

Humble Exclusivism: Solusi Wacana Etis Otoritas Keagamaan di Ruang Digital

Muhamad Aulia Kemal F asas¹

¹ Departement of Aqidah and Islamic Philoshopy, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

ARTICLE INFO

Received : 2025-11-12

Revised : 2025-12-15

Accepted : 2025-12-19

Keywords

Digital Religious Authority;

Humble Exclusivism;

Islamic Ethics.

Corresponding Author

kemalfasas@uinsgd.ac.id

ABSTRACT

The digitalization of religious authority faces a moral and epistemic crisis driven by social media's algorithmic logic, which favors performative popularity over institutional knowledge. This research aims to formulate "*Humble Exclusivism*" as an Islamic ethical framework to address this tension. The study employs a qualitative-descriptive method with a library research approach, integrated within the Digital Islamic Studies framework. The findings demonstrate that humble exclusivism functions as an ethical paradigm emphasizing epistemic humility and moral accountability, thereby shifting legitimacy from algorithmic visibility back to the moral domain. The study concludes that this framework provides a viable model for contemporary authority, implying the need for digital da'wah to prioritize ethical responsibility over engagement metrics.

PENDAHULUAN

Ruang digital pada era saat ini tidak lagi sekadar alat komunikasi pelengkap, melainkan telah berevolusi menjadi "mimbar baru" yang secara radikal meruntuhkan sekat-sekat sakralitas otoritas keagamaan tradisional. Transformasi ini menandai lahirnya cyberculture (Bell, 2007; Nur et al., 2024), di mana ruang siber berfungsi sebagai ruang publik (*public sphere*) tempat agama dipraktikkan, dinegosiasikan, dan dibincangkan dalam jejaring yang kompleks atau networked religion (Campbell, 2020). Realitas ini memaksa kita meninjau ulang bagaimana pengetahuan keagamaan dikonsumsi, mimbar dan majelis taklim konvensional kini harus bersaing ketat dengan algoritma media sosial sebagai rujukan utama pencarian kebenaran.

Transformasi ini melahirkan demokratisasi otoritas yang memicu pergeseran fundamental, yaitu legitimasi tidak lagi dimonopoli oleh institusi keagamaan formal atau sanad keilmuan pesantren, melainkan diperebutkan secara bebas di pasar digital (Eickelman & Anderson, 2003). Akibatnya, muncul figur-figur baru yang otoritasnya tidak dibangun di atas kedalaman ilmu, melainkan pada kemampuan

retorika dan penguasaan logika algoritma. Sebagaimana dijelaskan Hamdani (2020), bahwa terjadi peralihan dari ulama tradisional menuju figur populer, di mana "kualitas" sering kali dikalahkan oleh "visibilitas" dan "viralitas" dalam menentukan siapa yang pantas didengar.

Namun, di balik peluang dakwah di ruang digital yang banyak memudahkan agar informasi dan ajaran-ajaran agama dapat tersebar dengan cepat, juga di dalamnya diiringi kemunculan persoalan serius tentang legitimasi dan otoritas pengetahuan keagamaan. Dalam banyak kasus, kecepatan penyebaran informasi ini tidak diimbangi dengan kedalaman keilmuan dan tanggung jawab moral dalam menyampaikan pesan-pesan agama, sebab, mau bagaimanapun, otoritas keagamaan dalam Islam adalah persoalan kompleks yang berada di antara otoritas Ilahi (*divine authority*) dan otoritas manusia (*human authority*) yang menafsirkan kehendak Tuhan melalui nash (Khaled Abou El Fadl, 2001), dan jika tidak diikuti oleh kesadaran atas kualitas pengetahuan yang mumpuni dapat memberikan disrupsi atas mana yang mengatakan *haq* dan mana yang menyampaikan *bathil*. Akibatnya, klaim kebenaran sering kali muncul tanpa landasan metodologis dan epistemik yang kuat dan turut menciptakan polarisasi di tengah masyarakat Muslim.

Fenomena ini bukan sekadar persoalan ruang digital sebagai tempat wacana keagamaan yang disampaikan dan diterima, tetapi juga menyentuh tentang siapa dan bagaimana ia disampaikan di ruang digital, sehingga persoalan etis dan epistemologis yang lebih dalam perlu dikaji. Ruang digital menampilkan wajah baru otoritas agama yang sering kali terjebak pada logika simbolik digital, algoritma, dan logika viralitas (Wibowo & Triadi, 2025). Otoritas tidak lagi diukur dari integritas keilmuan yang dipunyai sang penyampai, melainkan jumlah pengikut dan tingkat keterjangkauan konten turut membentuk prespektif masyarakat muslim dalam memilih pendapat yang mana yang perlu diikuti. Dalam konteks ini, terjadi pergeseran dari otoritas berbasis sanad keilmuan menuju otoritas berbasis visualisasi dan retorika digital (Prayitno, 2025). Pergeseran tersebut berpotensi mengikis nilai-nilai dasar dalam tradisi keilmuan Islam, terutama dalam nilai *tawadhu'* (kerendahan hati). Dengan demikian, jika tidak disertai dengan kerangka etika yang memadai, ruang digital dapat berisiko menjadi arena produksi wacana keagamaan yang dangkal, eksklusif, dan destruktif secara sosial. Oleh karena itu, muncul kebutuhan mendesak dalam merumuskan kembali paradigma etika otoritas keagamaan yang mampu menjawab tantangan era digital tanpa mengabaikan prinsip-prinsip moral Islam yang telah lama menjadi fondasi tradisi intelektual Islam itu sendiri.

Kajian tentang hubungan antara otoritas keagamaan dan media digital telah menjadi perhatian penting dalam dua dekade terakhir, terutama di kalangan sarjana studi agama dan komunikasi. Eickelman dan Anderson (2003) merupakan di antara

tokoh awal yang menyoroti munculnya public Islam, yaitu kondisi di mana media massa membuka ruang bagi umat Muslim untuk berpartisipasi dalam produksi dan perdebatan keagamaan. Mereka menunjukkan bahwa media modern, termasuk Internet, telah mendistribusikan otoritas dari kalangan ulama tradisional kepada individu-individu baru yang memiliki kemampuan retorik dan teknologi. Pandangan ini kemudian dikembangkan oleh Stewart Hoover (2016), yang memperkenalkan konsep *plausibility structure* untuk menjelaskan bagaimana media tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga membentuk struktur kepercayaan dan otoritas yang dianggap sah oleh publik. Dalam perspektif Hoover, otoritas keagamaan kini bersifat mediatif, di mana ia dibangun melalui narasi, simbol, dan mekanisme representasi yang dipercaya masyarakat digital.

Selanjutnya, Heidi Campbell (2020) menambahkan dimensi yang lebih spesifik dengan mengemukakan gagasan *algorithmic authority*. Menurutnya, dalam ekosistem media sosial, otoritas tidak lagi ditentukan oleh kualifikasi keilmuan atau institusional, melainkan oleh algoritma yang mengatur visibilitas dan popularitas konten. Dengan demikian, otoritas keagamaan menjadi semakin bergantung pada logika platform digital, di mana legitimasi diperoleh melalui angka keterlibatan (*engagement*) dan bukan melalui sanad keilmuan atau otoritas moral. Temuan ini memperlihatkan bahwa digitalisasi agama tidak hanya mentransformasikan cara dakwah dan pengetahuan keagamaan disebarkan, tetapi juga mengubah mekanisme produksi kebenaran itu sendiri.

Di Indonesia, Hasan (2009) menunjukkan fenomena serupa dalam kerangka public piety, yakni munculnya ekspresi kesalehan publik yang sangat dipengaruhi oleh estetika visual dan komodifikasi religius. Sementara Saenong & Nisa (2022) menyoroti dimensi gender dan ekonomi dalam dakwah digital, terutama di kalangan perempuan Muslim muda, yang memadukan kesalehan dengan ekspresi identitas dan budaya populer.

Meskipun penelitian-penelitian tersebut telah memperkaya pemahaman tentang transformasi otoritas keagamaan di ruang digital, sebagian besar masih berfokus pada aspek sosiologis dan representasional. Dimensi etika wacana dan tanggung jawab moral dalam praktik otoritas digital belum mendapat perhatian serius. Padahal, ketika siapa pun dapat berbicara atas nama agama, muncul pertanyaan mendasar tentang bagaimana otoritas keagamaan seharusnya dijalankan secara etis dalam konteks mediatif dan algoritmik. Oleh karena itu, artikel ini akan memfokuskan kajian pada analisis muatan konten dan narasi dakwah digital yang merepresentasikan pergeseran legitimasi tersebut. Celah inilah yang menjadi pijakan utama bagi artikel ini dengan landasan dalam upaya mengintegrasikan kajian tentang mediasi otoritas (Hoover), otoritas algoritmik (Campbell), serta etika keilmuan Islam dalam kerangka konsep etika *humble*

exclusivism, dari Grube (2023). Secara spesifik, penelitian ini diajukan untuk menjawab pertanyaan penelitian, yaitu Bagaimana konsep humble exclusivism dapat direformulasi sebagai kerangka etika normatif untuk mengatasi krisis otoritas yang disebabkan oleh logika algoritmik?

Melalui pertanyaan tersebut, arah tulisan ini ditegaskan sebagai sebuah analisis konseptual-kritis yang tidak hanya menjelaskan fenomena otoritas digital, tetapi juga menawarkan paradigma etis bagi keberlangsungan otoritas keagamaan yang bertanggung jawab. Pembahasan mengenai pergeseran otoritas keagamaan, terutama ketika ia disebabkan oleh perkembangan teknologi di mana ruang digital turut mengubahnya, dapat menimbulkan persoalan baru yang tidak hanya bersifat epistemologis, tetapi juga etis. Jika otoritas keilmuan Islam dalam awal mulanya dibangun melalui sanad, adab, dan tanggung jawab moral dalam menyampaikan ilmu, maka era digital menghadirkan model legitimasi yang berbeda dikarenakan sifat digitalnya, yaitu lebih cair dan terfragmentasi. Siapa pun kini dapat berbicara atas ajaran-ajaran agama yang didapatnya dengan kredibilitasnya yang sering kali diukur bukan dari dasar-dasar bagaimana ulama terdahulu memberikan pemahaman agama. Maka, kemampuan menarik perhatian audiens menjadi faktor tambahan yang lumayan menentu alih-alih integritas keilmuan yang dipunyanya. Tulisan ini diharapkan dapat berfungsi sebagai kerangka moral bagi pelaku otoritas keagamaan dalam konteks modern, sekaligus merumuskan kembali tanggung jawab moral dalam praktik penyampaian pengetahuan agama dimana realitas digital menjadi mediasi dalam menyampaikan ajaran-ajaran agama Islam.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka, dalam menganalisa Data diperoleh melalui literatur akademik yang membahas otoritas keagamaan digital dan etika Islam, serta hasil observasi terhadap praktik dakwah daring di platform media sosial. Secara spesifik, observasi ini dilakukan dengan pendekatan fenomenologis untuk menangkap struktur pengalaman (*structure of experience*) dalam interaksi dakwah digital. Langkah ini dijalankan dengan mengamati bagaimana otoritas keagamaan 'menampakkan diri' (*appearing*) tidak hanya melalui teks ucapan, tetapi melalui simbol-simbol visual, dramaturgi penyampaian, dan respon afektif audiens di kolom komentar yang secara kolektif mengonstruksi legitimasi kebenaran di ruang algoritma.

Kerangka *mediatization of religion* yang dikembangkan oleh Stewart M. Hoover (2016) menjadi dasar untuk memahami media bukan sekadar alat dakwah, tetapi sebagai struktur sosial yang membentuk makna, legitimasi, dan otoritas keagamaan, sedangkan kerangka digital religion dari Heidi A. Campbell (2020), khususnya konsep *algorithmic authority*, digunakan untuk menjelaskan bagaimana logika

algoritmik dan partisipasi pengguna menentukan bentuk legitimasi dan visibilitas otoritas di ruang digital. Kedua kerangka tersebut membantu menafsirkan pergeseran otoritas keagamaan Islam dari legitimasi tekstual dan institusional menuju bentuk baru yang bersifat performatif, jaringan, dan algoritmik.

Di atas dua pendekatan sosiologis tersebut, penelitian ini menempatkan konsep *humble exclusivism* dari Grube (2023) sebagai kerangka etis utama. Prinsip ini kemudian dikontekstualisasikan dalam etika Islam melalui nilai tawadhu' (kerendahan hati epistemik), amanah ilmiah (tanggung jawab moral), dan ikhlas (kemurnian niat), sehingga membentuk paradigma etika otoritas Islam digital yang berakar pada tradisi moral Islam namun terbuka terhadap ruang mediatif modern. Data penelitian bersumber dari literatur akademik, fenomena dakwah digital di Indonesia, serta sumber-sumber doktrinal Islam yang meliputi ayat-ayat Al-Qur'an dan Hadis Nabi. Kriteria relevansi teks-teks ini ditentukan berdasarkan muatan substantifnya yang membahas etika epistemologi, seperti perintah verifikasi informasi (*tabayyun*), tanggung jawab penyampaian ilmu (*amanah*), dan prinsip kerendahan hati (*tawadhu'*), yang berfungsi sebagai landasan normatif untuk mengukur deviasi etika dalam praktik otoritas digital. Data tersebut kemudian dianalisis melalui metode interpretatif kualitatif untuk menyintesis teori mediatization dan digital religion dengan kerangka etis *humble exclusivism*. Melalui metodologi ini, penelitian berupaya melampaui deskripsi fenomena menuju artikulasi paradigma etika Islam yang menjaga tanggung jawab moral dan kerendahan hati epistemik dalam otoritas keagamaan di ruang digital.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan *humble exclusivism* sebagai kerangka etika Islam dalam praktik otoritas keagamaan di ruang digital, dengan mendialogkannya bersama teori mediatization of religion (Hoover, 2016) dan digital religion (Campbell, 2020). Pembacaan analisis-deskriptif ini dioperasionalisasikan secara dialektis: perspektif Hoover dan Campbell digunakan untuk membongkar struktur determinasi teknologi yang mengikis otoritas, sementara *humble exclusivism* dihadirkan sebagai respons korektif untuk memulihkan dimensi agensi moral yang hilang tersebut. Melalui integrasi tiga kerangka tersebut, penelitian ini berupaya menunjukkan bahwa transformasi otoritas keagamaan di era algoritmik tidak hanya menuntut analisis sosiologis, tetapi juga refleksi etis yang berpijak pada kesadaran epistemik dan tanggung jawab moral. *Humble exclusivism*, sebagaimana dikemukakan Grube (2023), dipahami sebagai sikap epistemologis dan etis yang mempertahankan klaim iman secara tegas namun dengan kerendahan hati terhadap keterbatasan pengetahuan manusia. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menjelaskan perubahan struktur otoritas keagamaan di ruang digital, tetapi juga menawarkan paradigma etika Islam

yang mampu menyeimbangkan komitmen terhadap kebenaran dengan kesadaran moral dalam berwacana dan berotoritas di era mediatif dan algoritmik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Krisis Etika Otoritas Keagamaan di Ruang Digital

Fenomena digitalisasi keagamaan telah menciptakan pergeseran mendasar dalam struktur otoritas Islam. Terdapat beberapa temuan empiris yang telah dilakukan dalam beberapa penelitian terdahulu. Beberapa di antaranya, adalah penelitian Dina Istiqomah dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa kehadiran tafsir digital melalui media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok menandai transisi dari otoritas keilmuan berbasis sanad menuju *algorithmic authority*, di mana ketika legitimasi keagamaan tidak lagi ditentukan oleh kedalaman ilmu, tetapi terdapat faktor yang menjadi pertimbangan besar yang lain seperti popularitas dan interaksi algoritmik. Transformasi ini memperluas akses umat terhadap akses pengetahuan dan pembelajaran Islam yang dapat diakses secara visual seperti konten-konten yang berbentuk video maupun poster-poster di Instagram, dan juga bagaimana partisipatif yang semakin meluas sehingga tidak ada lagi hambatan seperti akses jauhnya agar pembelajaran atau infomarsi itu bisa didapat. Namun, keadaan ini tentu memberikan sebuah dampak yang sekaligus menimbulkan krisis etika, dikarenakan bagaimana kredibilitas keilmuan dan verifikasi sanad sering kali bukan menjadi pertimbangan para audiens dalam memilah siapa saja yang perlu dan tidak perlu didengar. Dengan demikian, ruang digital menjadi arena pertarungan dua sisi kutub: membuka peluang adaptasi yang kreatif, namun juga memperlihatkan gejala fragmentasi epistemologis yang mengancam keutuhan otoritas Islam berdasarkan epistemik yang telah mapan.

Sebagaimana ditegaskan oleh Hanif dkk. (2023), krisis otoritas ini berakar dari lemahnya moralitas diskursus di ruang publik digital. Wacana keagamaan di media sosial berkembang secara liar tanpa kendali etik, memunculkan klaim kebenaran sepihak dan retorika puritan yang menyingkirkan dialog. Dalam konteks ini, Khaled Abou el Fadl (2004) menegaskan bahwa otoritas keagamaan seharusnya tidak diukur semata dari kapasitas intelektual atau posisi struktural, melainkan dari kompetensi moral yang meliputi kejujuran, kesungguhan, rasionalitas, dan pengendalian diri. Tanpa fondasi moral tersebut, otoritas kehilangan legitimasi dan bergeser menjadi otoritarianisme, yakni dominasi wacana yang mengatasnamakan Tuhan untuk menutup perbedaan penafsiran. Maka, krisis etika otoritas digital bukan hanya persoalan epistemologis, tetapi juga moralitas representasi: siapa yang berhak berbicara atas nama agama dan bagaimana kebenaran disampaikan kepada publik.

Dalam kerangka ini, konsep humble exclusivism (Grube, 2023) menawarkan jalan tengah antara klaim iman dan kesadaran epistemik. Grube merekonstruksi eksklusivisme religius dengan menggantikan parameter biner (benar-salah” atau “kami-mereka”) dengan paradigma justifikasionis, yaitu pengakuan bahwa kebenaran iman tetap sah, tetapi justifikasinya bersifat terbatas dan terbuka terhadap koreksi rasional. Ketika diterapkan pada konteks Islam digital, humble exclusivism dapat dipahami sebagai kesadaran etis seorang pemegang otoritas untuk mempertahankan keimanan secara tegas tanpa menafikan kemungkinan kekeliruan manusiawi dalam proses komunikasi keagamaan. Ia menjadi bentuk “kerendahan hati epistemik” (*epistemic humility*) yang menjaga otoritas dari dua ekstrem: otoritarianisme dan relativisme. Prinsip ini sejalan dengan konsep *tawadhu’* dan *amanah ilmiyyah* dalam tradisi etika Islam, di mana ilmu agama harus disampaikan dengan tanggung jawab moral dan penghormatan terhadap keberagaman pemahaman.

Fenomena krisis etika otoritas keagamaan di ruang digital tidak hanya dapat dirunut secara konseptual, tetapi juga tampak nyata dalam praktik dakwah dan komunikasi keagamaan kontemporer. Beberapa penelitian mutakhir menunjukkan bagaimana struktur otoritas Islam kini dijalankan melalui algoritma, estetika, dan performativitas media.

Mula-mula kita dapat membaca apa yang telah Indah Suryawati dan Udi Rusadi (2021) temukan, mengenai kanal YouTube milik Ustadz Das’ad Latif. Di dalam penelitian tersebut terdapat kesimpulan bahwa proses dakwah telah beralih menjadi bentuk komodifikasi religius. Dakwah yang sebelumnya dimaknai sebagai kewajiban moral dan khidmah spiritual, kini dijalani dengan pertimbangan logika produksi konten: ditata dengan perencanaan visual, pemilihan judul yang provokatif, serta pengaturan narasi yang selaras dengan strategi *engagement*. Meskipun Ustadz Das’ad Latif menolak menempatkan ekonomi dan politik sebagai motivasi utama, penelitian tersebut memperlihatkan bahwa pesan dakwah secara tidak terhindarkan tunduk pada logika visibilitas dan seberapa jauh jangkauan yang dapat diraih dalam konten tersebut. Hal ini menjadikan dalam menyampaikan dakwah tidak lagi diukur hanya melalui pertimbangan sanad dan kedalaman ilmu, melainkan melalui performa kuantitatif seperti views, likes, dan subscriber counts, suatu gejala yang menandai pergeseran legitimasi dari epistemik ke algoritmik sosial media.

Kecenderungan serupa dapat juga dilihat melalui penelitian Triantoro (2020) terhadap figur Ustadz Abdul Somad sebagai ustaz YouTube. Melalui etnografi daring, Triantoro menunjukkan bahwa otoritas keagamaan tradisional justru mengalami rekonfigurasi di tengah budaya digital. Dalam kanal YouTube, partisipasi jamaah daring, dan bentuk estetika visual ceramah menjadi tiga poros yang tidak

hanya mengubah, tetapi juga memperkuat otoritas Ustadz Abdul Somad. Di ruang digital, otoritas tidak lagi berakar semata pada sanad dan lembaga keilmuan, melainkan pada citra moral yang dibangun melalui konsistensi performa, gaya komunikasi, serta interaksi dengan audiens virtual. Paradoks muncul ketika otoritas tradisional memperoleh kekuatan baru, namun pada saat yang sama harus menegosiasikan dirinya dalam medan visibilitas yang dikendalikan algoritma.

Adapun penelitian Aulia (2024) mengenai Ustadz Abi Azkakia memperlihatkan bentuk paling mutakhir dari mediasi dakwah: penggabungan antara ruang hiburan dan ruang spiritual. Melalui konten live streaming video gim di platform YouTube dan TikTok, Ustadz Abi menjadikan aktivitas bermain sebagai media dakwah yang interaktif dan ringan bagi audiens muda. Model ini memperlihatkan upaya kreatif untuk menjembatani kesenjangan generasi, tetapi sekaligus membuka risiko banalitas religius ketika pesan keagamaan harus bersaing dengan logika hiburan dan kecepatan algoritmik.

Ketiga temuan tersebut memberikan kita sebuah asumsi awal, bahwa krisis etika otoritas keagamaan digital bukan semata persoalan kehilangan otoritas ulama tradisional yang telah mapat, tetapi lebih dalam dari itu ia menjadi semacam krisis terhadap pertimbangan tanggung jawab moral atas cara pengetahuan agama dikonstruksi, didistribusikan, dan dikonsumsi di ruang digital. Tiga hal ini, bagaimana konstruksi, distribusi dan konsumsi di dalam era digital ini menjadikan dakwah tempat performa yang dikurasi algoritma, sementara kesalahan direduksi menjadi impresi visual. Dalam konteks inilah urgensi perumusan etika baru, seperti apa yang ditawarkan oleh *humble exclusivism*, menjadi signifikan, yakni ketika etika yang membawa otoritas keagamaan pada kesadaran epistemik dan spiritual, tanpa menafikan logika keterbukaan dan mediasi yang menjadi keniscayaan di mana dunia digital bekerja.

Dengan menggabungkan temuan empiris tadi, ditambah dengan argumentasi konseptual Hanif dkk., krisis etika otoritas keagamaan digital dapat dibaca sebagai konsekuensi dari hilangnya kesadaran etis dalam wacana Islam kontemporer. Algoritma media sosial mendorong logika visibilitas, sementara moralitas diskursus menuntut logika kesahihan moral. Ketegangan antara keduanya melahirkan kebutuhan akan paradigma baru otoritas: bukan sekadar siapa yang paling viral, tetapi siapa yang paling etis dalam berbicara atas nama Tuhan. Dalam hal ini, *humble exclusivism* menghadirkan kerangka etika Islam yang relevan dengan ia mengembalikan otoritas pada keseimbangan antara kebenaran dan kerendahan hati, antara iman dan argumentasi, antara popularitas dan tanggung jawab moral. Dengan demikian, jawaban terhadap krisis etika otoritas di ruang digital bukanlah sekadar penguatan regulasi atau sertifikasi ulama, melainkan revitalisasi moralitas epistemik yang mendasari seluruh praktik komunikasi keagamaan.

Humble Exclusivism sebagai Paradigma Etika Islam bagi Otoritas Keagamaan Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa krisis etika otoritas keagamaan di ruang digital, sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, berakar pada pergeseran legitimasi dari otoritas berbasis sanad keilmuan menuju otoritas algoritmik yang dibentuk oleh popularitas dan bentuk-bentuk penampilan yang ditujukan dalam ruang-ruang digital. Pertanyaan utama yang diajukan dalam pendahuluan, yakni bagaimana otoritas keagamaan dapat dijalankan secara etis di ruang digital, dijawab melalui sintesis antara teori *mediatization of religion* (Hoover, 2016), digital religion (Campbell, 2020), dan konsep *humble exclusivism* (Grube, 2023). Integrasi ketiganya memperlihatkan bahwa persoalan otoritas digital bukan semata problem epistemologis, tetapi juga moral, yang menuntut reposisi nilai dan tanggung jawab dalam berbicara atas nama agama. Jika Hoover menjelaskan bagaimana media membentuk struktur plausibilitas religius, dan Campbell menguraikan cara algoritma menentukan visibilitas otoritas, maka humble exclusivism hadir untuk memberikan dasar etika yang menuntun bagaimana otoritas seharusnya dijalankan di tengah logika mediatif dan algoritmik tersebut.

Secara ilmiah, interpretasi terhadap hasil ini menunjukkan bahwa humble exclusivism dapat berfungsi sebagai paradigma etika Islam yang merekonstruksi kembali hubungan antara iman dan pengetahuan dalam konteks digital. Grube (2023) menolak bentuk eksklusivisme biner yang menegasikan pihak lain, dan mengusulkan paradigma justifikasionis, kondisi di mana bahwa kebenaran iman memang dapat dipegang teguh, namun kesahihannya selalu berada dalam horizon keterbatasan manusiawi. Prinsip ini, ketika dibaca melalui kacamata Islam, sejalan dengan konsep tawadhu yang dijelaskan oleh Imam al-Ghazali: sikap rendah hati terhadap ilmu, pengakuan atas keterbatasan akal, dan penolakan terhadap klaim kebenaran absolut selain yang datang dari Allah. Dalam pandangan Al-Ghazali, tawadhu' bukan sekadar sikap sosial, tetapi merupakan disiplin spiritual dan epistemik yang menjaga otoritas keagamaan dari distorsi ego dan klaim kebenaran yang berlebihan (Ghozil Aulia & Arif, 2025). Dalam Ihya' 'Ulum al-Din, ia menegaskan bahwa kerendahan hati adalah buah dari kesadaran akan keterbatasan diri di hadapan Allah dan pemahaman bahwa ilmu merupakan amanah, bukan alat superioritas. Karena itu, *tawadhu'* menjadi prinsip etis yang menuntun pemegang otoritas agama untuk menundukkan ego intelektualnya di bawah keagungan kebenaran Ilahi. Dalam konteks ruang digital, nilai ini berfungsi sebagai ethical safeguard terhadap kecenderungan narsisisme dan performativitas religius yang muncul dari logika algoritmik. Tawadhu' mendorong figur keagamaan untuk berkomunikasi secara dialogis, terbuka terhadap kritik, dan tidak menjadikan popularitas sebagai ukuran kebenaran. Dengan demikian, dalam kerangka *Humble*

Exclusivism, tawadhu' berperan sebagai fondasi etika otoritas yang rendah hati namun tetap tegas terhadap prinsip kebenaran, menggabungkan eksklusivitas teologis dengan inklusivitas moral. Sikap ini menjadikan otoritas keagamaan digital bukan instrumen dominasi simbolik, melainkan sarana khidmah dan pelayanan terhadap umat dalam semangat keikhlasan. Dengan demikian, humble exclusivism bukan sekadar teori etika lintas agama, tetapi dapat berfungsi sebagai prinsip moral Islam yang relevan untuk otoritas keagamaan digital. Dalam konteks inilah otoritas Islam di ruang digital perlu dijalankan bukan berdasarkan siapa yang paling viral atau dominan, tetapi siapa yang paling bertanggung jawab secara moral dan epistemik terhadap kebenaran yang disampaikannya.

Temuan ini konsisten dengan argumentasi Khaled Abou El Fadl (2001), yang menekankan bahwa otoritas keagamaan sejati hanya dapat dijalankan oleh mereka yang menyadari beratnya tanggung jawab berbicara atas nama Tuhan. Dalam pandangan Abou El Fadl, tindakan menafsirkan wahyu dan menyampaikan agama bukanlah tindakan bebas nilai, tetapi merupakan “amanah moral” yang menuntut integritas, kejujuran, dan kesadaran diri (*self-restraint*). Prinsip ini beririsan kuat dengan humble exclusivism, yang sama-sama menolak kesombongan epistemik (*epistemic arrogance*) dalam diskursus keagamaan. Namun, penelitian ini juga menemukan perbedaan mendasar dengan sebagian studi terdahulu yang cenderung menekankan aspek teknologis dan sosiologis tanpa mengembangkan dimensi etika normatif. Misalnya, penelitian Hasan (2019) dan Nisa (2018) lebih fokus pada performativitas kesalehan publik di media sosial tanpa menyoroti dilema moral yang menyertai proses tersebut. Di sinilah posisi penelitian ini menjadi berbeda: bukan hanya menjelaskan perubahan otoritas, tetapi juga menegaskan perlunya etika epistemik sebagai fondasi moral bagi legitimasi keagamaan digital.

Lebih jauh, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa penerapan humble exclusivism sebagai paradigma etika Islam dapat mempertemukan dua kecenderungan besar dalam studi agama dan media, yakni antara pendekatan deskriptif yang menjelaskan “bagaimana otoritas bekerja” (Hoover dan Campbell), dengan pendekatan normatif yang menjawab “bagaimana otoritas seharusnya dijalankan.” Dengan menempatkan humble exclusivism sebagai sintesis keduanya, penelitian ini memperkenalkan model etika baru bagi otoritas keagamaan di ruang digital: sebuah otoritas yang tetap berpegang pada kebenaran iman, namun dijalankan dengan kerendahan hati epistemik, tanggung jawab moral, dan keterbukaan terhadap dialog. Dalam konteks masyarakat algoritmik yang sering menilai otoritas berdasarkan keterjangkauan visual dan kuantitas interaksi, paradigma ini mengembalikan makna otoritas ke pusatnya; sebagai amanah moral, bukan sekadar posisi sosial atau performa digital. Dengan demikian, *humble*

exclusivism menjadi bentuk praksis etika Islam kontemporer yang relevan bagi wacana keagamaan di era mediatif dan terfragmentasi.

SIMPULAN

Penelitian ini berangkat dari persoalan krisis etika otoritas keagamaan di ruang digital, yang ditandai oleh pergeseran legitimasi dari otoritas berbasis sanad keilmuan menuju otoritas algoritmik yang berpusat pada visibilitas dan popularitas. Dengan mengintegrasikan kerangka *mediatization of religion* (Hoover, 2016), digital religion (Campbell, 2020), dan konsep humble exclusivism (Grube, 2023), penelitian ini menemukan bahwa problem utama otoritas digital bukan semata perubahan struktur komunikasi keagamaan, melainkan erosi tanggung jawab epistemik dan moral dalam berbicara atas nama agama. *Humble exclusivism* dalam konteks ini berfungsi sebagai paradigma etika Islam yang mampu memadukan komitmen terhadap kebenaran iman dengan kesadaran epistemik atas keterbatasan manusia, sekaligus menegaskan kembali bahwa kerendahan hati dan amanah moral merupakan inti legitimasi keagamaan yang sah di era algoritmik.

Kontribusi utama penelitian ini terletak pada formulasi sintesis antara teori mediatization dan etika Islam, yang menghadirkan model baru bagi otoritas keagamaan: bukan hanya fenomena sosial yang terbentuk oleh algoritma dan jaringan digital, tetapi juga praktik moral yang menuntut akuntabilitas, kejujuran, dan keterbukaan dialog. Dalam paradigma ini, otoritas keagamaan tidak lagi diukur oleh seberapa luas jangkauan pengaruh digital, tetapi oleh sejauh mana pelaku otoritas mampu menjaga integritas epistemik dan tanggung jawab spiritual dalam menyampaikan kebenaran. Dengan demikian, *humble exclusivism* menawarkan jalan etis bagi ulama, dai, dan penggiat dakwah digital untuk meneguhkan posisi mereka di antara dua kutub ekstrem, di mana otoritarianisme keagamaan dan relativisme wacana publik, dengan tetap melalui sikap epistemik yang tegas namun rendah hati.

Meskipun penelitian ini telah memberikan dasar teoretis bagi pembentukan etika otoritas Islam di ruang digital, masih terbuka ruang luas bagi kajian lanjutan. Penelitian mendatang dapat mengembangkan model empiris penerapan humble exclusivism pada praktik dakwah digital, misalnya melalui analisis konten ceramah daring, interaksi ulama di platform media sosial, atau studi etnografi pengguna Muslim dalam menilai otoritas keagamaan online. Selain itu, studi komparatif lintas tradisi keagamaan juga dapat memperluas pemahaman tentang bagaimana *epistemic humility* dan tanggung jawab moral berperan dalam konteks pluralitas digital global. Dengan arah tersebut, penelitian ini diharapkan menjadi fondasi awal bagi pengembangan etika keilmuan Islam digital yang mampu menjaga keseimbangan antara iman, pengetahuan, dan teknologi, di mana sebuah paradigma

yang tidak hanya adaptif terhadap perubahan zaman, tetapi juga berakar kuat pada nilai-nilai moral Islam yang universal.

REFERENSI

- Aulia, M. B. (2024). Metode Komunikasi Dakwah Ustadz Abi Azkakia Melalui Konten Live Streaming Video Game Online. In Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab Dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Bell, D. (2007). Cyberculture. In *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*. Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781405165518.wbeosc195>
- Campbell, H. A. (2020). Digital Creatives and the Rethinking of Religious Authority. In *Digital Creatives and the Rethinking of Religious Authority*. <https://doi.org/10.4324/9781003045625>
- Ghozil Aulia, M., & Arif, M. (2025). The Urgency of Humility (Tawadhu') in Moral Education: An Analysis of the Concept of Humility in Islam. *IJRCS International Journal of Islamic Religion and Culture Studies*, 3(1), 31–38. <https://ijircs.com/>
- Grube, D. M. (2023). A Humble Exclusivism? In & E. van N.-V. B. Reitsma (Ed.), *Religiously Exclusive, Socially Inclusive? : A Religious Response* (pp. 25–42). Amsterdam University Press. <https://research.vu.nl/ws/portalfiles/portal/2228009/195189.pdf>
- Hasan, N. (2009). The making of public Islam: Piety, agency, and commodification on the landscape of the Indonesian public sphere. *Contemporary Islam*, 3(3), 229–250. <https://doi.org/10.1007/s11562-009-0096-9>
- Khaled Abou El Fadl. (2001). *Speaking in God's Name Islamic Law, Authority, and Women*. In Oneworld Publications.
- Najamudin, A. A. (2021). RITUAL KESALEHAN VIRTUAL DI MUSIM PANDEMI. *JISA: Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama*, 4(2), 96–112.
- Nur, D., Ibraya, N. S., & Marsuki, N. R. (2024). Dampak Sosiologi Digital Terhadap Perubahan Sosial Budaya Pada Masyarakat Masa Depan Universitas Muhammadiyah Makassar interaksi sosial dan dinamika masyarakat . Berbagai perubahan khususnya dalam bidang. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(2), 123–135.
- Prayitno, D. (2025). Bentuk-Bentuk Deotorisasi Hadis di Internet: Analisis Kontemporer terhadap Distorsi Otoritas Keilmuan dalam Ruang Digital. 4(2), 426–250.

- Saenong, F. F., & Nisa, E. F. (2022). Relegitimizing Religious Authority : Indonesian Gender-Just Ulama Amid Covid-19. *Religions*, 13(May), 1–14.
- Triantoro, D. A. (2020). Ustaz Youtube: Ustaz Abdul Somad and the Dynamics of Changing Religious Authorities. *Penamas*, 33(2), 205–224. <https://doi.org/10.31330/penamas.v33i2.405>
- Wibowo, R. A., & Triadi, I. (2025). Fatwa Di Era Disrupsi Digital : Studi Tentang Otoritas Agama Dan Pengaruh Media Sosial Terhadap Penetapan Hukum Islam. 01(03), 1–16. <https://doi.org/10.33650/joki.v4i2>