. Dengan demikian, model konseptual artikel ini dapat dirumuskan:

Jurnal Ilmiah Spiritualis (JIS)
Jurnal Pemikiran Islam dan Tasawuf

Sanad + Keilmuan + Integritas Spiritual + Pengakuan Komunitas
↓
Legitimasi Spiritual
↓
Media Digital
↓
Visibilitas + Popularitas + Engagement
↓
Pengakuan Sosial-Digital
↓
Negosiasi Otoritas
↓
Otoritas Spiritual Hibrida
↓
Dakwah Sufistik Transformatif

Model ini sekaligus menjadi pembeda artikel dari kajian yang hanya membahas *algorithmic spiritual authority*. Jika kajian sebelumnya terutama menjelaskan bagaimana visibilitas platform dapat mengonfigurasi ulang otoritas spiritual, artikel ini mengembangkan persoalan tersebut dalam perspektif ilmu dakwah, yaitu

bagaimana konfigurasi otoritas tersebut memengaruhi kredibilitas dai, hubungan dengan mad'u, strategi dakwah, dan orientasi transformasi spiritual. Kajian tentang *platformized religious authority* memang telah mengembangkan gagasan hibridisasi antara otoritas berbasis pengetahuan, karisma, dan platform.[23] Karena itu, kontribusi artikel ini perlu ditegaskan pada konteks sufistik dan praksis dakwah.

7. Implikasi Otoritas Spiritual Hibrida terhadap Strategi Dakwah

Konsep otoritas spiritual hibrida mempunyai konsekuensi langsung terhadap strategi dakwah. Dai sufistik tidak cukup hanya menguasai ilmu tasawuf, tetapi juga perlu memahami lingkungan digital tempat pesan tersebut disampaikan.

Pertama adalah kebutuhan terhadap integrasi literasi spiritual dan literasi digital. Literasi spiritual diperlukan agar dai memahami substansi tasawuf secara mendalam, sedangkan literasi digital diperlukan agar dai mampu menerjemahkan substansi tersebut ke dalam bentuk komunikasi yang sesuai dengan karakter mad'u digital.

Kedua adalah pentingnya strategi konten berlapis. Pesan sufistik yang kompleks tidak selalu dapat disampaikan secara lengkap dalam video pendek. Oleh karena itu, konten pendek dapat digunakan sebagai pengantar, kemudian diarahkan kepada konten yang lebih panjang, kajian mendalam, kelas daring, komunitas, atau forum pembinaan.

Jurnal Ilmiah Spiritualis (JIS)
Jurnal Pemikiran Islam dan Tasawuf

Ketiga adalah transparansi kredensial keagamaan. Dalam kondisi siapa pun dapat memproduksi konten keagamaan, dai perlu terbuka mengenai latar belakang pendidikan, guru, sanad, lembaga, dan bidang kompetensinya. Transparansi tersebut bukan untuk menciptakan kultus terhadap figur, tetapi membantu mad'u melakukan penilaian yang lebih rasional.

Keempat adalah penggunaan algoritma secara etis. Dai dapat memanfaatkan pengetahuan mengenai karakter platform untuk memperluas jangkauan dakwah, tetapi tidak seharusnya mengorbankan akurasi pesan demi mengejar viralitas. Judul provokatif, potongan pernyataan yang menyesatkan, atau eksploitasi emosi dapat meningkatkan perhatian tetapi berpotensi mereduksi kedalaman dakwah.

Kelima adalah membangun jalur dari perhatian menuju pembinaan. Konten viral seharusnya tidak menjadi titik akhir. Konten tersebut dapat menjadi pintu masuk menuju proses belajar yang lebih sistematis. Dengan cara ini, strategi dakwah digital tidak berhenti pada *content production*, tetapi bergerak menuju *spiritual formation*.

[23] Sulfikar and Yasmine, "Platformized Religious Authority," 141–171

8. Dari Viralitas menuju Transformasi: Reorientasi Ukuran Keberhasilan Dakwah

Salah satu implikasi terpenting dari rekonstruksi otoritas adalah perlunya mengubah ukuran keberhasilan dakwah. Dalam ekosistem digital, keberhasilan sering kali diukur berdasarkan *reach*, *views*, *likes*, komentar, dan *shares*. Semua indikator tersebut berguna untuk mengukur jangkauan komunikasi, tetapi belum cukup untuk mengukur keberhasilan dakwah.

Dalam perspektif sufistik, dakwah mempunyai orientasi transformasional. Pesan dakwah diarahkan pada perubahan manusia, baik dalam aspek pemahaman, sikap, perilaku, maupun kualitas hubungan spiritual dengan Allah dan sesama manusia. Karena itu, perlu dibedakan antara:

Attention → apakah pesan memperoleh perhatian?

Engagement → apakah mad'u memberikan respons?

Learning → apakah mad'u memahami pesan?

Internalization → apakah nilai tersebut dihayati?

Transformation → apakah terjadi perubahan perilaku dan kualitas kehidupan?

Jurnal Ilmiah Spiritualis (JIS)
Jurnal Pemikiran Islam dan Tasawuf

Kelima tahap tersebut menunjukkan bahwa *views* dan *likes* hanya berada pada tahap awal. Dakwah yang berhasil secara substantif membutuhkan proses yang lebih Panjang.

Dari sini artikel ini menawarkan pergeseran dari *attention-oriented da'wah* menuju *transformation-oriented da'wah*. Perhatian tetap penting karena tanpa perhatian pesan sulit menjangkau mad'u. Namun, perhatian harus dipandang sebagai sarana menuju pembelajaran dan transformasi.

Dalam konteks tasawuf, ukuran transformasi dapat berupa meningkatnya kesadaran diri, pengendalian nafsu, keikhlasan, kesabaran, kedisiplinan ibadah, kepedulian sosial, serta perubahan akhlak. Indikator tersebut tentu tidak semuanya mudah diukur melalui media sosial, tetapi justru di situlah letak perbedaan antara keberhasilan komunikasi digital dan keberhasilan dakwah spiritual.

9. Sintesis Konseptual: Otoritas Spiritual Hibrida sebagai Model Dakwah Sufistik Kontemporer

Berdasarkan keseluruhan pembahasan, rekonstruksi otoritas spiritual di era algoritma tidak menunjukkan hilangnya otoritas tradisional. Yang terjadi adalah

P-ISSN 2442-5907
E-ISSN 2797-2585

perubahan lingkungan tempat otoritas tersebut ditampilkan, dikenali, diuji, dan dinegosiasikan.

Sanad tetap berfungsi sebagai fondasi legitimasi tradisional. Keilmuan memberikan legitimasi epistemik. Integritas memberikan legitimasi etis-spiritual. Komunitas memberikan legitimasi sosial. Media digital memberikan visibilitas dan jangkauan. Dengan demikian, otoritas spiritual hibrida dapat dirumuskan sebagai:

Otoritas Spiritual Hibrida = Sanad + Keilmuan + Integritas Spiritual + Pengakuan Komunitas + Visibilitas Digital.

Formula tersebut bukan persamaan matematis, melainkan proposisi konseptual. Ia menunjukkan bahwa otoritas spiritual kontemporer merupakan hasil interaksi berbagai sumber legitimasi yang memiliki fungsi berbeda. Dalam model ini, algoritma bukan pengganti sanad, melainkan mediator distribusi dan visibilitas. Popularitas bukan pengganti keilmuan, melainkan indikator pengakuan sosial. Engagement bukan bukti transformasi spiritual, melainkan indikator interaksi awal.

Dengan demikian, kontribusi artikel terhadap ilmu dakwah terletak pada tiga hal. Pertama, artikel memperluas kajian otoritas spiritual dengan memasukkan dimensi algoritmik tanpa mengabaikan sanad. Kedua, artikel menghubungkan kajian Digital Sufism dengan persoalan inti ilmu dakwah, khususnya legitimasi dai, relasi dai–mad'u, strategi komunikasi, dan transformasi mad'u. Ketiga, artikel menawarkan konsep otoritas spiritual hibrida sebagai kerangka untuk memahami bagaimana legitimasi tradisional dan visibilitas digital dapat berinteraksi dalam dakwah sufistik. Secara konseptual, hubungan tersebut dapat diringkas sebagai berikut:

Tradisi Sufistik
Sanad – Mursyid – Keilmuan – Integritas
↓
Legitimasi Spiritual
↓
Dakwah Digital
↓
Platform – Algoritma – Popularitas – *Engagement*
↓
Visibilitas dan Pengakuan Sosial
↓
Negosiasi Otoritas
↓
Otoritas Spiritual Hibrida

↓
Relasi Dai–*Mad'u*
↓
Pembelajaran – Penghayatan – Transformasi

Model tersebut memperlihatkan bahwa tujuan akhir dakwah sufistik bukanlah memperoleh posisi tertinggi dalam hierarki popularitas digital, melainkan menjadikan teknologi sebagai sarana memperluas akses terhadap nilai-nilai spiritual tanpa menghilangkan fondasi epistemik dan etis tradisi sufistik.

Dengan demikian, dakwah sufistik di era algoritma menghadapi tantangan ganda. Di satu sisi, dai perlu mampu memasuki ruang digital agar pesan sufistik tidak terputus dari generasi yang hidup dalam budaya platform. Di sisi lain, dai harus menjaga agar mekanisme popularitas dan algoritma tidak menggeser standar otoritas spiritual menjadi semata-mata persoalan keterlihatan.

Pada titik inilah otoritas spiritual hibrida menjadi relevan. Ia bukan bentuk kompromi antara tradisi dan teknologi, melainkan model integrasi kritis: tradisi memberikan kedalaman dan legitimasi, sementara teknologi menyediakan akses, jangkauan, dan ruang komunikasi baru. Keberhasilan dakwah kemudian ditentukan oleh kemampuan mengubah visibilitas menjadi pembelajaran dan pembelajaran menjadi transformasi spiritual.

Jurnal Ilmiah Spiritualis (JIS)
Jurnal Pemikiran Islam dan Tasawuf

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian dan sintesis literatur, dapat disimpulkan bahwa perkembangan media sosial dan sistem algoritmik telah membawa perubahan signifikan terhadap cara otoritas spiritual diproduksi, ditampilkan, dikenali, dan dinegosiasikan dalam dakwah sufistik. Perubahan tersebut tidak menunjukkan bahwa otoritas tradisional berbasis *sanad*, *mursyid*, keilmuan, dan integritas spiritual telah kehilangan relevansinya. Sebaliknya, otoritas tradisional tetap menjadi fondasi penting dalam legitimasi spiritual, tetapi kini berada dalam lingkungan komunikasi yang berbeda, yaitu ruang digital yang ditandai oleh keterbukaan, interaktivitas, popularitas, dan mekanisme algoritmik.

Dalam tradisi sufistik, *sanad* memiliki kedudukan penting karena menghubungkan proses transmisi pengetahuan dan pembinaan spiritual dengan jaringan guru dan tradisi yang lebih panjang. Otoritas seorang *mursyid* tidak semata-mata dibentuk oleh kemampuan menyampaikan pesan, tetapi juga oleh kesinambungan keilmuan, keteladanan, integritas moral, pengalaman spiritual, dan pengakuan komunitas. Oleh karena itu, otoritas spiritual tidak dapat disamakan dengan popularitas. Jumlah pengikut, *views*, *likes*, komentar, dan *shares* menunjukkan tingkat jangkauan serta respons sosial, tetapi tidak secara otomatis menunjukkan kedalaman keilmuan maupun legitimasi spiritual seseorang.

Digitalisasi tarekat dan dakwah sufistik kemudian menciptakan perubahan pada ruang transmisi spiritual. Media sosial memungkinkan ajaran tasawuf, praktik zikir, nasihat spiritual, kajian keagamaan, dan aktivitas komunitas tarekat menjangkau masyarakat yang lebih luas tanpa dibatasi oleh ruang geografis. Namun, akses terhadap konten sufistik tidak identik dengan proses pembinaan spiritual. Media digital dapat memperluas jangkauan pesan dan membuka akses terhadap pengetahuan, tetapi dimensi keteladanan, pendampingan, disiplin, dan relasi guru-murid tetap mempunyai karakter yang tidak sepenuhnya dapat direduksi menjadi interaksi digital.

Pada saat yang sama, algoritma media sosial menciptakan bentuk visibilitas baru yang berpengaruh terhadap persepsi masyarakat terhadap figur keagamaan. Konten yang memperoleh interaksi tinggi memiliki peluang lebih besar untuk memperoleh distribusi dan perhatian. Kondisi tersebut melahirkan perbedaan antara otoritas epistemik dan visibilitas algoritmik. Otoritas epistemik berkaitan dengan alasan substantif mengapa seseorang layak dipercaya sebagai sumber pengetahuan dan bimbingan, sedangkan visibilitas algoritmik berkaitan dengan sejauh mana konten atau figur memperoleh ruang untuk ditemukan oleh pengguna. Algoritma dapat memperluas visibilitas, tetapi tidak dapat dijadikan pengganti *sanad*, keilmuan, dan integritas spiritual.

Atas dasar tersebut, penelitian ini menawarkan konsep otoritas spiritual hibrida sebagai kontribusi konseptual bagi pengembangan kajian dakwah sufistik di era digital. Otoritas spiritual hibrida merupakan konfigurasi otoritas yang mempertemukan legitimasi sanad, kompetensi keilmuan, integritas spiritual, pengakuan komunitas, dan visibilitas digital. Dalam model ini, popularitas dan algoritma tidak ditempatkan sebagai sumber kebenaran spiritual, tetapi sebagai unsur sosial dan mediatik yang memengaruhi jangkauan, pengenalan, dan proses negosiasi otoritas.

Konsep tersebut memperlihatkan bahwa hubungan antara tradisi sufistik dan teknologi tidak harus dipahami dalam kerangka pertentangan antara tradisional dan modern. Persoalan yang lebih penting adalah bagaimana teknologi digunakan tanpa menggeser standar legitimasi spiritual. Sanad memberikan kesinambungan tradisi, keilmuan memberikan dasar epistemik, integritas memberikan dasar etis-spiritual, komunitas memberikan pengakuan sosial, sedangkan media digital menyediakan ruang distribusi dan visibilitas. Interaksi kelima unsur tersebut membentuk konfigurasi otoritas yang lebih kompleks dalam dakwah sufistik kontemporer.

Implikasi berikutnya berkaitan dengan strategi dakwah. Dai sufistik perlu mengembangkan literasi digital sekaligus literasi spiritual. Kemampuan mengemas pesan agar sesuai dengan karakter media sosial perlu berjalan bersama dengan penguasaan keilmuan, keteladanan, dan tanggung jawab moral. Media sosial sebaiknya tidak hanya digunakan untuk memperoleh perhatian, tetapi diarahkan sebagai pintu masuk menuju pembelajaran,

penghayatan, pembinaan, dan transformasi spiritual. Dengan demikian, ukuran keberhasilan dakwah perlu diperluas dari sekedar *views*, *likes*, *followers*, dan *engagement* menuju indikator yang lebih substantif seperti pemahaman keagamaan, perubahan sikap, pembentukan akhlak, penguatan kesadaran spiritual, dan perubahan perilaku.

Dengan demikian, kontribusi utama penelitian ini terhadap Ilmu Dakwah terletak pada upaya menjelaskan bahwa transformasi dakwah sufistik di era algoritma bukan sekedar persoalan perubahan media, tetapi merupakan perubahan pada struktur visibilitas dan negosiasi otoritas dai. Dakwah sufistik menghadapi kebutuhan untuk mempertahankan legitimasi tradisional sekaligus mengembangkan kompetensi digital agar pesan spiritual dapat hadir secara relevan di tengah masyarakat yang semakin terhubung dengan media sosial.

PENUTUP

Dakwah sufistik di era algoritma berada pada persimpangan antara tradisi spiritual dan teknologi komunikasi. Media sosial memberikan peluang yang sangat besar untuk memperluas jangkauan nilai-nilai tasawuf kepada masyarakat modern, khususnya generasi yang memperoleh pengetahuan keagamaan melalui ruang digital. Akan tetapi, perluasan jangkauan tersebut juga membawa konsekuensi berupa perubahan cara masyarakat mengenali dan menilai otoritas keagamaan.

Jurnal Ilmiah Spiritualis (JIS)
Jurnal Pemikiran Islam dan Tasawuf

Dalam situasi tersebut, tantangan utama dakwah sufistik bukan sekedar bagaimana seorang dai memperoleh popularitas, tetapi bagaimana popularitas dan visibilitas digital dapat diarahkan untuk memperkuat proses transformasi spiritual. Algoritma dapat membantu pesan dakwah ditemukan, tetapi tidak dapat menggantikan kedalaman ilmu, sanad, keteladanan, dan integritas spiritual. Demikian pula popularitas dapat memperluas jangkauan dakwah, tetapi tidak dapat dijadikan ukuran tunggal terhadap validitas dan otoritas spiritual.

Oleh karena itu, konsep otoritas spiritual hibrida yang ditawarkan dalam penelitian ini dapat menjadi kerangka awal untuk memahami perkembangan dakwah sufistik kontemporer. Konsep tersebut menempatkan teknologi bukan sebagai pengganti tradisi, melainkan sebagai lingkungan baru tempat otoritas spiritual dikomunikasikan, dikenali, diuji, dan dinegosiasikan. Integrasi antara sanad, keilmuan, integritas spiritual, pengakuan komunitas, dan visibilitas digital memungkinkan dakwah sufistik tetap berakar pada tradisi sekaligus responsif terhadap perubahan masyarakat.

Penelitian ini juga membuka ruang bagi kajian selanjutnya. Karena penelitian ini menggunakan metode *library research* dan menghasilkan proposisi konseptual, model otoritas spiritual hibrida yang dirumuskan masih perlu diuji melalui penelitian empiris. Penelitian berikutnya dapat mengkaji praktik dakwah sufistik pada platform tertentu, pengalaman dai yang memiliki sanad dan sekaligus aktif sebagai kreator digital, persepsi mad'u terhadap kredibilitas dai di media sosial, maupun hubungan antara popularitas digital dan perubahan

spiritual jamaah. Penelitian lapangan tersebut penting untuk mengetahui sejauh mana konsep otoritas spiritual hibrida dapat menjelaskan dinamika dakwah sufistik dalam berbagai konteks sosial dan budaya.

Pada akhirnya, relevansi dakwah sufistik di era digital tidak ditentukan oleh seberapa jauh ia mengikuti logika algoritma, tetapi oleh kemampuannya memanfaatkan teknologi tanpa kehilangan orientasi spiritual. Algoritma dapat memperluas jangkauan, popularitas dapat membuka perhatian, tetapi transformasi spiritual tetap membutuhkan ilmu, keteladanan, integritas, dan proses pembinaan. Dengan prinsip tersebut, dakwah sufistik dapat hadir di ruang digital secara adaptif sekaligus tetap menjaga kedalaman nilai, kesinambungan tradisi, dan tujuan utama dakwah sebagai proses pembentukan manusia yang beriman, berakhlak

DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman. 2024. "Metode Penelitian Kepustakaan dalam Pendidikan Islam." *Adabuna* 3 (2): 102–113. https://doi.org/10.38073/adabuna.v3i2.1563.

Al-Ghazali, Abu Hamid. 2010. *The Beginning of Guidance: The Imam al-Ghazali's Book of Guidance for the Beginner*. Translated by Mashhad Al-Allaf. Louisville, KY: Fons Vitae.

Al-Ghazali, Abu Hamid. 2015. *The Book of Knowledge: Book 1 of the Ihya' 'Ulum al-Din*. Translated by Kenneth Honerkamp. Louisville, KY: Fons Vitae.

Bunt, Gary R. 2018. *Hashtag Islam: How Cyber-Islamic Environments Are Transforming Religious and Political Landscapes*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.

Campbell, Heidi A. 2007. "Who's Got the Power? Religious Authority and the Internet." *Journal of Computer-Mediated Communication* 12 (3): 1043–1062. https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00362.x.

Campbell, Heidi A. 2022. "Approaching Religious Authority Through the Rise of New Leadership Roles Online." In *The Oxford Handbook of Digital Religion*, edited by Heidi A. Campbell and Pauline Hope Cheong, 344–360. Oxford: Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780197549803.013.16.

Campbell, Heidi A., and Ruth Tsuria. 2022. *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. 2nd ed. New York: Routledge.

Chittick, William C. 1989. *The Sufi Path of Knowledge: Ibn al-'Arabi's Metaphysics of Imagination*. Albany: State University of New York Press.

Chittick, William C. 1994. *Imaginal Worlds: Ibn al-'Arabi and the Problem of Religious Diversity*. Albany: State University of New York Press.

Creswell, John W., and Cheryl N. Poth. 2018. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. 4th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE.

Denzin, Norman K. 2017. *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. New York: Routledge.

Eickelman, Dale F., and Jon W. Anderson, eds. 2003. *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere*. 2nd ed. Bloomington: Indiana University Press.

Ernst, Carl W. 2011. *Sufism: An Introduction to the Mystical Tradition of Islam*. Boston: Shambhala.
Flick, Uwe. 2018. *An Introduction to Qualitative Research*. 6th ed. London: SAGE.
Gillespie, Tarleton. 2018. *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions That Shape Social Media*. New Haven, CT: Yale University Press.
Harianto, Eko, Reni Dian Lestari, Try Riduwan Santoso, and Jamaludin. 2025. "Algorithmic Spiritual Authority: Digital Sufism and the Reconfiguration of Sanad in Indonesia." *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 26 (2): 96–108. https://doi.org/10.14421/esensia.v26i2.7772.
Hjarvard, Stig. 2008. "The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change." *Northern Lights* 6 (1): 9–26. https://doi.org/10.1386/nl.6.1.9/1.
Hjarvard, Stig. 2016. "Mediatization and the Changing Authority of Religion." *Media, Culture & Society* 38 (1): 8–17. https://doi.org/10.1177/0163443715615412.
Kitchin, Rob. 2017. "Thinking Critically About and Researching Algorithms." *Information, Communication & Society* 20 (1): 14–29.
Knysh, Alexander. 2017. *Sufism: A New History of Islamic Mysticism*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
Krippendorff, Klaus. 2019. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. 4th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE.
Lohlker, Rüdiger, and Soleh Hasan Wahid. 2026. "The Transformation of Islamic Religious Authority." *Religions* 17 (4): 493.
Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, and Johnny Saldaña. 2019. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. 4th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE.
Rozehnal, Robert. 2022. *Cyber Muslims: Mapping Islamic Digital Media in the Internet Age*. New York: Bloomsbury Academic.
Rozehnal, Robert. 2023. *Cyber Sufism in the Global West*. Leiden: Brill.
Schimmel, Annemarie. 2011. *Mystical Dimensions of Islam*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
Snyder, Hannah. 2019. "Literature Review as a Research Methodology: An Overview and Guidelines." *Journal of Business Research* 104: 333–339. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039.
Striphas, Ted. 2015. "Algorithmic Culture." *European Journal of Cultural Studies* 18 (4–5): 395–412.
Sulfikar, Achmad, and Daisy Indira Yasmine. 2025. "Platformized Religious Authority: Rethinking Legitimacy in the Age of Social Media Influencers." *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman* 20 (2): 141–171. https://doi.org/10.21274/epis.2025.20.02.141-171.
Taherdoost, Hamed. 2023. "Towards Nuts and Bolts of Conducting Literature Review: A Typology of Literature Review." *Electronics* 12 (4): 1–22. https://doi.org/10.3390/electronics12040800.
Trimingham, J. Spencer. 1998. *The Sufi Orders in Islam*. Oxford: Oxford University Press.
Wahyudi, M. Agus, Sehat Ihsan Shadiqin, and Eka Srimulyani. 2025. "The Digital Transformation of Sufi Orders in Indonesia: A Typology of Cyber Sufism." *Teosofia: Indonesian Journal of Islamic Mysticism* 14 (2): 273–300. https://doi.org/10.21580/tos.v14i2.28356.

P-ISSN 2442-5907
E-ISSN 2797-2585

Zuhri, Saifuddin, et al. 2026. "Transforming Religious Authority: Fatwas in the Social Media Era." *YUDISIA* 17 (1).

Jurnal Ilmiah Spiritualis (JIS)
Jurnal Pemikiran Islam dan Tasawuf