



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 4 (2025) pp: 2629-2636

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Fenomena *Cyber Religion* dalam Transformasi Praktik Keberagamaan di Era Digital (Studi Kasus Komunitas Shift)

Vivi Silvia Huri¹, Anggia Rita Andriana², Ahmad Sarbini³, Asep Iwan Setiawan⁴

¹⁻⁴Pascasarjana Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

¹silviahuriv@gmail.com, ²anggiaritaandriana110800@gmail.com, ³ahmad.sarbini@uinsgd.ac.id,

⁴iwanfidkom@uinsgd.ac.id

Abstract

This research is motivated by the increasing interest of modern young people in religious practices through digital spaces, particularly in the context of changing patterns of religious interaction from physical spaces to social media-based platforms. The purpose of this research is to analyze how the concept of cyber religion applied in the Shift Community triggers a transformation of religious practices from traditional hierarchical models to digital religiosity that is aesthetic, participatory, and adaptive to media culture. This research uses qualitative methods with descriptive analysis techniques through case studies, observations of digital content, and a literature review on the mediatization of religion and the Uses and Gratifications theory. The results of the study indicate that da'wah has shifted from a one-way lecture model to an emotional visual narrative that is creatively packaged and easily accepted by the younger generation, accompanied by active participation of digital congregations through collaborative content reproduction and distribution. The findings also indicate a shift in religious authority from a central figure to the distribution of meaning through community interactions, as well as the formation of religious identities based on personal branding and spiritual practices influenced by social media algorithms. The implications of the study emphasize that digitalization can expand the reach of da'wah and create new spiritual experiences, but strengthening digital literacy and da'wah ethics is still necessary to avoid the commercialization of religion and the reduction of the meaning of spirituality.

Keywords: *Cyber Religion, Digital Da'wah, Shift Community, Social Media*

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah turut mengubah cara masyarakat memahami dan mengamalkan ajaran keagamaan. Pemaknaan dakwah yang semula berfokus pada aktivitas tradisional seperti pengajian, khutbah Jumat, dan ceramah di ruang-ruang fisik kini berkembang dalam bentuk yang lebih dinamis melalui media sosial.[1] Kementerian Agama mencatat bahwa isu agama masih menduduki posisi vital dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Kemajuan teknologi memberikan akses luas terhadap informasi keagamaan, terutama bagi generasi muda yang cenderung menyukai pendekatan religius dengan sentuhan modern.[2] Hal ini didukung oleh, yang menekankan bahwa internet memberikan ruang interaksi yang lebih fleksibel antara pendakwah dengan audiensnya.[3]

Berdasarkan laporan *We Are Social* Indonesia Februari 2025, dari total penduduk 285 juta jiwa, tingkat urbanisasi mencapai 59,5%. Terdapat 356 juta koneksi seluler aktif (125% dari populasi), menunjukkan sebagian besar masyarakat menggunakan lebih dari satu perangkat. Sebanyak 212 juta orang (74,6%) telah terhubung ke internet, meningkat 8,7% atau sekitar 17 juta pengguna baru dibanding tahun sebelumnya. Pengguna media sosial mencapai 143 juta jiwa (50,2%), naik 2,9% dari tahun sebelumnya.[4] Data ini memperlihatkan bahwa penetrasi digital semakin kuat dan aktivitas masyarakat sangat terintegrasi dengan media sosial, termasuk dalam pencarian informasi keagamaan.



Gambar 1. Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2025

Source : <https://share.google/zlqXgX8hKu0yYRsiz> [5]

Fenomena tersebut, secara teoritik, dapat dijelaskan secara lebih komprehensif melalui pendekatan *mediatization of religion*, yang tidak hanya memposisikan media sebagai sarana penyampai pesan keagamaan, tetapi juga sebagai kekuatan struktural yang secara aktif memengaruhi, membentuk ulang, bahkan mengonstruksi cara individu memahami, menghayati, dan mempraktikkan ajaran agama dalam konteks modern. Media menjadi ruang baru bagi negosiasi makna keagamaan, sehingga otoritas religius tidak lagi sepenuhnya berada pada institusi tradisional, melainkan turut bergeser ke aktor-aktor digital. Sejalan dengan itu, teori *Uses and Gratification* menegaskan bahwa audiens bukan penerima pasif, melainkan agen aktif yang secara selektif mencari, menggunakan, dan menafsirkan konten keagamaan sesuai kebutuhan spiritual, preferensi personal, serta pembentukan identitas keagamanya. Sinergi kedua teori tersebut menjadi sangat relevan dalam membaca transformasi praktik keberagamaan di era digital, khususnya pada komunitas yang memanfaatkan media sosial sebagai medium dakwah, di mana interaksi religius tidak lagi bersifat satu arah, melainkan dialogis dan partisipatif, serta lebih adaptif terhadap dinamika sosial teknologi kontemporer.



Gambar 2. Social Media yang paling banyak digunakan 2025

Source : <https://share.google/021eWz83kfBRXQ0yK> [6]

Meskipun berbagai penelitian terdahulu telah membahas pemanfaatan teknologi digital dalam penyebaran dakwah, mayoritas kajian masih berada pada tataran umum dan normatif, seperti efektivitas internet sebagai media komunikasi dakwah atau peningkatan jangkauan audiens.[7] Penelitian sebelumnya belum secara komprehensif menelaah bagaimana praktik keberagamaan digital membentuk pola ekspresi keislaman baru melalui konstruksi visual, narasi emosional, maupun pembentukan citra religius yang dikurasi secara digital.[8] Di sinilah letak research gap yang signifikan, yaitu kurangnya kajian yang mengulas bentuk ekspresi *cyber religion* dalam konteks komunitas hijrah digital.[9] Komunitas seperti Shift tidak sekadar menyebarkan konten

dakwah, tetapi juga memainkan peran strategis dalam mengonstruksi simbol, gaya hidup, dan persona keagamaan modern yang dikonsumsi secara visual dan emosional oleh pengikutnya. [10]

Kebaruan penelitian ini terletak pada pendekatannya yang tidak hanya memfokuskan pada proses penyebaran pesan dakwah, tetapi secara mendalam menganalisis dinamika konstruksi keberagaman digital dalam fenomena *cyber religion* yang bersifat personal, partisipatif, dan populer. Melalui studi kasus Komunitas Shift, penelitian ini menelaah bagaimana media digital berperan dalam membentuk tampilan agama yang estetis, memfasilitasi ekspresi spiritual individual, hingga membangun identitas religius modern melalui desain visual, narasi emosional, dan budaya partisipasi audiens. Dengan demikian, penelitian ini menghadirkan perspektif baru yang integratif dan kritis, menunjukkan bahwa praktik dakwah digital bukan hanya transmisi ajaran, tetapi juga proses produksi makna keagamaan yang dikonstruksi secara simbolik dan dipengaruhi oleh dinamika budaya digital kontemporer.

Berdasarkan fenomena tersebut, perumusan masalah penelitian menjadi sangat penting karena menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam cara masyarakat, khususnya komunitas Shift, memahami dan mempraktikkan agama di era digital. Pertama, penelitian ini perlu menggali secara mendalam bagaimana bentuk *cyber religion* yang muncul dalam komunitas tersebut, mengingat praktik keagamaan tidak lagi sepenuhnya berlangsung secara fisik, tetapi bertransformasi menjadi interaksi virtual yang membentuk cara baru dalam mengakses, memahami, dan menyebarkan ajaran agama. Kedua, penelitian ini juga menyoroti bagaimana transformasi praktik keberagaman terjadi melalui pemanfaatan media digital sebagai ruang ekspresi religius yang memungkinkan adaptasi nilai-nilai agama dengan kebutuhan masyarakat modern, sekaligus menciptakan pola baru dalam hubungan antara pemeluk agama dan otoritas keagamaan. Ketiga, penting untuk dianalisis bagaimana peran media dalam mengonstruksi tampilan agama, karena media digital tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga ruang representasi yang dapat membentuk persepsi, narasi, bahkan otentisitas keberagaman di mata publik. Dengan demikian, tujuan penelitian ini diarahkan untuk mendeskripsikan fenomena *cyber religion* secara komprehensif, menganalisis bentuk-bentuk transformasi praktik keagamaan berbasis digital, dan menjelaskan bagaimana media secara aktif turut berperan dalam merumuskan wajah agama pada masyarakat era digital yang semakin terhubung secara virtual.

Secara teoretis, hasil penelitian diharapkan memperkaya kajian komunikasi agama dan studi keislaman, khususnya dalam memahami bagaimana media digital menjadi ruang baru bagi rekonstruksi keberagaman. [11] Sementara secara praktis, penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi komunitas keagamaan dalam mengoptimalkan dakwah digital secara bijak, memberikan pemahaman bagi masyarakat mengenai dinamika keberagaman online, serta menjadi acuan bagi praktisi media untuk mengembangkan konten religius yang berkualitas dan beretika. [12]

Implikasi lebih lanjut dari penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi dakwah digital tidak hanya menghadirkan peluang tetapi juga tantangan, seperti risiko komersialisasi konten, penyempitan pemahaman keagamaan, hingga pergeseran otoritas dari ulama tradisional menuju influencer religius. Oleh karena itu, penelitian ini menekankan pentingnya penguatan literasi digital dan etika dakwah, agar *cyber religion* dapat berkontribusi secara positif dalam membentuk keberagaman yang inklusif, reflektif, dan tetap berpegang pada nilai-nilai profetik.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian dalam kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis studi kasus yang dipadukan dengan studi kepustakaan (*library research*) serta analisis media digital. [13] guna memahami secara komprehensif fenomena *cyber religion* dalam transformasi praktik keberagaman Komunitas Shift di era digital. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berupaya menggali makna, proses, dan dinamika religiusitas yang dimediasi oleh teknologi secara mendalam dan interpretatif, penelitian kualitatif bertujuan memahami realitas sosial dari sudut pandang subjek. [14] Data diperoleh melalui kajian literatur terkait konsep *cyber religion*, *mediatization of religion*, dan teori *uses and gratifications*, serta observasi digital terhadap aktivitas Komunitas Shift di platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok, untuk menilai bagaimana dakwah dikemas, ditampilkan, dan dimaknai oleh audiens digital. Objek penelitian difokuskan pada representasi nilai agama, bentuk transformasi praktik keberagaman, dan konstruksi identitas religius yang muncul dalam ruang digital, yang mencerminkan adanya pergeseran dari dakwah konvensional menuju model dakwah modern berbasis teknologi. Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman melalui tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi, yang bertujuan menghasilkan interpretasi yang kredibel dan valid berdasarkan triangulasi antara temuan observasi, referensi teoritik, dan literatur pendukung. Dengan demikian, metode ini memungkinkan peneliti memahami bagaimana digitalisasi dakwah tidak hanya menjadi media penyebaran informasi agama, tetapi juga ruang pembentukan identitas spiritual baru bagi komunitas pemuda hijrah. [15]

3. Hasil dan Diskusi

3.1 Bentuk Fenomena *Cyber Religion* dalam Komunitas Shift

Fenomena *cyber religion* dalam Komunitas Shift menunjukkan bagaimana ruang digital menjadi arena baru pembentukan religiusitas yang lebih estetik, personal, dan partisipatif. Transformasi ini berangkat dari kebutuhan generasi muda akan bentuk keberagaman yang relevan dengan kehidupan modern, cepat diakses, dan tidak menggurui. Melalui mekanisme visualisasi pesan agama, narasi reflektif, dan gaya penyampaian yang humanis, Shift berhasil memindahkan praktik dakwah dari ruang fisik ke ruang digital secara strategis. Dakwah tidak lagi berbasis ceramah satu arah, tetapi dikemas sebagai konten digital yang mudah dikonsumsi sesuai ritme kehidupan era teknologi.[16]

Selanjutnya, *cyber religion* pada Komunitas Shift memperlihatkan perubahan paradigma dari keberagaman normatif menuju bentuk religiusitas eksperiensial yang lebih emosional. Konten dakwah tidak hanya menyampaikan ayat atau hadits, tetapi juga disandingkan dengan pengalaman psikologis audiens, seperti kegelisahan, perasaan gagal, dan pencarian makna hidup. Hal ini memperkuat teori *uses and gratifications*, yaitu digitalisasi agama digunakan audiens untuk memenuhi kebutuhan spiritual personal. Dengan demikian, dakwah berfungsi bukan hanya sebagai penyampai hukum syariat, tetapi sebagai spiritual healing yang memberikan rasa keterhubungan emosional.[17]

Fenomena ini juga ditandai oleh perubahan bentuk otoritas agama dalam ruang digital. Bila sebelumnya otoritas keagamaan bersifat sentralistik pada tokoh ulama atau ustaz, kini otoritas tersebut bergeser menjadi kolektif dan terdistribusi melalui interaksi audiens. Praktik *user generated content*, seperti pengakuan hijrah dan doa harian, memperlihatkan bahwa jamaah bukan sekadar penerima, tetapi juga produsen makna agama. Hal ini menunjukkan bahwa keberagaman tidak lagi diatur oleh struktur hierarki tradisional, melainkan oleh mekanisme kultural digital yang menumbuhkan rasa memiliki dalam komunitas virtual.[18]

Kemudian, *cyber religion* dalam komunitas Shift bersifat inklusif dan adaptif. Gaya komunikasi mereka menghindari diksi yang menghakimi, mengedepankan bahasa empati, dan menawarkan ruang diskusi terbuka tentang kegelisahan anak muda. Melalui fitur komentar, *live streaming*, dan *direct message*, audiens dapat terlibat aktif dalam praktik keberagaman digital. Pola ini menandakan dakwah sudah beralih dari pola *monodirectional* menjadi multi-directional dan interaktif. Ruang digital menjadi arena demokratisasi makna agama, yang memungkinkan setiap individu berkontribusi dalam konstruksi spiritualitas bersama.[19]

Terakhir, fenomena *cyber religion* juga menunjukkan integrasi kuat antara teknologi dan religiusitas, yang melahirkan praktik dakwah berbasis algoritma. Dengan memanfaatkan timing unggahan, teknik storytelling, dan trending topic, Shift memahami perilaku digital audiens dan menyesuaikan dakwah agar tepat sasaran. Dakwah bukan lagi sekadar penyampaian pesan, tetapi strategi mediatik yang mengikuti ritme digitalisasi. Transformasi ini memperkuat bahwa agama tidak kehilangan makna dalam ruang digital, justru menyesuaikan diri agar tetap berpengaruh dan diterima oleh generasi yang hidup dalam era modern.

Tabel 1. Bentuk Fenomena *Cyber Religion* dalam Komunitas Shift

No	Bentuk Fenomena	Karakteristik Utama	Dampak terhadap Audiens
1	Dakwah berbasis estetika digital	Visual modern, musik lembut, storytelling	Meningkatkan engagement dan penerimaan pesan spiritual
2	Spiritualitas partisipatif	Ruang komentar, live streaming, diskusi	Terbentuk komunitas empati dan dukungan iman
3	Otoritas keagamaan terdistribusi	Konten kolektif, user generated content	Audiens sebagai produsen makna agama
4	Komunikasi dakwah yang humanis	Bahasa empatik, narasi pengalaman	Membantu healing spiritual dan refleksi diri
5	Strategi dakwah berbasis algoritma	Waktu unggah tepat, konten relevan	Penetrasi pesan lebih luas & cepat

Fenomena *cyber religion* dalam Komunitas Shift mencerminkan transformasi signifikan dari praktik keberagaman tradisional menuju bentuk religiusitas digital yang estetik, inklusif, partisipatif, dan berbasis teknologi. Dakwah tidak lagi dipahami sebagai aktivitas penyampaian doktrin, tetapi sebagai proses mediatik yang menyentuh aspek emosional audiens dan membangun spiritualitas kolektif dalam ruang virtual. Perubahan ini menunjukkan bahwa agama tetap relevan di era modern selama mampu beradaptasi dengan logika media digital dan pola konsumsi informasi masyarakat. Dengan demikian, Komunitas Shift menjadi representasi nyata dari keberagaman baru yang terbentuk melalui digitalisasi, tanpa kehilangan substansi spiritual, tetapi justru memperluas jangkauannya secara lebih dinamis dan progresif.

3.2 Analisis Transformasi Praktik Keberagamaan melalui Media Digital

Transformasi praktik keberagamaan melalui media digital pada Komunitas Shift menunjukkan perubahan bentuk dakwah dari model tradisional menjadi model yang lebih modern, adaptif, dan relevan dengan kebutuhan audiens digital. Berdasarkan teori mediatization of religion (Hjarvard, 2011), agama mulai mengikuti logika media, di mana pesan-pesan keagamaan dikemas secara dinamis, visual, dan mudah dikonsumsi. Dakwah tidak lagi bergantung pada ruang fisik masjid atau forum formal, tetapi hadir melalui narasi visual pendek yang emosional dan relatable. Hal ini selaras dengan perkembangan teknologi dan preferensi generasi digital yang lebih menyukai pesan singkat, visual, dan berorientasi pengalaman.[20]

Perubahan dari jamaah fisik ke komunitas virtual mencerminkan pergeseran interaksi spiritual dari ruang konvensional ke ruang digital. Media sosial memungkinkan terbentuknya ruang diskursif baru yang tetap menjaga nilai spiritualitas, namun lebih fleksibel dan tersebar secara geografis. Dengan adanya grup komunitas daring, anggota dapat saling berbagi pengalaman hijrah, motivasi, hingga jadwal kajian tanpa batas ruang dan waktu. Tidak hanya itu, transformasi ini juga menciptakan rasa kebersamaan (sense of belonging) di ruang digital, memperlihatkan bahwa praktik keberagamaan kini lebih bersifat inklusif dan terbuka.[21]

Transformasi dari konsumsi ke partisipasi menunjukkan perubahan paradigma yang signifikan dalam praktik keberagamaan digital, di mana anggota komunitas bukan lagi sekadar objek penerima dakwah pasif, melainkan subjek aktif yang turut menciptakan, mengemas, dan mendiseminasikan pesan religius sesuai dengan pengalaman spiritual personal mereka. Penggunaan tagar seperti #ShiftTalks dan #HijrahBareng menjadi simbol representasi identitas keberagamaan yang dikonstruksi secara sadar melalui ruang digital, sekaligus menjadi strategi penyebaran dakwah yang bersifat horizontal dan berbasis komunitas. Perubahan ini menunjukkan bahwa dakwah tidak lagi dimaknai sebagai kegiatan satu arah dari dai kepada jamaah, tetapi telah berkembang menjadi proses interaktif dan kolaboratif yang memungkinkan anggota memperluas jangkauan pesan keagamaan secara organik. [22]

Hal ini sejalan dengan teori *Uses and Gratifications*, yang menjelaskan bahwa individu menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan emosional (ketenangan batin), sosial (rasa memiliki komunitas), dan spiritual (penguatan iman), sekaligus untuk meningkatkan *sense of belonging* dan memperteguh identitas religius di tengah dinamika modernitas berbasis teknologi. Dengan demikian, dakwah digital tidak hanya menjadi sarana penyampaian ajaran agama, tetapi juga menjadi arena konstruksi identitas, ekspresi diri, dan reproduksi nilai-nilai keagamaan yang lebih partisipatif dan relevan dengan konteks generasi muda.[23]

Dimensi personal branding religius menunjukkan bahwa media digital telah menjadi ruang ekspresi spiritual yang bersifat individualistik namun tetap terhubung secara komunal. Identitas religius tidak hanya diwujudkan melalui ritual, tetapi juga melalui simbol digital seperti outfit syar'i yang trendy, kutipan ayat yang disematkan dalam bio Instagram, atau postingan reflektif. Fenomena ini mencerminkan munculnya religiositas estetik yang sesuai dengan era modern, tempat spiritualitas menjadi bagian dari konstruksi identitas dan daya tarik sosial di dunia digital.[11]

Secara keseluruhan, transformasi ini mengindikasikan bahwa praktik keberagamaan telah mengalami redefinisi. Agama tidak hanya diwujudkan melalui ritual konvensional, tetapi juga melalui media, estetika, interaksi digital, dan narasi personal. Komunitas Shift merupakan representasi dari bagaimana generasi Muslim urban berusaha mempertahankan nilai keagamaan dengan pendekatan yang adaptif dan kontekstual, menunjukkan bahwa spiritualitas dapat berkembang seiring perkembangan teknologi tanpa kehilangan esensi nilai dasarnya.

Tabel 2. Analisis Transformasi Praktik Keberagamaan

No	Dimensi Transformasi	Bentuk Lama (Tradisional)	Bentuk Baru (Digital)	Implikasi Sosial-Spiritual
1	Ceramah ke Narasi Visual	Ceramah formal di masjid	Video pendek, storytelling visual	Pesan lebih mudah diterima & dibagikan
2	Jamaah ke Komunitas Virtual	Berkumpul secara fisik	Komunitas daring (Telegram, IG)	Meningkatkan sense of belonging digital
3	Konsumsi ke Partisipasi	Pendengar pasif	Kreator konten religius	Mendorong keterlibatan spiritual aktif
4	Tradisi ke Personal Branding	Identitas religius normatif	Ekspresi iman sebagai identitas digital	Muncul religiositas estetik & individual
5	Ritual ke Interaksi Media	Ibadah formal & konvensional	Praktik simbolik melalui media	Agama hadir dalam ruang publik digital

Transformasi praktik keberagamaan melalui media digital menciptakan bentuk baru ekspresi spiritual yang lebih interaktif, inklusif, dan relevan dengan tren sosial kontemporer. Pergeseran dari dakwah tradisional ke narasi visual, dari jamaah fisik ke komunitas virtual, dan dari konsumsi pesan ke partisipasi aktif menunjukkan bahwa umat beragama kini berperan sebagai subjek kreatif dalam mendefinisikan spiritualitas. Media digital

tidak sekadar menjadi saluran komunikasi, tetapi telah menjadi ruang baru praktik keagamaan yang membentuk identitas, keterhubungan sosial, dan penguatan nilai spiritual dalam era modern.

3.3 Peran Media dalam Membentuk Tampilan Agama di Era Digital

Transformasi keagamaan dalam Komunitas Shift mencerminkan peran strategis media digital sebagai agen konstruktif yang tidak hanya menyebarkan pesan dakwah, tetapi juga membentuk persepsi sosial terhadap agama. Dalam perspektif *mediatization of religion*, media tidak lagi diposisikan sebagai alat netral, tetapi sebagai entitas aktif yang mempengaruhi bagaimana agama dipahami, ditampilkan, dan dihayati oleh masyarakat. Hal ini terlihat jelas ketika narasi keagamaan dikonstruksi secara visual, estetis, dan emosional untuk menyesuaikan dengan kultur audiens digital, khususnya generasi muda urban.[21]

Media sosial berfungsi sebagai ruang representasi religius yang memungkinkan agama dipresentasikan dalam bentuk visual estetis dan naratif populer. Pemanfaatan desain grafis modern, warna lembut, dan gaya komunikasi humanis oleh Komunitas Shift membentuk citra Islam yang lebih ramah, inklusif, dan relevan dengan gaya hidup kekinian. Representasi ini mencerminkan rebranding agama dari yang kaku dan formal menuju spiritualitas modern yang aktif dan adaptif. Hal ini sesuai dengan Luthfi (2025), yang menegaskan bahwa media digital berperan dalam membentuk citra keagamaan yang dapat diterima generasi urban tanpa meninggalkan nilai spiritual dasarnya.[24]

Selanjutnya, media digital bertindak sebagai pembentuk emosi spiritual, di mana estetika konten seperti latar musik, pengaturan visual, dan gaya sinematografi menciptakan atmosfer religius yang dapat dirasakan secara virtual. Fenomena ini dikenal sebagai *emotional mediation*, yaitu penyampaian dakwah yang tidak sekadar mentransfer pesan, tetapi menghadirkan pengalaman batiniah yang menyentuh psikologis audiens. Dengan demikian, ruang digital menjadi arena spiritualisasi emosional yang memungkinkan pengguna “merasakan” nilai religius meski tidak hadir secara fisik dalam ruang ritual.[16]

Media juga memainkan peran signifikan sebagai penentu arah wacana keagamaan melalui mekanisme algoritma dan logika viralitas. Konten dakwah yang bersifat inspiratif, emosional, dan mudah dipahami seperti tema hijrah, healing Islami, dan motivasi spiritual cenderung lebih viral dibanding topik fiqh mendalam. Hal ini menunjukkan bahwa narasi keagamaan di media kerap diarahkan oleh preferensi audiens serta karakteristik media. *Mediatization* agama pada akhirnya menggeser fokus dakwah dari dimensi normatif-doktrinal menuju pengalaman spiritual personal yang lebih membumi dan mudah dicerna.[25]

Namun, dinamika ini juga membuka tantangan baru. *Mediatization* agama berpotensi menimbulkan komersialisasi dakwah, penyederhanaan pemahaman ajaran agama, hingga pergeseran otoritas dari ulama ke influencer. Oleh karena itu, integrasi antara logika media dan keilmuan agama perlu diarahkan melalui literasi digital, etika dakwah, dan penguatan otoritas keagamaan yang kredibel. Media digital semestinya tidak hanya menjadi sarana penyebaran informasi religius, tetapi juga menjadi wahana edukasi dan pembentukan moral berbasis nilai profetik: menyampaikan kebenaran, menghadirkan kasih sayang, dan mencegah kerusakan.

Tabel 3. Analisis Peran Media dalam Membentuk Tampilan Agama

No	Peran Media	Implementasi dalam Komunitas Shift	Dampak Positif	Tantangan/Konsekuensi
1	Ruang Representasi Religius	Visual modern, desain grafis islami	Agama tampil lebih ramah dan kekinian	Risiko reduksi makna substansial agama
2	Pembentuk Emosi Spiritual	Musik, sinematografi, narasi menyentuh	Meningkatkan kedekatan spiritual	Emosionalisme berlebihan tanpa kajian ilmiah
3	Penentu Arah Wacana	Algoritma mengarahkan favorit konten	Dakwah mudah diakses dan viral	Fokus bergeser pada tema populer, bukan mendalam
4	Penguat Partisipasi Digital	Penggunaan tagar, konten kolaboratif	Aktivasi dakwah partisipatif personal	Minim kontrol terhadap akurasi syariat
5	Agen Konstruksi Identitas Agama	Personal branding religius	Mendorong ekspresi keagamaan publik	Kemungkinan munculnya spiritualitas performatif

Media digital berperan penting dalam membentuk tampilan dan persepsi agama di era modern. Melalui strategi visual, emosi, dan dinamika algoritma, media bukan hanya saluran dakwah, tetapi agen yang mengonstruksi citra, arah wacana, dan bahkan pengalaman spiritual masyarakat. Fenomena ini menunjukkan keberhasilan integrasi antara logika media dan nilai religius dalam menciptakan praktik keberagamaan yang populer, partisipatif, dan personal. Namun, untuk menjaga keberlanjutan dakwah digital yang berkualitas, diperlukan penguatan literasi media, validasi keilmuan agama, serta etika produksi konten. Dengan demikian, mediatization agama dapat tetap berjalan dalam koridor nilai-nilai profetik dan tidak hanya menjadi tren visual semata.

4. Kesimpulan

Fenomena *cyber religion* dalam transformasi praktik keberagamaan pada Komunitas Shift menunjukkan bahwa digitalisasi tidak hanya mengubah metode dakwah, tetapi juga merekonstruksi cara masyarakat memahami, merasakan, dan mengekspresikan spiritualitas. Ruang digital menjadi arena baru pembentukan religiositas yang bersifat estetis, emosional, dan partisipatif, di mana pesan keagamaan dikemas dengan logika media modern tanpa menghilangkan substansi spiritualnya. Perubahan otoritas keagamaan dari tokoh konvensional ke aktor digital, perkembangan dari ceramah satu arah menuju interaksi multi-arah, serta pergeseran dari ritual normatif ke ekspresi personal menunjukkan adanya redefinisi keberagamaan yang lebih adaptif dan sesuai kebutuhan generasi milenial dan Gen Z. Komunitas Shift berhasil memadukan nilai Islam dengan strategi mediatik berbasis algoritma, sehingga dakwah lebih inklusif, relatable, dan mudah diakses lintas batas ruang dan waktu. Meskipun membawa dampak positif berupa peningkatan engagement dan spiritual healing, fenomena ini tetap memerlukan kontrol melalui literasi digital dan penguatan integritas dakwah agar praktik keberagamaan digital tidak terjebak pada komersialisasi dan reduksi makna agama. Dengan demikian, *cyber religion* menjadi manifestasi evolusi keberagamaan kontemporer yang menunjukkan bahwa agama tidak ditinggalkan oleh era digital, tetapi justru menemukan bentuk ekspresi baru yang lebih dinamis dan kontekstual.

Referensi

- [1] R. L. Kumowal, "Moderasi Beragama Sebagai Tanggapan Disrupsi Era Digital," *J. Teol. Kristen*, vol. 5, no. 2, pp. 126–150, 2024.
- [2] R. Mardiana, "Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial," *Komunida Media Komun. Dan Dakwah*, vol. 10, no. 2, pp. 148–158, 2020.
- [3] A. Wibowo, "Penggunaan Media Sosial sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital," *J. Islam Nusant.*, vol. 3, no. 2, pp. 339–356, 2019.
- [4] U. Marsan, "Konteks Beragama di Indonesia," 2025. [Online]. Available: <https://kemenag.go.id/read/konteks-beragama-di-indonesia-n3bej>
- [5] <https://share.google/zlqXgX8hKu0yYRsiz>.
- [6] <https://share.google/021eWz83kfBRXQ0yK>.
- [7] N. Muhammad Faisal and E. N. Rahm, Fitriya Mitra, "Media Teknologi sebagai Sarana Dakwah Digital : Analisis Sistematis Penggunaan Presentasi Digital dan Internet Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat Jln . Pasir Kandang No . 4 Koto Tangah , Kota Padang , 25172," *J. Komun. dan Penyiaran Islam*, vol. 4, no. 1, pp. 115–125, 2025.
- [8] Y. Rahmawati, F. Hariyati, A. Z. Abdullah, and M. Nurmiarani, "Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital : Kajian Literatur," *Concept J. Soc. Humanit. Educ.*, vol. 3, no. 1, 2024.
- [9] I. Kasir and S. Awali, "Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam di Era Modern," *J. Dakwah Dalam Mata Tinta*, vol. 11, no. 1, pp. 59–68, 2024.
- [10] A. Nawawi, "Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah dan pendidikan Islam bagi Generasi Z," *Indones. J. Res. Serv. Stud.*, vol. 2, no. 3, pp. 1–9, 2025.
- [11] Zuhri, Achmad Muhibin. *Beragama di ruang digital; Konfigurasi ideologi dan ekspresi keberagamaan masyarakat virtual*. Nawa Litera Publishing, 2021.
- [12] M. R. Azizi, T. D. Nuraini, S. Audina, and A. H. Siswanto, "Jurnal Penelitian Nusantara Rekonstruksi Epistemologi , Dakwah Dalam Konteks Digitalisasi Dan Era Disrupsi," *J. Penelit. Nusant.*, vol. 1, no. 1, pp. 654–666, 2025.
- [13] L. J. Moleong, *Metodologi penelitian kualitatif*, Edisi revisi. PT Remaja Rosdakarya, 2019.
- [14] F. Nurrisa, D. Hermina, and Norlaila, "Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian : Strategi , Tahapan , dan Analisis Data Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran (JTPP)," *J. Teknol. Pendidik. Dan Pembelajaran*, vol. 02, no. 03, pp. 793–800, 2025.
- [15] M. R. Fadli, "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif," *J. Humanika*, vol. 21, no. 1, pp. 33–54, 2021, doi:

- 10.21831/hum.v2i1i1.
- [16] H. Hilalludin, "Anak Muda, Media Sosial, Dan Agama Yang Cair: Fenomenologi Hijrah Digital Di Indonesia," *Al-Bayan J. Huk. dan Ekon. Islam*, vol. 5, no. 1, pp. 40–54, 2025, doi: 10.20885/millah.vol22.iss1.art6.1.
- [17] R. M. Safitri, U. Islam, and N. Walisongo, "Depersonalisasi dan Simbolisasi Agama dalam Ruang Dakwah Digital : Akseptansi Mahasiswa Semarang atas Pendahuluan Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi reorientasi masyarakat di semua ranah kehidupan . Teknologi informasi dan bertuk," *IMEJ Islam. Manag. Empower. J.*, vol. 5, no. 2, pp. 199–212, 2023, doi: 10.18326/imej.v5i2.199-212.
- [18] Hannan, Abd. *Hijrah dan Reifikasi Kesalehan: Studi tentang Konstruksi Religiositas Netizen Muslim di Indonesia Kontemporer*. Subjek-Subjek Algoritmik: Perspektif Sosiologi Tentang Dunia Digital-Jejak Pustaka 1 (2022): 79.
- [19] Kholili, Ach. *Kultur Digital: Tantangan Dan Peluang Moderasi*. Kultur Budaya Dan Digital (2025): 35.
- [20] N. A. Alfiyatul, S. Naqmal, B. M. Jenar, and A. H. Sswanto, "Jurnal Penelitian Nusantara Transformasi Hakikat Dakwah : Dari Komunitas Tradisional ke Masyarakat Multikultural," *J. Penelit. Nusant.*, vol. 1, no. 1, pp. 725–733, 2025.
- [21] "Hanum, Siti Zaida. 'Transformasi Dakwah Komunitas Muslimah: Komunikasi Dialogis-Adaptif pada Masyarakat Multikultural.' *Pawarta: Journal of Communication and Da'wah* 3.1 (2025): 41-54."
- [22] Effendi, Dudy Imanuddin, Dede Lukman, and Ridwan Rustandi. 'Dakwah digital berbasis moderasi beragama.' (2022).
- [23] Wakas, Jeremia Engelita, and Maria Barten Natalia Wulage. 'Analisis teori Uses and Gratification: Motif menonton konten firman Tuhan influencer Kristen pada media sosial TikTok.' *Tepian: Jurnal Misiologi Dan Komunikasi Kristen* 1.1 (2021): 25-44.
- [24] A. Luthfi and M. Janssen, "Open Data for Evidence-based Decision-making : Data-driven Government Resulting in Uncertainty and Polarization," *Int. J. Adv. Sciense Eng. Inf. Technol.*, vol. 9, no. 3, pp. 1–9, 2019, doi: 10.18517/ijaseit.9.3.8846.
- [25] Nurhayati, et al. 'Transformasi Dakwah Diera Digital: Analisis Penyampaian Hadis Dalam Konten Media Sosial.' *Jurnal Syiar-Syiar* 5.1 (2025): 43-56.