

Sanad Keilmuan dan *Epistemic Authority*: Rekonstruksi Teori Dakwah dalam Masyarakat Digital

Siti Mahmudah Noorhayati¹, Achmad Fathor Rosyid²

^{1,2}UI Nasional Bogor, UIN KHAS Jember

noorhayatimahmudah@gmail.com¹, afathorroseyid@uinkhas.ac.id²

ABSTRACT

Islamic scholarly tradition treats knowledge as a trust transmitted through an accountable chain, yet digital society has weakened the traditional intermediaries that decide who may speak on behalf of religion. Classical da'wah theory, built on the preacher, message, media, method, and audience, tends to treat the preacher's authority as given, so its formation and verification remain implicit. This article aims to map the conceptual relation between scholarly sanad and epistemic authority, analyze the shift in da'wah authority in digital society, and reconstruct da'wah theory. It uses a qualitative library research design with purposively selected literature, analyzed through content and conceptual analysis in three stages: identifying key concepts, comparing traditional and digital authority, and synthesizing a theoretical framework. The findings show that sanad and epistemic authority complement each other, that da'wah authority has moved from institutional transmission toward networked, performative, and algorithmic forms, and that sanad remains relevant as a mechanism of epistemic verification extended to content distribution. These findings yield a three-pillar model of da'wah authority: validity, communicative credibility, and audience literacy. The model complements classical da'wah theory and offers transparency standards for preachers and da'wah institutions, although it remains a conceptual proposal needing empirical testing.

Keywords : sanad; epistemic authority; da'wah theory.

ABSTRAK

Tradisi keilmuan Islam memandang ilmu sebagai amanah yang diterima melalui mata rantai yang dapat dipertanggungjawabkan, tetapi masyarakat digital melemahkan perantara tradisional yang menentukan siapa yang layak berbicara atas nama agama. Teori dakwah klasik yang bertumpu pada dai, materi, media, metode, dan mitra dakwah cenderung memperlakukan otoritas dai sebagai sesuatu yang sudah tersedia, sehingga pembentukan dan verifikasi belum menjadi bagian eksplisit teori. Artikel ini bertujuan memetakan hubungan konseptual antara sanad keilmuan dan *epistemic authority*, menganalisis pergeseran otoritas dakwah di ruang digital, dan merumuskan rekonstruksi teori dakwah. Penelitian ini menggunakan studi pustaka kualitatif dengan sumber yang dipilih secara purposif, dianalisis melalui analisis isi dan analisis konseptual dalam tiga tahap: identifikasi konsep kunci, komparasi otoritas tradisional dan digital, serta sintesis kerangka teoretis. Hasil kajian menunjukkan bahwa sanad dan *epistemic authority* saling melengkapi, otoritas dakwah bergeser dari pola institusional-transmisional ke pola jejaring, performatif, dan algoritmik, serta sanad tetap relevan sebagai mekanisme verifikasi epistemik yang diperluas hingga distribusi konten. Temuan ini melahirkan model tiga pilar otoritas dakwah, yaitu validitas, kredibilitas komunikatif, dan literasi audiens. Model ini melengkapi teori dakwah klasik dan menawarkan standar transparansi bagi pendakwah dan lembaga dakwah, meskipun masih berstatus tawaran konseptual yang perlu diuji secara empiris.

Kata kunci : sanad, *epistemic authority*, teori dakwah.

PENDAHULUAN

Dalam tradisi keilmuan Islam, ilmu tidak dipandang sebagai informasi yang dapat diambil dari mana saja, melainkan sebagai amanah yang diterima melalui mata rantai yang dapat dipertanggungjawabkan. Ungkapan yang dinisbatkan kepada Abdullah bin al-Mubarak bahwa *isnād* termasuk bagian dari agama menggambarkan pandangan ini dengan jelas: tanpa sanad, siapa pun dapat mengatakan apa pun. Dalam ilmu hadis, sanad berfungsi sebagai instrumen autentikasi, yakni cara menguji kebenaran sebuah klaim melalui penelusuran para periwayatnya (Brown, 2009). Prinsip yang sama kemudian meluas ke bidang qira'at, fikih, dan tasawuf, dan di Nusantara terwujud dalam jaringan guru dan murid di pesantren yang menjadi sumber legitimasi bagi para ulama dan dai (Azra, 2004; Dhofier, 1982). Dengan demikian, sanad tidak hanya menunjukkan silsilah keilmuan, tetapi juga menjadi mekanisme yang menentukan siapa yang layak berbicara atas nama agama dan siapa yang layak didengar.

Masyarakat digital mengubah kondisi tersebut secara mendasar. Media baru memperluas jumlah pihak yang ikut berbicara tentang Islam dan melemahkan peran perantara tradisional dalam produksi pengetahuan keagamaan (Bunt, 2009; Eickelman & Anderson, 2003). Campbell (2007) menunjukkan bahwa otoritas keagamaan di ruang daring tidak lagi dipegang secara eksklusif oleh institusi, melainkan terus dinegosiasikan antara pemuka agama, komunitas, dan teknologi, sedangkan Turner (2007) menilai bahwa media baru mendorong fragmentasi otoritas keagamaan. Di Indonesia, gejala ini tampak pada munculnya pendakwah populer yang membangun pengaruh melalui gaya komunikasi, citra personal, dan jumlah pengikut di media sosial (Fealy, 2008; Hew, 2018; Hoesterey, 2016). Selain itu, algoritma platform turut menentukan pesan keagamaan mana yang tampil dan menyebar, sering kali berdasarkan tingkat keterlibatan pengguna dan bukan kualitas keilmuan (Lim, 2017). Kondisi ini berjalan beriringan dengan melemahnya kepercayaan publik terhadap kepakaran secara umum (Nichols, 2017). Akibatnya, muncul pertanyaan epistemologis yang mendesak: atas dasar apa seorang pendakwah dipercaya, dan bagaimana audiens dapat menilai kelayakan klaim keagamaan yang mereka terima setiap hari?

Pertanyaan tersebut dapat dirumuskan dengan konsep *epistemic authority*, yaitu kedudukan seseorang atau lembaga yang pandangannya cukup layak dipercaya sehingga orang lain memiliki alasan yang rasional untuk menerimanya (Zagzebski, 2012). Konsep ini menekankan bahwa otoritas bukan sekadar kekuasaan atau popularitas, tetapi hubungan kepercayaan yang harus memiliki dasar yang dapat diuji. Dalam kerangka ini, sanad dapat dibaca sebagai salah satu bentuk historis dari dasar tersebut. Persoalannya, teori dakwah yang menjadi rujukan utama dalam kajian komunikasi dan penyiaran Islam umumnya bertumpu pada unsur dai, materi, media, metode, dan mitra dakwah, dengan landasan QS. an-Nahl ayat 125 (Aziz, 2004; Muhtadi, 2012). Kerangka tersebut cenderung memperlakukan otoritas dai sebagai sesuatu yang sudah tersedia, sehingga proses pembentukan, pengakuan, dan verifikasi otoritas itu belum menjadi bagian eksplisit dari teori. Padahal di ruang

digital, justru pada titik itulah persoalan dakwah paling banyak muncul.

Sejumlah penelitian terdahulu telah menyentuh persoalan ini dari arah yang berbeda. Kajian tentang otoritas keagamaan dan media baru banyak membahas pergeseran atau kompetisi otoritas secara sosiologis (Campbell, 2007; Turner, 2007; Zaman, 2002). Kajian tentang Indonesia menelaah fatwa daring, dakwah di media sosial, dan aplikasi ceramah Islam sebagai arena baru pembentukan otoritas dan praktik keagamaan (Fakhrurroji, 2019; Hosen, 2008; Lengauer, 2018). Sementara itu, kajian tentang sanad sebagian besar berada dalam ranah ilmu hadis dan pendidikan pesantren, dengan fokus pada autentikasi riwayat dan silsilah guru (Brown, 2009; Dhofier, 1982). Ketiga kelompok kajian ini memberikan landasan yang penting, tetapi berjalan relatif terpisah satu sama lain.

Berdasarkan pemetaan tersebut, tulisan ini menawarkan kebaruan pada tiga hal. Pertama, sanad tidak dibahas sebagai warisan historis atau simbol genealogis, melainkan dibaca secara fungsional sebagai mekanisme verifikasi epistemik yang dapat diterjemahkan ke dalam praktik dakwah digital. Kedua, konsep *epistemic authority* dipertemukan dengan teori dakwah, sesuatu yang sepengetahuan penulis belum banyak dilakukan dalam kajian komunikasi dan penyiaran Islam. Ketiga, tulisan ini tidak berhenti pada diagnosis pergeseran otoritas, tetapi mengajukan rekonstruksi teori dakwah yang menempatkan validitas keilmuan, kredibilitas komunikatif, dan literasi audiens sebagai satu kesatuan.

Tujuan penulisan ini adalah memetakan hubungan konseptual antara sanad keilmuan dan *epistemic authority*, menganalisis pergeseran otoritas dakwah dalam masyarakat digital, dan merumuskan rekonstruksi teori dakwah yang adaptif terhadap kondisi tersebut tanpa kehilangan fondasi epistemologisnya. Secara ilmiah, tulisan ini diharapkan memperkaya diskursus teori dakwah dengan perspektif epistemologi otoritas, menyediakan kerangka analitis bagi penelitian dakwah digital berikutnya, dan memberikan dasar konseptual bagi lembaga dakwah, pendidikan Islam, dan pendakwah dalam merumuskan standar transparansi keilmuan di ruang digital.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi pustaka (*library research*). Data berupa literatur primer dan sekunder yang mencakup buku, artikel jurnal, dan hasil penelitian tentang sanad, otoritas keagamaan, teori dakwah, dan media digital. Data dikumpulkan melalui penelusuran dokumen dan dianalisis secara konseptual melalui tiga tahap, yaitu identifikasi konsep kunci, komparasi antara model otoritas tradisional dan otoritas digital, serta sintesis untuk merumuskan kerangka teoretis rekonstruksi teori dakwah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi pustaka (*library research*). Studi pustaka dipilih karena persoalan yang dikaji bersifat konseptual, yaitu hubungan antara sanad keilmuan, *epistemic authority*, dan teori dakwah, sehingga bahan utamanya berupa gagasan, konsep, dan argumentasi dalam literatur, bukan perilaku responden di lapangan (Zed, 2004). Pendekatan kualitatif

memungkinkan penulis menafsirkan makna dan relasi antarkonsep secara mendalam, sekaligus menyusun kerangka teoretis baru dari bahan yang sudah ada (Creswell, 2014). Sifat penelitian ini deskriptif-analitis, yaitu menggambarkan konsep-konsep kunci, menganalisis pergeserannya dalam konteks masyarakat digital, lalu merumuskan tawaran rekonstruksi teori.

Karena tidak melibatkan informan, penelitian ini tidak memiliki subjek dalam pengertian manusia. Subjek penelitian dipahami sebagai sumber data, yakni literatur ilmiah tentang sanad, otoritas keagamaan, teori dakwah, dan media digital. Objek penelitiannya adalah konsep sanad keilmuan dan *epistemic authority* dalam kaitannya dengan teori dakwah, khususnya pergeseran cara otoritas dai dibentuk dan diverifikasi di ruang digital. Lokasi penelitian bersifat virtual dan kepustakaan, yaitu perpustakaan perguruan tinggi serta pangkalan data daring seperti Google Scholar, Garuda (Garda Rujukan Digital), dan repositori jurnal nasional maupun internasional. Pengumpulan dan analisis data dilakukan pada Juli sampai September 2026.

Instrumen utama penelitian adalah penulis sendiri sebagai pengumpul, pembaca, dan penafsir data. Sebagai alat bantu, penulis memakai protokol penelusuran berupa daftar kata kunci, kriteria pemilihan sumber, dan lembar pencatatan yang memuat identitas sumber, konsep kunci, argumen utama, serta kaitannya dengan rumusan masalah. Pengelolaan referensi dibantu perangkat lunak manajemen referensi agar kutipan dan daftar pustaka konsisten.

Pengambilan sumber dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu memilih literatur berdasarkan kesesuaiannya dengan tujuan penelitian, bukan secara acak. Kriteria inklusinya adalah (a) membahas sanad, otoritas keagamaan, *epistemic authority*, atau teori dakwah, (b) berupa buku akademik, artikel jurnal bereputasi, atau hasil penelitian yang dapat dipertanggungjawabkan, dan (c) relevan dengan konteks media digital atau masyarakat Muslim, terutama Indonesia. Sumber yang bersifat opini tanpa landasan ilmiah atau tidak dapat ditelusuri asalnya tidak dimasukkan. Sumber primer meliputi karya-karya pokok tentang sanad dan teori dakwah, sedangkan sumber sekunder meliputi kajian tentang otoritas keagamaan, dakwah digital, dan epistemologi otoritas. Penelusuran memakai kata kunci seperti "sanad keilmuan", "otoritas keagamaan", "*epistemic authority*", "dakwah digital", dan "teori dakwah", dalam bahasa Indonesia maupun Inggris.

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi, yaitu menelusuri, membaca, dan mencatat isi sumber yang terpilih. Prosesnya dimulai dari pembacaan awal terhadap judul dan abstrak untuk menyaring sumber yang relevan, dilanjutkan pembacaan mendalam terhadap teks lengkap, lalu pencatatan konsep, definisi, dan argumen utama ke dalam lembar pencatatan.

Data dianalisis dengan analisis isi kualitatif dan analisis konseptual dalam tiga tahap. Tahap pertama adalah identifikasi konsep kunci, yakni mengelompokkan temuan literatur berdasarkan tema sanad, *epistemic authority*, dan unsur-unsur teori dakwah. Tahap kedua adalah komparasi antara model otoritas tradisional yang bertumpu pada sanad dan model otoritas digital yang bertumpu pada jejaring dan algoritma, untuk menemukan titik pergeseran dan celah teoretisnya. Tahap ketiga

adalah sintesis, yaitu menyusun temuan menjadi kerangka rekonstruksi teori dakwah. Tahapan ini sejalan dengan prinsip reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dalam analisis kualitatif (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014; Krippendorff, 2004). Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan pandangan dari berbagai penulis dan disiplin, serta melalui pengecekan silang antara sumber primer dan sekunder (Lincoln & Guba, 1985).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan kajian yang disusun sesuai tiga tujuan penulisan, yakni memetakan hubungan konseptual antara sanad dan *epistemic authority*, menganalisis pergeseran otoritas dakwah di ruang digital, dan merumuskan rekonstruksi teori dakwah. Karena penelitian ini berbasis kepustakaan, data yang dianalisis berupa gagasan, temuan, dan dokumen yang dihimpun dari literatur, bukan data lapangan yang diperoleh melalui angket atau wawancara. Agar pembahasan tidak berhenti pada tataran abstrak, analisis konseptual diuji terhadap kasus-kasus yang telah didokumentasikan dalam penelitian terdahulu, yaitu praktik dakwah digital Gus Baha dan Gus Iqdam, kontestasi antarkanal dakwah di YouTube, serta Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 24 Tahun 2017 tentang pedoman bermuamalah melalui media sosial. Analisis menghasilkan empat temuan. Pertama, sanad dan *epistemic authority* saling melengkapi, sebab yang pertama menjawab persoalan validitas sumber, sedangkan yang kedua menjawab persoalan kepercayaan audiens. Kedua, otoritas dakwah bergeser dari pola institusional-transmisional ke pola jejaring, performatif, dan algoritmik. Ketiga, sanad tetap relevan bila dipahami sebagai mekanisme verifikasi epistemik, dan rantai keterlacakan itu perlu diperluas hingga mencakup distribusi konten. Keempat, seluruh temuan tersebut mengarah pada model tiga pilar otoritas dakwah sebagai rekonstruksi teori dakwah.

Relasi Konseptual Sanad dan *Epistemic Authority*

Penelusuran literatur menunjukkan bahwa sanad menjalankan tiga fungsi yang saling terkait. Fungsi pertama adalah validasi, yaitu memastikan bahwa klaim keagamaan dapat dilacak sampai ke sumbernya melalui rangkaian penyampai yang kualitasnya dapat diperiksa. Fungsi ini paling jelas dalam ilmu hadis, ketika penilaian terhadap para periwayat menjadi cara menguji kebenaran riwayat (Brown, 2009). Fungsi kedua adalah legitimasi sosial, yakni pengakuan komunitas keilmuan terhadap seseorang sebagai pewaris ilmu yang sah. Dalam tradisi pesantren, legitimasi itu lahir dari hubungan dengan guru, keterlibatan dalam jaringan ulama, dan pengesahan berupa ijazah (Azra, 2004; Dhofier, 1982). Fungsi ketiga adalah etis, karena hubungan guru dan murid membentuk adab serta kehati-hatian dalam berbicara atas nama agama. Hakim dan Pardianto (2025) menegaskan dimensi ini ketika menyebut sanad sebagai logika moral-epistemologis yang menentukan keotentikan keagamaan melalui garis keilmuan yang diwariskan. Dengan demikian, sanad bukan sekadar catatan silsilah, melainkan sistem pengendalian mutu dalam transmisi pengetahuan.

Epistemic authority, dalam rumusan Zagzebski (2012), adalah kedudukan

seseorang yang pandangannya memberi alasan yang wajar bagi orang lain untuk mempercayainya, karena orang itu lebih mungkin memperoleh kebenaran daripada penilaian pribadi orang yang bersangkutan. Rumusan ini memiliki dua sisi. Sisi pertama adalah sisi penyedia, yaitu apakah sumber benar-benar kompeten dan jujur. Sisi kedua adalah sisi penerima, yaitu apakah audiens memiliki alasan yang layak untuk mempercayainya. Bila dipertemukan dengan sanad, tampak bahwa sanad bekerja terutama pada sisi penyedia, karena ia menyediakan jejak yang dapat diperiksa tentang asal-usul ilmu. Adapun sisi penerima pada masa tradisional sebagian besar telah dititipkan kepada institusi. Murid tidak perlu menilai sendiri kompetensi seorang kiai karena komunitas dan lembaga telah menilainya lebih dahulu.

Pemetaan ini juga menunjukkan celah pada teori dakwah yang menjadi rujukan utama kajian komunikasi dan penyiaran Islam. Kerangka yang bertumpu pada dai, materi, media, metode, dan mitra dakwah (Aziz, 2004; Muhtadi, 2012) menjelaskan dengan baik apa yang disampaikan dan bagaimana menyampaikannya, tetapi cenderung memperlakukan kelayakan dai sebagai prasyarat yang sudah terpenuhi. Asumsi tersebut masuk akal ketika kelayakan itu dijaga oleh pesantren, organisasi, dan komunitas jamaah. Ketika penjaga-penjaga itu tidak lagi menjadi satu-satunya jalur menuju audiens, asumsi tersebut tidak lagi memadai, sebab siapa pun dapat menempati posisi dai tanpa melalui proses seleksi. Teori dakwah dengan demikian membutuhkan konsep yang menjelaskan proses pembentukan dan pengujian otoritas, dan konsep *epistemic authority* yang dipertemukan dengan sanad menyediakan bahan untuk itu.

Temuan penting dari pembacaan ini adalah bahwa di ruang digital kedua sisi tersebut terpisah. Sisi penyedia menjadi sulit dilacak karena latar keilmuan pendakwah sering tidak tampak dalam potongan video singkat, sedangkan sisi penerima dibebani tugas menilai sendiri tanpa perantara institusi. Solahudin dan Fakhruroji (2020) menunjukkan bahwa internet telah menjadi ruang belajar agama yang penting bagi Muslim Indonesia sekaligus arena tempat otoritas keagamaan dan populisme religius saling berkelindan. Dalam kondisi itu, audiens memutuskan siapa yang layak dipercaya berdasarkan petunjuk yang tersedia di layar. Persoalan otoritas dakwah digital karena itu bersifat epistemologis sekaligus komunikatif, bukan hanya persoalan moral atau kelembagaan.

Pergeseran Otoritas Dakwah dalam Masyarakat Digital

Analisis komparatif terhadap literatur memperlihatkan pergeseran pada beberapa aspek, yang diringkas dalam Tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan Otoritas Dakwah Tradisional dan Digital

Aspek	Otoritas Tradisional Berbasis Sanad	Otoritas Digital
Sumber legitimasi	Sanad, ijazah, pengakuan komunitas keilmuan	Popularitas, jumlah pengikut, kedekatan personal
Mekanisme seleksi	Guru menyeleksi murid, murid memilih guru	Algoritma platform dan preferensi audiens
Bentuk verifikasi	Kritik terhadap mata rantai penyampai	Tidak baku; bergantung pada literasi audiens
Gaya komunikasi	Tatap muka, tekstual, berjenjang	Visual, singkat, personal, berulang
Relasi dai dan mad'u	Hierarkis dan berkelanjutan	Cair, horizontal, dan sering satu arah
Kontrol kualitas	Lembaga dan komunitas keilmuan	Moderasi platform dan koreksi publik

Sumber: Sintesis penulis dari Campbell (2007), Eickelman & Anderson (2003), Turner (2007), dan Hew (2018)

Pergeseran pertama adalah dari otoritas institusional ke otoritas jejaring. Eickelman dan Anderson (2003) menunjukkan bahwa media baru memperluas ruang publik Muslim dan memunculkan pihak-pihak baru yang menafsirkan agama di luar lembaga tradisional. Campbell (2007) menambahkan bahwa otoritas di ruang daring tidak hilang, melainkan dinegosiasikan terus-menerus oleh pemuka agama, komunitas, dan teknologi itu sendiri, sedangkan Turner (2007) menilai media baru mendorong fragmentasi otoritas keagamaan. Di Indonesia, Hosen (2008) mencatat perluasan fatwa daring yang memungkinkan masyarakat menjelajahi berbagai pandangan hukum Islam tanpa melalui lembaga fatwa formal. Dalam kondisi ini, legitimasi lebih banyak bersumber dari jejaring relasi dan interaksi daring daripada dari pengesahan lembaga.

Gambaran peta otoritas yang lebih cair itu tampak dalam data yang dihimpun penelitian terdahulu. Survei Alvara Research Center tahun 2020, sebagaimana dikutip Hakim dan Pardianto (2025), menemukan bahwa pengajian daring Ustaz Abdul Somad diikuti 18,6% responden dan Gus Baha 15,7%, disusul Gus Mus (8,3%), Aa Gym (5,3%), serta Quraish Shihab dan Adi Hidayat (masing-masing 4,9%). Deretan nama ini memuat tokoh dari latar yang sangat berbeda, dari pengasuh pesantren hingga pendakwah yang populer melalui media, sehingga popularitas daring tidak dapat disamakan dengan satu jenis basis otoritas. Data lain yang dihimpun Akmaliah (2020) dan As'ad (2021), sebagaimana dirujuk pada sumber yang sama, memperlihatkan kesenjangan visibilitas: kanal yang dikaitkan dengan pemikiran salafi seperti Yufid TV dan Rodja TV memiliki sekitar 492 ribu dan 137 ribu pelanggan, sedangkan kanal yang mengusung pandangan Islam moderat seperti TVMU dan NUTV hanya sekitar 7 ribu dan 2,8 ribu. Angka-angka ini dihimpun dalam penelitian tahun 2020 dan 2021

sehingga tentu telah berubah, tetapi polanya menunjukkan bahwa keunggulan di ruang digital lebih berkaitan dengan profesionalisasi produksi dan distribusi media daripada dengan kedudukan institusional.

Pergeseran kedua adalah dari otoritas transmisi ke otoritas performatif. Penelitian tentang pendakwah populer di Indonesia menunjukkan bahwa kemampuan membangun citra, gaya visual, dan kedekatan emosional dengan audiens menjadi modal utama untuk memperoleh pengaruh (Fealy, 2008; Hew, 2018; Hoesterey, 2016). Fakhruroji (2019) menunjukkan hal serupa pada aplikasi Aa Gym, yang mencerminkan upaya tokoh agama menyesuaikan diri dengan logika media agar tetap dapat dijangkau publik. Istilah otoritas performatif di sini digunakan untuk menyebut otoritas yang dibangun melalui pertunjukan komunikatif yang berulang dan konsisten. Temuan ini perlu dibaca secara seimbang. Kemampuan berkomunikasi memang bagian dari dakwah, dan pendakwah yang komunikatif memperluas jangkauan pesan agama. Persoalan muncul bila efektivitas komunikatif menggantikan verifikasi keilmuan, sehingga audiens menilai kelayakan seseorang dari daya tarik gaya bicara, bukan dari dasar ilmunya. Pergeseran ini juga bersifat kontinum, bukan pemisahan tegas antara dua kubu, sebagaimana ditunjukkan pada bagian berikut.

Pergeseran ketiga adalah dari kurasi manusia ke kurasi algoritma. Dalam tradisi sanad, seleksi berlangsung melalui hubungan personal antara guru dan murid. Di platform digital, seleksi dilakukan sistem rekomendasi yang mengutamakan konten dengan tingkat keterlibatan tinggi. Lim (2017) menunjukkan bahwa algoritma media sosial di Indonesia dapat membentuk kantong-kantong audiens yang terisolasi dalam lingkaran pandangan yang seragam, sehingga koreksi dari pandangan lain semakin jarang menjangkau mereka. Kecenderungan ini bertemu dengan menurunnya kepercayaan publik terhadap kepakaran pada umumnya (Nichols, 2017), yang membuat klaim keilmuan lebih mudah diabaikan dan klaim populer lebih mudah diterima.

Dari ketiga pergeseran ini terlihat bahwa persoalan utama bukan sekadar bertambahnya jumlah pendakwah, melainkan berubahnya cara audiens menilai kelayakan seorang pendakwah. Audiens bergeser dari mengandalkan pengesahan institusi ke mengandalkan petunjuk cepat (*heuristic*), seperti jumlah pengikut, kemiripan identitas, dan kesan personal. Petunjuk semacam ini tidak selalu keliru, tetapi tidak dirancang untuk menguji kebenaran klaim keagamaan.

Konsekuensi teoretis dari pergeseran ini cukup mendasar. Jika teori dakwah hanya menempatkan otoritas sebagai atribut dai, ia tidak dapat menjelaskan mengapa pesan yang sama dapat diterima sangat berbeda ketika disampaikan oleh figur yang berbeda, atau mengapa potongan ceramah yang terlepas dari konteksnya dapat memicu kesalahpahaman yang luas. Penjelasan yang memadai memerlukan pengakuan bahwa otoritas terbentuk dalam relasi antara pendakwah, audiens, dan sistem yang mengantari keduanya, yaitu platform dan algoritma. Pengakuan inilah yang menjadi titik berangkat bagi rekonstruksi teori yang dibahas pada bagian akhir, setelah kasus-kasus konkret diperiksa lebih dahulu.

Sanad yang Dinampakkan: Kasus Pendakwah Berlatar Pesantren

Untuk menguji apakah sanad masih bekerja di ruang digital, tulisan ini menelaah kasus pendakwah berlatar pesantren yang telah didokumentasikan dalam penelitian terdahulu. Hakim dan Pardianto (2025) menganalisis dua khotbah, yakni ceramah Gus Baha berjudul *Ngaji Kebangsaan* di Universitas Islam Malang pada 31 Agustus 2020 dan pengajian rutin Majelis Sabilu Taubah asuhan Gus Iqdam pada 22 Januari 2024, serta melakukan wawancara dengan lima informan. Mereka menemukan empat logika yang membentuk retorika kedua pendakwah, yaitu intertekstualitas, sanad, gojlok (godaan ringan), dan metafora. Dua logika pertama berkaitan langsung dengan pokok bahasan tulisan ini.

Pada kasus Gus Baha, intertekstualitas berfungsi sebagai praktik keterlacakan yang dilakukan secara lisan. Ia menyebut kitab dan tokoh rujukan secara eksplisit, misalnya tafsir al-Thabari, *al-Hushun al-Hamidiyyah*, serta karya KH Hasyim Asy'ari dan KH Faqih Maskumambang. Ia juga menegaskan bahwa teks yang dibacanya tidak diubah dan menjelaskan hubungan guru-murid antara Imam Zuhri dan Imam Malik ketika mengutip riwayat (Hakim & Pardianto, 2025). Dalam kerangka tulisan ini, tindakan tersebut adalah bentuk transparansi epistemik: audiens diberi jejak yang dapat ditelusuri. Selain itu, Gus Baha secara berulang menegaskan kedudukannya sebagai murid KH Maimun Zubair. Adapun Gus Iqdam menampakkan sanad melalui latar pendidikannya di pesantren Ploso, Kediri, istrinya yang berasal dari keluarga pesantren Lirboyo, kedekatannya dengan para kiai dan habaib, serta kemampuannya membaca kitab kuning. Hakim dan Pardianto (2025) menyimpulkan bahwa kedua pendakwah memakai sanad sebagai sumber *ethos*, dengan Gus Baha menonjolkan penguasaan intelektual dan Gus Iqdam menonjolkan sanad biografis dan relasional.

Kasus ini juga memperlihatkan bahwa otoritas berbasis sanad dapat berjalan bersama popularitas digital. Menurut data yang dihimpun Hakim dan Pardianto (2025) dari Youtubers.me dan Social Blade, kanal resmi Gus Iqdam yang dibuka pada April 2020 telah memiliki 1,19 juta pelanggan dalam tiga tahun, dengan 82,6 juta tayangan, dan pada 2024 mencapai 1,54 juta pelanggan dengan sekitar 157 juta tayangan dari kurang lebih 817 video. Forum tatap mukanya pun disebut dihadiri puluhan ribu orang. Rohmatulloh, As'ad, dan Malayati (2022) mencatat bahwa popularitas Gus Baha di media sosial ditopang kerja para kurator konten, terutama tim Santri Gayeng, yang mengkurasi dan mengunggah ceramahnya. Namun data tersebut tidak menjelaskan bagaimana audiens menilai sanad yang ditampilkan. Bagi audiens, klaim guru dan keturunan pesantren tetap merupakan klaim yang harus dipercaya, kecuali mereka mampu memeriksanya. Sanad yang dinampakkan dengan demikian belum tentu sama dengan sanad yang dapat diverifikasi.

Kasus-kasus di atas perlu dibandingkan dengan jalur otoritas yang berbeda agar pergeseran tidak dibaca secara hitam-putih. Hew (2018) menunjukkan bahwa Felix Siauw membangun pengaruhnya terutama melalui persuasi visual dan pemanfaatan media sosial yang ekstensif, dalam kerangka afiliasinya dengan gerakan Islamis transnasional. Di sini otoritas lebih banyak diperoleh dari kemampuan mengelola citra dan jejaring daripada dari pengakuan jalur keilmuan tradisional. Di

sisi lain, Gus Iqdam memadukan gaya yang afektif, humoris, dan partisipatif dengan sanad yang ditampilkan (Hakim & Pardianto, 2025). Dengan demikian, otoritas performatif dan otoritas berbasis sanad tidak berada pada dua kutub yang terpisah, melainkan pada sebuah kontinum, dan banyak pendakwah bergerak di antara keduanya. Implikasinya, pertanyaan analitis yang tepat bukanlah apakah seorang pendakwah bersanad atau populer, melainkan seberapa jauh klaim-klaimnya dapat ditelusuri dan diuji oleh audiens.

Temuan yang paling relevan bagi rekonstruksi teori muncul dari penelitian Najib (2025) tentang dua kanal YouTube yang mengunggah ceramah Gus Baha. Kanal Santri Gayeng meminta izin kepada Gus Baha untuk memproduksi konten, sedangkan kanal Pengajian Gus Baha dikelola secara anonim. Najib (2025) mengidentifikasi keduanya sebagai agen kreatif digital keagamaan yang memperkuat otoritas tradisional, tetapi juga menunjukkan bahwa penggunaan aset digital seorang ulama menimbulkan persoalan etika dan otentisitas. Ia mencatat pula bahwa Gus Baha adalah ulama tradisional yang bahkan tidak memiliki akun WhatsApp, sehingga sirkulasi ceramahnya sangat bergantung pada pihak lain. Kasus ini menandai perubahan penting: dalam transmisi digital, rantai keterlacakan tidak berhenti pada hubungan guru dan murid, tetapi mencakup pula siapa yang merekam, menyunting, dan mengunggah, serta ada tidaknya izin dari sumber. Tulisan ini menyebut perluasan tersebut sebagai keterlacakan distribusi atau, secara ringkas, *sanad konten*. Tanpa sanad konten, potongan ceramah yang beredar dapat kehilangan konteks, bahkan terlepas dari maksud pembicaranya, sementara audiens tidak memiliki cara untuk membedakannya.

Tabel 2 merangkum sumber otoritas dan praktik keterlacakan pada kasus-kasus yang dikaji, termasuk pedoman verifikasi dari lembaga keulamaan yang dibahas pada bagian berikut.

Tabel 2. Sumber Otoritas dan Praktik Keterlacakan pada Kasus yang Dikaji

Kasus	Sumber otoritas yang ditampilkan	Wujud keterlacakan dan verifikasi	Rujukan
Gus Baha	Penguasaan tafsir; kedudukan sebagai murid KH Maimun Zubair	Menyebut kitab dan tokoh rujukan secara eksplisit; kanal Santri Gayeng meminta izin, kanal anonim memunculkan persoalan otentisitas	Hakim & Pardianto (2025); Najib (2025)
Gus Iqdam	Latar pesantren Ploso (Kediri), relasi keluarga dan kiai, pembacaan kitab kuning	Merujuk hadis, kitab, dan tokoh; memiliki kanal resmi	Hakim & Pardianto (2025)
Fatwa MUI No. 24 Tahun 2017	Lembaga keulamaan	Verifikasi sanad (sumber) dan matan (isi); klarifikasi kepada pihak berotoritas dan kompeten	MUI (2017)

Sumber: Olahan penulis dari Hakim & Pardianto (2025), Najib (2025), dan Majelis Ulama Indonesia (2017)

Sanad sebagai Mekanisme Verifikasi Epistemik

Berdasarkan kasus-kasus tersebut, sanad dapat dipertahankan bila dibaca secara fungsional. Pembacaan ini bertitik tolak dari prinsip yang mendasari sanad, yaitu keterlacakan (*traceability*): setiap klaim keagamaan seharusnya dapat ditelusuri asal-usulnya dan diuji. Prinsip ini tidak bergantung pada bentuk historisnya. Sanad klasik berupa rangkaian nama guru, tetapi fungsinya, yakni menyediakan jejak yang dapat diperiksa, dapat diwujudkan melalui bentuk lain yang sesuai dengan medium digital.

Pembacaan fungsional ini tidak asing bagi otoritas keagamaan kontemporer. Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017 mengatur proses *tabayyun* terhadap konten media sosial melalui beberapa langkah pemeriksaan. Di antaranya adalah memastikan aspek sumber informasi, yang disebut sanad, meliputi kepribadian, reputasi, kelayakan, dan keterpercayaan penyampainya, serta memastikan kebenaran isi, yang disebut matan (Majelis Ulama Indonesia [MUI], 2017). Fatwa yang sama menganjurkan agar kebenaran informasi dipastikan dengan bertanya kepada sumbernya bila diketahui dan meminta klarifikasi kepada pihak yang memiliki otoritas dan kompetensi, serta mengingatkan bahwa konten yang berisi pujian terhadap seseorang pun belum tentu benar sehingga perlu diperiksa (MUI, 2017). Istilah sanad dan matan dari tradisi hadis

dengan demikian telah diterjemahkan oleh lembaga keulamaan menjadi pedoman verifikasi bagi umat di ruang digital. Temuan ini mendukung pembacaan bahwa sanad dapat berfungsi sebagai prinsip verifikasi yang lebih luas daripada silsilah guru.

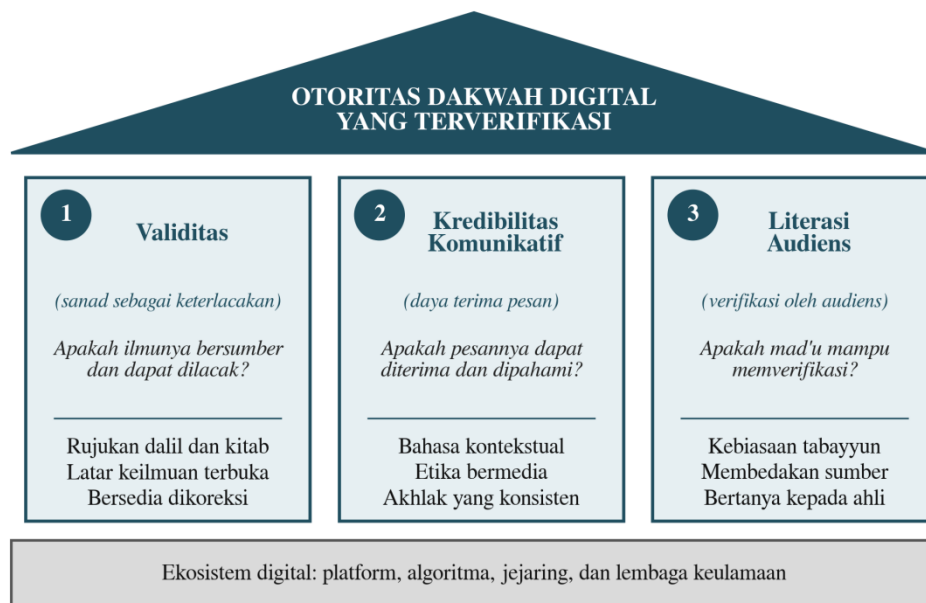
Landasan normatifnya juga kuat. Al-Qur'an memerintahkan orang yang tidak mengetahui untuk bertanya kepada ahli ilmu (QS. an-Nahl: 43), melarang mengikuti sesuatu yang tidak didasari pengetahuan (QS. al-Isra': 36), dan menuntut kehati-hatian dalam menerima kabar dari pihak yang belum jelas keadaannya (QS. al-Hujurat: 6). Ketiga ayat ini menunjukkan bahwa verifikasi bukan tambahan, melainkan bagian dari sikap beragama yang benar. Di ruang digital, prinsip tersebut dapat diterjemahkan ke dalam empat praktik keterlacakan. Praktik pertama adalah menyebut rujukan dalil dan kitab secara eksplisit. Praktik kedua adalah membuka latar pendidikan dan guru. Praktik ketiga adalah membedakan pendapat yang disepakati dari yang diperselisihkan. Praktik keempat adalah menjaga sanad konten, yaitu menyediakan kanal resmi, sumber rekaman, dan ruang koreksi. Dengan begitu, sanad bertransformasi dari identitas personal ("saya murid siapa") menjadi transparansi epistemik ("dari mana klaim ini berasal dan bagaimana ia dapat diuji").

Bagi audiens, praktik-praktik tersebut dapat dirumuskan sebagai pertanyaan verifikasi yang sederhana. Pertama, dari mana klaim itu berasal, dan apakah rujukannya disebutkan sehingga dapat dicari? Kedua, siapa yang menyampaikannya, dan apakah latar keilmuannya jelas serta diakui oleh kalangan yang berkompeten? Ketiga, apakah klaim itu utuh dan terbuka untuk diklarifikasi, atau hanya potongan yang terlepas dari konteksnya? Pertanyaan-pertanyaan ini sejalan dengan langkah verifikasi sumber dan isi dalam pedoman MUI (2017), tetapi diarahkan kepada situasi yang dihadapi audiens sehari-hari ketika menerima video pendek atau kutipan ceramah di media sosial. Nilai praktisnya terletak pada kesederhanaan: audiens tidak dituntut menjadi ahli hadis, melainkan mampu mengenali apakah sebuah klaim menyediakan jejak yang dapat diperiksa.

Pembacaan ini juga mengubah posisi audiens. Pada model tradisional, verifikasi dilakukan oleh komunitas keilmuan. Pada model digital, sebagian tugas verifikasi berpindah kepada audiens, sehingga transparansi dari pendakwah harus diimbangi kemampuan audiens memanfaatkannya. Tanpa literasi yang memadai, rujukan yang dicantumkan pun tidak akan diperiksa.

Rekonstruksi Teori Dakwah: Model Tiga Pilar Otoritas

Berdasarkan temuan-temuan tersebut, tulisan ini mengajukan model tiga pilar otoritas dakwah sebagai pelengkap teori dakwah klasik. Teori dakwah yang berkembang dalam kajian komunikasi dan penyiaran Islam umumnya bertumpu pada unsur dai, materi, media, metode, dan mitra dakwah (Aziz, 2004; Muhtadi, 2012). Model ini tidak menggantikan unsur-unsur tersebut, melainkan menerangi dimensi yang selama ini tersirat, yaitu bagaimana otoritas dai dibentuk, diakui, dan diverifikasi. Gambar 1 menunjukkan hubungan ketiga pilar tersebut.



Sumber: Olahan penulis

Gambar 1. Model Tiga Pilar Otoritas Dakwah dalam Masyarakat Digital

Pilar pertama adalah validitas, yang berakar pada fungsi sanad. Pilar ini menjawab pertanyaan apakah ilmu yang disampaikan bersumber dan dapat dilacak. Wujudnya dalam dakwah digital adalah transparansi rujukan, keterbukaan latar keilmuan, kesediaan dikoreksi, dan penjagaan sanad konten. Pilar kedua adalah kredibilitas komunikatif, yang menjawab pertanyaan apakah pesan dapat diterima dan dipahami. Pilar ini mengakui bahwa validitas saja tidak cukup untuk berdakwah, sebab pesan yang benar tetapi tidak komunikatif akan kehilangan daya jangkau. Kasus Gus Baha dan Gus Iqdam memperlihatkan bahwa humor, metafora, dan bahasa sehari-hari yang mereka pakai tidak meniadakan rujukan keilmuan, melainkan membawanya ke audiens yang lebih luas (Hakim & Pardianto, 2025). Landasan normatif pilar ini adalah QS. an-Nahl: 125, ketika hikmah dan *mau'izhah hasanah* menuntut kepekaan terhadap kondisi mad'u. Pilar ketiga adalah literasi audiens, yang menjawab pertanyaan apakah mad'u mampu memverifikasi apa yang diterimanya. Pilar ini menempatkan mad'u sebagai pihak yang ikut menjaga mutu ekosistem dakwah melalui kebiasaan *tabayyun*, kemampuan membedakan sumber, dan kesediaan bertanya kepada ahli, sebagaimana dianjurkan pedoman MUI (2017).

Ketiga pilar ini saling menopang. Validitas tanpa kredibilitas komunikatif menghasilkan pesan yang benar tetapi tidak sampai. Kredibilitas komunikatif tanpa validitas menghasilkan pesan yang menarik tetapi rapuh secara keilmuan, dan inilah kondisi yang paling rentan di ruang digital. Keduanya tanpa literasi audiens membuat kualitas dakwah sepenuhnya bergantung pada kejujuran pendakwah, padahal ekosistem digital membutuhkan pengawasan yang tersebar. Dalam kerangka ini, unsur *mujadalah* pada QS. an-Nahl: 125 memperoleh makna tambahan, karena dialog

dan perdebatan yang baik hanya mungkin bila klaim yang diajukan terbuka untuk diuji.

Model ini dapat dipetakan pada unsur teori dakwah klasik. Unsur dai dan materi dakwah berkaitan terutama dengan pilar validitas, sebab keduanya menentukan dari mana ilmu berasal dan bagaimana ia dijaga. Unsur media dan metode berkaitan dengan pilar kredibilitas komunikatif, karena keduanya menentukan bagaimana pesan dikemas dan disampaikan. Unsur mad'u berkaitan dengan pilar literasi audiens, dengan pergeseran penting: mad'u tidak lagi diperlakukan sebagai penerima pasif. Secara teoretis, model ini menyumbang tiga hal. Pertama, otoritas dakwah dipahami sebagai sesuatu yang dibangun dan dipertanggungjawabkan, bukan sesuatu yang dianggap tersedia. Kedua, audiens diberi peran aktif dalam verifikasi. Ketiga, sanad ditempatkan sebagai prinsip keterlacakan yang meluas hingga rantai distribusi konten.

Sebagai ilustrasi, bayangkan sebuah kanal dakwah milik perguruan tinggi keislaman yang menerapkan model ini. Pada pilar validitas, setiap unggahan mencantumkan rujukan dalil dan kitab serta identitas narasumber. Pada pilar kredibilitas komunikatif, materi dikemas dalam durasi dan bahasa yang sesuai dengan kebiasaan audiens muda tanpa memangkas rujukan. Pada pilar literasi audiens, kanal menyediakan kolom klarifikasi dan tautan ke sumber lengkap sehingga penonton dapat memeriksa potongan yang mereka lihat. Ilustrasi ini bersifat hipotetis, tetapi menunjukkan bahwa ketiga pilar dapat diterjemahkan menjadi prosedur produksi dan distribusi konten yang konkret, bukan sekadar konsep.

Batas dan Tantangan Model

Model ini memiliki batas yang perlu diakui. Pertama, transparansi dapat menjadi performatif. Hakim dan Pardianto (2025) sendiri mencatat bahwa sanad berfungsi sebagai sumber *ethos*. Karena itu, menyebut guru dan pesantren dapat berubah menjadi sekadar citra bila tidak disertai keterbukaan terhadap pengujian. Dengan demikian, pilar validitas menuntut lebih dari pernyataan, yaitu rujukan yang benar-benar dapat diperiksa. Kedua, beban verifikasi pada audiens tidak terdistribusi merata. Tidak semua orang memiliki waktu, kemampuan bahasa Arab, atau akses ke kitab, sehingga literasi audiens perlu ditopang lembaga yang menyediakan layanan klarifikasi, bukan diserahkan kepada individu.

Ketiga, sanad yang dipahami terlalu kaku berisiko menyingkirkan suara baru yang sebenarnya kompeten, misalnya pendakwah komunitas yang belajar melalui jalur nonpesantren. Pembacaan fungsional yang diusulkan di sini justru dimaksudkan untuk mengurangi risiko itu, sebab yang diuji adalah keterlacakan klaim, bukan asal-usul institusional pendakwahnya. Keempat, insentif platform tetap bekerja pada arah yang berbeda, karena algoritma mengutamakan keterlibatan dan bukan validitas. Model ini tidak dapat menyelesaikan persoalan tersebut sendirian dan memerlukan kajian kebijakan platform tersendiri. Terakhir, temuan kasus dalam tulisan ini bersumber dari penelitian sekunder dengan cakupan terbatas. Hakim dan Pardianto (2025), misalnya, menganalisis dua khotbah dan lima informan. Model tiga pilar

karena itu masih berstatus tawaran konseptual yang perlu diuji secara empiris, misalnya melalui analisis konten terhadap akun pendakwah digital atau survei tentang kriteria audiens dalam memilih sumber ilmu keagamaan.

Implikasi bagi Praktik dan Kelembagaan Dakwah

Model tiga pilar membawa sejumlah implikasi praktis. Bagi pendakwah digital, standar transparansi rujukan, keterbukaan latar keilmuan, dan pengelolaan kanal resmi dapat menjadi cara modern untuk menjaga semangat sanad tanpa harus menampilkan silsilah guru secara formal. Praktik Gus Baha yang menyebut kitab dan tokoh rujukan secara eksplisit, serta praktik tim kurator yang meminta izin sebelum memproduksi konten, menunjukkan bahwa standar semacam ini dapat diterapkan tanpa mengorbankan daya tarik komunikatif.

Bagi lembaga dakwah dan pendidikan Islam, literasi digital keagamaan perlu masuk ke dalam kurikulum dan program pembinaan umat agar mad'u memiliki kemampuan menilai sumber. Dalam konteks perguruan tinggi keislaman, hal ini dapat berupa mata kuliah atau pelatihan verifikasi rujukan keagamaan bagi mahasiswa komunikasi dan penyiaran Islam yang kelak menjadi produsen konten dakwah. Bagi organisasi keulamaan, peran yang paling strategis di ruang digital bukan lagi sebagai satu-satunya pemberi legitimasi, tetapi sebagai kurator dan verifikator yang menyediakan rujukan, layanan klarifikasi, dan pengakuan terhadap pendakwah yang memenuhi standar keilmuan. Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017 dapat menjadi titik tolak karena sudah memuat kerangka verifikasi sanad dan matan yang dapat dikembangkan menjadi panduan khusus bagi pendakwah dan pengelola kanal dakwah. Adapun bagi pengelola platform dan komunitas daring, fitur rujukan dan mekanisme koreksi dapat mendukung ekosistem yang lebih sehat, meskipun hal itu memerlukan kajian tersendiri.

Bagi penelitian selanjutnya, model ini membuka beberapa agenda. Pertama, uji empiris atas hubungan antara transparansi rujukan dan tingkat kepercayaan audiens, misalnya melalui survei atau eksperimen terhadap penonton video dakwah. Kedua, analisis konten terhadap kanal resmi dan kanal anonim untuk melihat sejauh mana sanad konten dijaga. Ketiga, studi tentang peran algoritma dalam menampilkan atau menyembunyikan pesan dakwah yang memiliki rujukan. Keempat, kajian tentang cara lembaga keulamaan dan perguruan tinggi keislaman menjalankan peran kurator dan verifikator.

KESIMPULAN

Kajian ini menunjukkan bahwa sanad keilmuan dan epistemic authority tidak berdiri sendiri, melainkan saling melengkapi. Sanad menjawab persoalan validitas sumber melalui jejak keilmuan yang dapat ditelusuri, sedangkan epistemic authority menjawab persoalan kepercayaan audiens melalui alasan yang layak untuk menerima pandangan seseorang. Di ruang digital kedua sisi ini terpisah: jejak keilmuan pendakwah sulit dilacak dalam potongan video singkat, sementara audiens harus menilai sendiri kelayakan pendakwah tanpa perantara institusi. Otoritas dakwah pun

bergeser dari pola institusional-transmisional ke pola jejaring, performatif, dan algoritmik, dengan audiens yang makin bertumpu pada petunjuk cepat seperti jumlah pengikut dan kesan personal, padahal petunjuk itu tidak dirancang untuk menguji kebenaran klaim keagamaan.

Meski demikian, sanad tetap relevan bila dibaca secara fungsional sebagai mekanisme verifikasi epistemik berdasarkan prinsip keterlacakan. Praktik Gus Baha dan Gus Iqdam, kasus pengelolaan kanal ceramah, serta pedoman tabayyun dalam Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017 memperlihatkan bahwa prinsip itu dapat diterjemahkan ke dalam transparansi rujukan, keterbukaan latar keilmuan, kesediaan dikoreksi, dan penjagaan sanad konten, yakni keterlacakan yang meluas hingga rantai perekaman, penyuntingan, dan pengunggahan. Temuan ini melahirkan model tiga pilar otoritas dakwah, yaitu validitas, kredibilitas komunikatif, dan literasi audiens. Model tersebut tidak menggantikan unsur dai, materi, media, metode, dan mitra dakwah, tetapi menerangi dimensi yang selama ini tersirat dalam teori dakwah klasik: bagaimana otoritas dai dibentuk, diakui, dan diverifikasi. Dengan demikian, otoritas dakwah dipahami sebagai sesuatu yang dibangun dan dipertanggungjawabkan, audiens memperoleh peran aktif dalam verifikasi, dan sanad ditempatkan sebagai prinsip keterlacakan di era digital.

Model ini tetap berstatus tawaran konseptual karena disusun dari kajian pustaka dan kasus sekunder yang terbatas, sehingga perlu diuji secara empiris, misalnya melalui analisis konten kanal dakwah resmi dan anonim, atau survei tentang kriteria audiens dalam memilih sumber ilmu keagamaan. Secara praktis, hasil kajian ini mendorong pendakwah dan pengelola kanal dakwah menerapkan standar transparansi rujukan, mendorong lembaga pendidikan Islam memasukkan literasi digital keagamaan ke dalam pembinaan mad'u, dan mendorong lembaga keulamaan berperan sebagai kurator dan verifikator, dengan Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017 sebagai titik tolak pengembangan panduan yang lebih khusus.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, M. A. (2004). *Ilmu dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Azra, A. (2004). *The origins of Islamic reformism in Southeast Asia: Networks of Malay-Indonesian and Middle Eastern 'ulama' in the seventeenth and eighteenth centuries*. Crows Nest, NSW: Allen & Unwin.
- Brown, J. A. C. (2009). *Hadith: Muhammad's legacy in the medieval and modern world*. Oxford: Oneworld.
- Bunt, G. R. (2009). *iMuslims: Rewiring the house of Islam*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Campbell, H. (2007). Who's got the power? Religious authority and the Internet. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(3), 1043–1062.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dhofier, Z. (1982). *Tradisi pesantren: Studi tentang pandangan hidup kyai*. Jakarta: LP3ES.

- Eickelman, D. F., & Anderson, J. W. (2003). *New media in the Muslim world: The emerging public sphere* (2nd ed.). Bloomington: Indiana University Press.
- Fakhruroji, M. (2019). Digitalizing Islamic lectures: Islamic apps and religious engagement in contemporary Indonesia. *Contemporary Islam*, 13, 201–215.
- Fealy, G. (2008). Consuming Islam: Commodified religion and aspirational pietism in contemporary Indonesia. In G. Fealy & S. White (Eds.), *Expressing Islam: Religious life and politics in Indonesia* (pp. 15–39). Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.
- Hakim, L., & Pardianto. (2025). The metacultural logics of religious rhetoric in moderate Islamic preaching: A qualitative study of Gus Baha and Gus Iqdam. *Mawaizh: Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, 16(2), 205–227.
- Hew, W. W. (2018). The art of dakwah: Social media, visual persuasion and the Islamist propagation of Felix Siau. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 61–79.
- Hoesterey, J. B. (2016). *Rebranding Islam: Piety, prosperity, and a self-help guru*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Hosen, N. (2008). Online fatwa in Indonesia: From fatwa shopping to googling a kiai. In G. Fealy & S. White (Eds.), *Expressing Islam: Religious life and politics in Indonesia* (pp. 159–173). Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Lengauer, D. (2018). Sharing semangat taqwa: Social media and digital Islamic socialities in Bandung. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 5–23.
- Lim, M. (2017). Freedom to hate: Social media, algorithmic enclaves, and the rise of tribal nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies*, 49(3), 411–427.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Majelis Ulama Indonesia. (2017). *Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 24 Tahun 2017 tentang hukum dan pedoman bermuamalah melalui media sosial*. Jakarta: Majelis Ulama Indonesia.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Muhtadi, A. S. (2012). *Komunikasi dakwah: Teori, pendekatan, dan aplikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Najib, A. (2025). The dilemma between ethics and creativity: The problem of authenticity in the productions of Gus Baha's preaching content on YouTube. *Jurnal Mediakita: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 9(2), 188–206.
- Nichols, T. (2017). *The death of expertise: The campaign against established knowledge and why it matters*. New York, NY: Oxford University Press.
- Rohmatulloh, D. M., As'ad, M., & Malayati, R. M. (2022). Gus Baha, Santri Gayeng, and the rise of traditionalist preachers on social media. *Journal of Indonesian Islam*, 16(2), 303–325.
- Solahudin, D., & Fakhruroji, M. (2020). Internet and Islamic learning practices in Indonesia: Social media, religious populism, and religious authority. *Religions*,

11(1), 19.

Turner, B. S. (2007). Religious authority and the new media. *Theory, Culture & Society*, 24(2), 117–134.

Zagzebski, L. T. (2012). *Epistemic authority: A theory of trust, authority, and autonomy in belief*. New York, NY: Oxford University Press.

Zaman, M. Q. (2002). *The ulama in contemporary Islam: Custodians of change*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Zed, M. (2004). *Metode penelitian kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.