



RELASI PENDIDIK DAN PESERTA DIDIK DALAM PEMBELAJARAN AGAMA BERBASIS DIGITAL: KAJIAN LITERATUR TENTANG INTERAKSI DAI DAN MAD'U

Jami'atus Sholeha¹, Intan Trine Chodija²

^{1,2} Institut Agama Islam Darul A'mal Lampung, Indonesia

Email: j.sholeha@gmail.com



DOI: <https://doi.org/10.34125/jmp.v11i1.2801>

Sections Info

Article history:

Submitted: 13 January 2026

Final Revised: 24 January 2026

Accepted: 10 February 2026

Published: 28 February 2026

Keywords:

Digital Religious Education

Religious Authority

Emotional Approach



ABSTRACT

This study examines the transformation of religious education in the digital space, focusing on changes in educator authority, emotional approaches in interactions, and psychosocial impacts on learners. This research uses a qualitative approach with a literature review method on various relevant academic literatures. The results show three main findings. First, religious educational authority has shifted from formal institutions to individuals active on social media, where recognition is based on communication skills and online visibility. Second, the learning process heavily prioritizes emotional approaches through storytelling techniques and expressions of empathy to build closeness. However, this approach carries the risk of performativity that can obscure the depth of religious teachings for the sake of content popularity. Third, digital interactions have a real psychosocial impact on learners' daily behaviors, but risk triggering confirmation bias, rigid religious attitudes, and psychological pressure. This study concludes that digital religious education requires ethical responsibility from educators and a reflective critical attitude from learners so that the understanding of religious values remains deep and healthy.

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji transformasi pendidikan agama di ruang digital dengan fokus pada perubahan otoritas pendidik, pendekatan emosional dalam interaksi, dan dampak psikososial terhadap pembelajar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur terhadap berbagai literatur akademik yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan tiga temuan utama. Pertama, otoritas pendidikan agama mengalami pergeseran dari lembaga formal menuju individu yang aktif di media sosial, di mana pengakuan didasarkan pada kemampuan komunikasi dan visibilitas daring. Kedua, proses pembelajaran sangat mengutamakan pendekatan emosional melalui teknik bercerita dan ekspresi empati untuk membangun kedekatan. Namun, pendekatan ini membawa risiko performativitas yang dapat mengaburkan kedalaman ajaran agama demi popularitas konten. Ketiga, interaksi digital memberikan dampak psikososial yang nyata pada perilaku sehari-hari pembelajar, tetapi berisiko memicu bias konfirmasi, sikap keberagamaan yang kaku, serta tekanan psikologis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pendidikan agama digital menuntut tanggung jawab etis dari pendidik dan sikap kritis reflektif dari pembelajar agar pemahaman nilai agama tetap mendalam dan sehat.

Kata Kunci: Pendidikan Agama Digital, Otoritas Keagamaan, Pendekatan Emosional

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah secara mendasar cara manusia berkomunikasi, terutama dalam bidang penyebaran ajaran keagamaan. Pada masa lalu, proses pendidikan agama umumnya dilakukan secara tatap muka langsung. Pembelajar atau masyarakat awam harus datang secara fisik ke tempat-tempat tertentu seperti forum pengajian, mimbar masjid, atau majelis taklim untuk mendengarkan materi dari penceramah. Namun, saat ini proses pendidikan tersebut telah ditransformasikan menjadi bentuk konten audiovisual yang tersebar luas di media sosial. Para pendidik agama, yang dalam konteks ini disebut sebagai dai, kini tampil dan menyapa audiensnya melalui video pendek, siaran langsung, rekaman suara atau siniar, hingga unggahan berupa teks naratif. Konten-konten ini disebarluaskan dengan sangat cepat melalui berbagai pelantar digital seperti YouTube, TikTok, Instagram, dan media sosial lainnya (Hidayat & Nuri, 2024). Perubahan ini tidak hanya sekadar menunjukkan adanya perpindahan alat atau media komunikasi. Lebih dari itu, perubahan ini menunjukkan adanya transformasi atau perubahan bentuk hubungan antara pendidik (dai) dan pembelajar (mad'u). Hubungan yang sebelumnya bersifat satu arah, di mana pendidik berbicara dan pembelajar hanya mendengarkan secara pasif, kini berubah menjadi jauh lebih interaktif dan sangat terbuka. Ruang digital memungkinkan pembelajar untuk langsung memberikan tanggapan, bertanya, atau bahkan berdiskusi pada saat yang bersamaan dengan materi yang disampaikan (Mu'asyara, Ashariyansah, & Triadi, 2024).

Penggunaan media sosial sebagai sarana untuk belajar agama kini telah menjadi tren atau kebiasaan yang sangat dominan, khususnya di kalangan generasi muda. Fakta ini didukung secara kuat oleh data empiris dari penelitian sebelumnya. Berdasarkan penelitian yang mengkaji pemetaan tren belajar agama, tercatat bahwa dari total responden yang berusia antara 19 hingga 25 tahun, sebanyak 87,2% di antaranya mengakses materi pendidikan keagamaan melalui pelantar YouTube. Sementara itu, sebanyak 30,8% responden lainnya mencari informasi keagamaan melalui Instagram dan berbagai artikel yang tersedia di jaringan internet. Selain itu, sebagian generasi muda juga menggunakan pelantar interaktif lain seperti Facebook, aplikasi pesan WhatsApp, dan TikTok sebagai sumber belajar mereka (Febriani & Desrani, 2021). Tingginya angka penggunaan media digital tersebut membuktikan bahwa media sosial saat ini tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi atau hiburan semata. Media sosial telah benar-benar berfungsi sebagai ruang baru bagi proses menanamkan nilai-nilai keagamaan ke dalam diri seseorang, atau yang sering disebut sebagai internalisasi nilai religius. Para pemuda yang akrab dengan teknologi kini menjadikan layar gawai mereka sebagai ruang kelas keagamaan yang bisa diakses kapan saja dan di mana saja. Meskipun teknologi memberikan kemudahan akses yang luar biasa, interaksi keagamaan di dalam ruang digital ini ternyata membawa sejumlah permasalahan. Interaksi antara pendidik dan pembelajar di media sosial sering kali hanya bersifat dangkal dan sebatas pada kegiatan seremonial di permukaan saja. Keterlibatan pembelajar di ruang digital umumnya hanya ditunjukkan melalui penggunaan fitur media sosial, seperti menekan tombol suka, memberikan komentar singkat, atau membagikan konten keagamaan tersebut kepada orang lain. Tindakan-tindakan digital semacam ini lebih sering mencerminkan adanya reaksi emosional yang hanya terjadi sesaat, dibandingkan sebuah proses pemahaman atau penyerapan nilai-nilai agama secara mendalam ke dalam pola pikir dan perilaku sehari-hari.

Dalam banyak kejadian, ruang interaksi seperti kolom komentar pada sebuah unggahan video keagamaan justru tidak berfungsi sebagai tempat diskusi pendidikan yang membangun. Sebaliknya, ruang tersebut sering kali berubah menjadi arena perdebatan keras antarkelompok, tempat penyebaran ujaran kebencian yang menyinggung perbedaan

pandangan politik dan agama, hingga memicu terjadinya perpecahan atau polarisasi identitas di tengah masyarakat luas (Ash-Shidiq & Pratama, 2021). Kondisi ini menunjukkan bahwa kemudahan interaksi tidak selalu berbanding lurus dengan kualitas pendidikan yang didapatkan. Selain masalah kualitas interaksi, bentuk kemasan konten pendidikan agama di media sosial juga menjadi sorotan. Banyak konten dakwah atau pengajaran agama di era digital yang sengaja dirancang dengan sangat mengutamakan pendekatan visual yang menarik mata, serta pendekatan emosional yang menyentuh perasaan. Pendidik digital sering kali menggunakan musik latar yang dramatis, gaya penyampaian yang menggebu-gebu, atau cerita-cerita sedih untuk menarik perhatian audiens. Akan tetapi, di balik tampilan yang menarik dan memancing emosi tersebut, konten-konten ini sering kali kurang memberikan penjelasan yang terperinci dan utuh mengenai substansi atau isi inti dari ajaran agama itu sendiri. Agama sering kali disajikan dalam potongan-potongan singkat yang memisahkan teks dari konteks ilmu aslinya.

Akibat dari pendekatan yang sangat mengandalkan emosi dan tampilan visual tersebut, hubungan yang terbentuk antara pendidik dan pembelajar di ruang digital sering kali gagal menghasilkan dampak pendidikan spiritual yang berkelanjutan. Pendidikan spiritual yang berkelanjutan berarti adanya perubahan karakter, akhlak, dan pola pikir ke arah yang lebih baik secara permanen, bukan sekadar merasa terharu selama satu menit saat menonton video. Hubungan di media sosial sering kali terhenti pada kepuasan emosional sesaat, tanpa diikuti dengan tindakan nyata untuk memperbaiki pemahaman ilmu agama. Kondisi ini menimbulkan sebuah pertanyaan mendasar dan sangat penting untuk dikaji lebih lanjut: sejauh mana hubungan sosial yang terjalin melalui pendidikan agama digital benar-benar mampu menghasilkan dampak nyata yang mendidik dan mengubah perilaku pembelajar menjadi lebih baik. Sejumlah literatur terdahulu telah berupaya menelaah fenomena ini dari berbagai sudut pandang. Terdapat penelitian yang menyoroti bahwa efektivitas pengajaran agama di media sosial sangat ditentukan oleh kemampuan pendidik dalam membangun interaksi simbolik, memahami konsep diri, serta menjalin keterhubungan pikiran dengan audiensnya untuk mendapatkan pengakuan keagamaan di ruang digital (Aula, Wahyudin, & Sutisna, 2025). Di sisi lain, ada pula temuan yang menegaskan bahwa generasi muda saat ini memang memiliki kecenderungan untuk lebih menyukai konten keagamaan yang berbentuk visual serta menuntut adanya interaksi dua arah secara langsung. Oleh karena itu, faktor kreativitas dan etika berkomunikasi dari seorang tokoh pendidik digital menjadi hal yang sangat menentukan agar strategi pendidikan agama tetap relevan dan diminati (Chanra & Tasruddin, 2025). Kendati demikian, seluruh kemudahan teknologi ini tidak terlepas dari hambatan besar. Tantangan nyata seperti maraknya peredaran berita bohong, penyebaran informasi agama yang tidak terkendali kebenarannya, hingga rendahnya kemampuan pendidik dalam memahami etika dan sistem teknologi digital menjadi kendala serius (Hidayat & Nuri, 2024). Semua faktor ini perlu diatasi secara sungguh-sungguh agar pendidikan agama di ruang digital tidak hanya sekadar mengejar tingkat kepopuleran dan jumlah penonton, melainkan tetap berpegang teguh pada tujuan utamanya, yaitu memberikan pendidikan karakter dan spiritual yang mendalam, efektif, dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur untuk menelaah secara sistematis berbagai sumber ilmiah yang relevan dengan objek kajian. Metode ini dipilih guna memperoleh pemahaman mendalam mengenai dinamika interaksi antara

pendidik informal atau dai dan pembelajar atau mad'u dalam konteks ruang digital. Sumber literatur terdiri atas publikasi akademik mengenai komunikasi dakwah, interaksi sosial digital, serta aspek psikologis dan emosional dalam komunikasi keagamaan. Pemilihan bahan literatur didasarkan pada kesesuaian tema, kontribusi konseptual, dan keterbaruan gagasan. Data dianalisis menggunakan teknik analisis isi tematik dengan mengelompokkan temuan ke dalam tiga fokus utama, yaitu hubungan sosial, dimensi emosional atau afeksi, dan pengaruh psikososial dalam komunikasi digital. Seluruh tahapan analisis dilakukan secara induktif untuk menangkap pola makna dari literatur sehingga terbentuk kerangka pemahaman yang utuh dan mudah dipahami.

HASIL DAN PEMBAHASAN

TRANSFORMASI OTORITAS PENDIDIKAN AGAMA DI RUANG DIGITAL

Perkembangan teknologi komunikasi di era digital saat ini telah membawa perubahan yang sangat mendasar pada struktur kekuasaan dan pengaruh dalam dunia pendidikan agama. Salah satu fenomena paling nyata dari perubahan tersebut adalah terjadinya pergeseran otoritas keagamaan. Istilah otoritas keagamaan dapat diartikan sebagai hak atau kekuasaan yang sah yang dimiliki oleh seseorang atau lembaga untuk mengajarkan, menjelaskan, dan menentukan kebenaran dari suatu ajaran agama. Di masa sekarang, otoritas ini tidak lagi sepenuhnya bergantung atau dikuasai oleh institusi formal seperti pesantren, madrasah, universitas keagamaan, atau lembaga resmi ulama konvensional. Kekuasaan edukatif tersebut kini telah bergeser secara besar-besaran menuju kepada individu-individu yang mampu membangun kredibilitas, kepercayaan, dan pengaruh personal secara mandiri di dalam ruang publik digital. Dalam model pendidikan tradisional atau konvensional, legitimasi atau pengakuan sah terhadap seorang pendidik agama umumnya dibentuk melalui jalur-jalur yang bersifat baku, terstruktur, dan kolektif. Pengakuan tersebut biasanya dilekatkan pada afiliasi kelembagaan tempat pendidik itu bernaung, rekam jejak pendidikan keagamaan formal yang ditempuh dalam waktu lama, serta adanya pengakuan bersama dari komunitas ulama senior. Masyarakat awam memandang seseorang sebagai ahli agama yang sah karena orang tersebut merupakan lulusan dari lembaga keagamaan terpercaya dan memiliki silsilah keilmuan yang jelas. Namun, di dalam konteks ruang digital saat ini, struktur pengakuan tersebut mengalami perubahan yang sangat besar. Otoritas seorang pendidik agama di media sosial kini semakin ditentukan oleh aktivitas individu itu sendiri, yang mencakup aspek performativitas, responsivitas, dan visibilitas di ruang daring (Campbell, 2022).

Untuk memahami istilah-istilah akademik tersebut secara mudah, performativitas dapat dijelaskan sebagai kemampuan atau tindakan nyata seseorang dalam menampilkan diri, mengemas pesan, dan mengelola kesan di depan publik digital agar terlihat meyakinkan serta menarik bagi penonton. Responsivitas adalah tingkat kecepatan dan ketepatan seorang pendidik dalam menanggapi, menjawab, serta berinteraksi dengan pertanyaan atau keluhan para pembelajar di kolom komentar atau pesan langsung. Sementara itu, visibilitas berkaitan dengan tingkat keterlihatan atau seberapa sering profil dan konten video seorang pendidik muncul di halaman utama media sosial para pengguna internet. Di dalam ruang digital, ketiga faktor inilah yang menjadi sumber kekuatan utama bagi seorang pengajar untuk memperoleh pengaruh luas, bukan lagi semata-mata karena status kelulusan institusional atau gelar akademik yang ia miliki di dunia nyata (Campbell, 2022).

Fenomena pergeseran pengaruh ini dapat dijelaskan secara mendalam melalui pendekatan teori otoritas karismatik yang dikemukakan oleh tokoh sosiologi Max Weber

dalam studi komunikasi pendidikan di era globalisasi. Menurut teori ini, otoritas karismatik adalah jenis kekuasaan atau pengaruh yang didasarkan pada karisma, daya tarik pribadi, atau kualitas luar biasa yang melekat pada diri seorang individu (Nisa et al., 2025). Dalam ruang digital, seorang pendidik agama atau dai dapat memperoleh pengaruh yang sangat besar bukan karena status lembaga formalnya, melainkan karena keberhasilannya dalam menghadirkan diri secara otentik, konsisten, dan memiliki resonansi emosional di hadapan audiens pembelajar. Otentik artinya pendidik tersebut mampu menampilkan diri secara asli, jujur, dan apa adanya tanpa terlihat dibuat-buat, sedangkan resonansi emosional adalah kondisi di mana pesan dan gaya penyampaian pendidik tersebut mampu menyentuh perasaan dan menggerakkan hati para penontonnya. Keberhasilan dalam memancarkan daya tarik pribadi inilah yang menjadi sumber kekuatan edukatif baru di internet (Nisa et al., 2025).

Kemampuan pendidik digital dalam mengelola kesan publik, membangun narasi cerita personal yang menyentuh kehidupan sehari-hari, serta menjalin interaksi yang tampak akrab menciptakan sebuah sumber pengakuan baru. Sumber pengakuan baru ini memiliki sifat yang berpusat pada kepuasan pembelajar atau disebut sebagai hubungan yang audiens-sentris. Kondisi ini kemudian membuka ruang yang sangat lebar bagi munculnya fenomena ulama medsos, yaitu tokoh-tokoh pengajar agama baru di media sosial yang sering kali tidak berasal dari jalur pendidikan keagamaan formal atau lembaga ulama konvensional. Meskipun tidak memiliki latar belakang kelembagaan tradisional, mereka tetap mampu memperoleh tingkat kepercayaan dan kepatuhan yang sangat luas dari masyarakat pembelajar karena kehadiran mereka yang masif, responsif, dan mudah didekati atau *relatable* (Setia & Iqbal, 2021). Mengapa masyarakat pembelajar atau mad'u dapat merasa sangat dekat dengan para pengajar digital ini meskipun tidak pernah bertemu langsung secara fisik? Fenomena psikologis ini dapat dijelaskan menggunakan Teori Interaksi Parasosial (*Parasocial Interaction Theory*). Teori ini menguraikan tentang bagaimana penonton media massa atau pengguna media sosial membangun hubungan keterhubungan emosional yang kuat dengan figur publik secara sepihak, namun perasaan kedekatan yang dirasakan tersebut benar-benar nyata dan otentik bagi diri mereka (Giles, 2002). Dalam konteks pendidikan agama digital, pembelajar merasa memiliki hubungan pertemanan yang sangat dekat dengan seorang dai digital karena mereka menonton videonya setiap hari, mendengarkan suaranya melalui gawai, dan membaca tulisan-tulisannya. Hubungan satu arah ini sering kali dirasakan jauh lebih kuat dan lebih bermakna oleh masyarakat awam dibandingkan dengan hubungan keagamaan tradisional, yang terkadang dibatasi oleh ruang fisik yang kaku serta formalitas ritual keagamaan (Giles, 2002).

Perubahan pengakuan ini juga membawa dampak pada kelonggaran struktur hubungan yang ada di dalam dunia pendidikan agama. Dalam konteks pengajaran tradisional, hubungan antara pendidik dan pembelajar didasarkan pada model vertikal. Model vertikal menempatkan posisi dai sebagai otoritas pusat yang memegang seluruh kebenaran ilmu dan bertugas menyampaikan ajaran tersebut, sedangkan posisi mad'u berada di bawah sebagai pihak penerima materi yang cenderung pasif. Kehadiran ruang digital telah melonggarkan struktur hierarki yang kaku tersebut dan memungkinkan terbentuknya pola interaksi yang lebih sejajar, baik secara simbolik maupun secara praktis di lapangan. Karakteristik utama dari platform digital, seperti keberadaan fitur kolom komentar, siaran langsung, jajak pendapat atau polling, serta fitur tanya jawab instan, menciptakan sebuah ruang komunikasi dua arah yang sangat partisipatif. Pembelajar tidak lagi diposisikan hanya sebagai objek atau penonton pasif yang menerima materi tanpa suara. Saat ini, pembelajar telah berubah menjadi subjek aktif yang memiliki kekuatan untuk memengaruhi isi materi, kecepatan penyampaian, hingga

arah dari pesan pendidikan agama yang diproduksi oleh sang pendidik.

Fenomena komunikasi yang lebih setara ini dapat dianalisis melalui pendekatan komunikasi dialogis dan Teori Kehadiran Sosial (*Social Presence Theory*). Teori kehadiran sosial ini menekankan tentang pentingnya perasaan kehadiran nyata secara bersama-sama dan partisipasi aktif dari para pelaku komunikasi dalam membentuk kualitas hubungan di ruang digital (Gunawardena, 1995). Di dalam ruang pengajaran daring, seorang dai yang memiliki kemampuan untuk menghadirkan dirinya secara personal, bersedia meluangkan waktu untuk membalas komentar penonton, serta melibatkan pembelajar dalam proses diskusi interaktif cenderung akan mendapatkan tingkat keterikatan atau kedekatan yang jauh lebih tinggi. Di titik inilah hubungan antara dai dan mad'u tidak lagi dibangun semata-mata karena status jabatan atau gelar otoritas resmi yang melekat di dunia nyata, melainkan oleh kualitas hubungan, tingkat responsivitas, dan keselarasan emosional yang terjadi di layar digital. Proses pendidikan agama pun mengalami pergeseran, dari yang awalnya berupa transmisi atau penyerahan doktrin ajaran secara searah menjadi sebuah proses negosiasi makna secara bersama-sama antara pendidik dan pembelajar.

Akan tetapi, transformasi otoritas keagamaan dari institusi formal menuju individu berbasis media sosial ini tidak berlangsung tanpa hambatan dan problematika. Pergeseran ke arah otoritas individual yang mandiri ini membawa serta sebuah risiko besar berupa delegitimasi otoritas kolektif dan fragmentasi panduan keagamaan di tengah masyarakat. Delegitimasi otoritas kolektif berarti menurunnya tingkat kepercayaan dan pengakuan masyarakat terhadap lembaga-lembaga ulama resmi yang bertugas menjaga kemurnian ajaran agama secara bersama-sama. Sementara itu, fragmentasi panduan keagamaan merujuk pada situasi terpecah-belahnya tuntunan agama menjadi banyak versi kecil yang saling berbeda dan membingungkan masyarakat awam. Ketika otoritas mengajar agama sangat bergantung pada tingkat popularitas digital, maka muncul sebuah dilema epistemologis yang sangat serius di dalam ruang pendidikan agama digital. Istilah dilema epistemologis merujuk pada situasi kebingungan dan pertentangan dalam menentukan standar atau tolok ukur kebenaran dari suatu pengetahuan. Dilema ini terjadi ketika batas antara otoritas keagamaan yang didasarkan pada kedalaman ilmu yang valid bersaing ketat dengan otoritas keagamaan yang hanya didasarkan pada tingkat keterlihatan atau visibilitas di media sosial.

Ketika popularitas menjadi ukuran utama, standar kebenaran ajaran agama berisiko besar terdorong oleh logika algoritma media sosial dan ekspektasi instan dari audiens, bukan lagi pada dasar keilmuan yang dapat diverifikasi secara akademik (Campbell, 2022). Algoritma media sosial adalah sistem komputer otomatis yang mengatur dan menentukan konten apa saja yang paling sering muncul di halaman utama pengguna berdasarkan tingkat kesukaan, jumlah klik, dan durasi tontonan audiens. Sistem algoritma ini secara alami akan lebih mengutamakan konten-konten yang memicu reaksi emosional yang tinggi, sensasional, kontroversial, atau yang dikemas secara singkat dan menghibur. Kondisi tersebut memaksa para pendidik agama digital untuk mengikuti arus kemauan pasar digital agar konten pendidikan mereka tetap dilihat oleh masyarakat. Akibatnya, ada risiko nyata di mana ketepatan ajaran, kedalaman pemahaman kitab suci, dan ketajaman intelektual dalam menyampaikan pesan agama dikorbankan demi mengejar jumlah penonton dan tanda suka. Kebenaran agama tidak lagi diukur dari kekuatan argumen ilmiah, melainkan dari seberapa viral konten tersebut di internet. Bagi masyarakat awam, situasi ini dapat sangat membingungkan karena mereka kesulitan untuk membedakan antara pendidik yang benar-benar memiliki kedalaman ilmu agama dengan pendidik yang hanya memiliki keterampilan mengedit video dan berbicara secara menarik di depan kamera. Oleh karena itu, pergeseran

otoritas di ruang digital ini menuntut adanya kesadaran kritis dan sikap kehati-hatian yang tinggi dari masyarakat dalam memilih sumber belajar keagamaan agar tidak terjebak dalam pemahaman agama yang dangkal.

PENGUNAAN EMOSI DALAM INTERAKSI PEMBELAJARAN

Karakteristik yang paling mencolok di dalam perubahan proses pendidikan agama pada era digital saat ini adalah semakin besarnya peran afeksi dan emosi dalam membentuk hubungan antara pendidik dan pembelajar. Istilah afeksi merujuk pada segala sesuatu yang berkaitan dengan ranah perasaan manusia, emosi, atau kondisi psikologis yang dapat memengaruhi cara pandang dan tindakan seseorang. Dalam model pembelajaran agama konvensional atau yang berlangsung secara tatap muka fisik, seorang pendidik biasanya lebih banyak menggunakan pendekatan retorik formalistik. Pendekatan retorik formalistik adalah sebuah gaya penyampaian materi keagamaan yang bersifat sangat resmi, kaku, dan berfokus penuh pada pembacaan teks hukum atau doktrin keagamaan secara searah dari guru kepada murid. Namun, kehadiran ruang digital yang dijumpai oleh teknologi telah mendorong para pendidik agama untuk beralih strategi. Ruang digital mendorong pendidik untuk membangun keintiman simbolik. Keintiman simbolik adalah sebuah rasa kedekatan psikologis dan ikatan batin yang sengaja diciptakan melalui pemanfaatan berbagai ekspresi emosional di depan kamera. Kedekatan ini dibentuk secara sengaja untuk mengatasi hambatan ruang dan waktu, mengingat pendidik dan pembelajar sebenarnya terpisahkan oleh jarak fisik dan tidak saling mengenal secara langsung di dunia nyata. Ekspresi emosional ini dirancang sedemikian rupa sebagai metode pengajaran utama untuk merangkul perhatian pembelajar yang menonton melalui layar gawai.

Dalam praktik pengajaran di media sosial, perangkat afektif atau berbagai alat penarik emosi digunakan oleh pendidik secara sadar dan terencana. Alat emosional tersebut diwujudkan dalam bentuk pengaturan nada suara yang sangat lembut untuk menenangkan hati, atau sebaliknya, nada suara yang sengaja dibuat menggelegar untuk membangkitkan semangat beribadah. Selain pengaturan nada suara, pendidik juga menggunakan mimik wajah yang menunjukkan kesungguhan atau rasa empati yang mendalam. Penyampaian narasi personal atau kisah pengalaman hidup pribadi pendidik yang menyentuh hati juga sering digunakan. Seluruh unsur ekspresi ini dikombinasikan dengan satu tujuan utama, yaitu mengaktifkan resonansi emosional. Resonansi emosional adalah suatu kondisi psikologis di mana perasaan para penonton ikut tergerak dan merasakan emosi yang sama persis dengan apa yang sedang ditampilkan oleh sang pendidik di dalam video. Di dalam ruang digital, aspek emosi ini tampil sebagai struktur utama yang mengikat hubungan batin antara pendidik dan pembelajar.

Secara keilmuan, fenomena pengutamaan unsur perasaan dalam dunia komunikasi pengajaran ini dapat dijelaskan melalui sebuah pendekatan teoretis yang disebut sebagai Teori Perubahan Afektif (Clough, 2007). Teori ini menguraikan tentang adanya sebuah pergeseran cara pandang di dalam ilmu sosial yang mulai menempatkan dimensi emosi sebagai elemen yang paling penting dalam proses pembentukan makna di tengah masyarakat, bahkan sering kali menggeser peran logika murni (Clough, 2007). Proses pembelajaran agama digital yang sebagian besar menggunakan media audiovisual berupa video secara otomatis menuntut bentuk penyampaian materi yang tidak hanya bersifat sekadar memberikan informasi hukum agama. Konten keagamaan di media sosial dituntut untuk dikemas secara emosional dan immersif. Istilah immersif berarti sebuah gaya penyampaian yang mampu membuat penonton merasa ikut terlibat langsung dan tenggelam ke dalam suasana sedih atau haru dari konten

yang sedang mereka saksikan.

Untuk mencapai tingkat keterlibatan penonton yang sangat tinggi tersebut, para pendidik menerapkan berbagai teknik komunikasi modern yang berbasis emosi. Beberapa teknik utama yang sering digunakan adalah metode bercerita secara berurutan, penyampaian renungan hidup yang mengajak penonton memikirkan kesalahan masa lalu, pemberian motivasi ketenangan batin secara instan, serta penunjukan sikap empati secara terbuka terhadap beban hidup penonton. Semua metode ini digunakan secara khusus untuk membangun daya tarik emosional yang sangat kuat. Daya tarik emosional ini berfungsi sebagai alat utama untuk memikat perhatian masyarakat pembelajar di tengah banyaknya informasi yang berlalu lalang di media sosial. Strategi ini bukan sekadar alat untuk membujuk penonton agar mau menonton video sampai selesai, melainkan telah menjadi sarana utama untuk menciptakan rasa kedekatan pribadi dan menumbuhkan rasa saling memiliki di antara kelompok pendidik dan pembelajar.

Hubungan berbasis emosi yang terbentuk di dalam media sosial ini tidak hanya berjalan secara satu arah. Keberadaan berbagai fitur interaktif di platform digital, seperti kolom komentar dan layanan pesan langsung, membuka ruang bebas bagi masyarakat pembelajar untuk mengekspresikan tanggapan emosional mereka secara nyata dan seketika. Setelah menonton sebuah video ceramah, pembelajar sering kali menuliskan perasaan mereka di kolom komentar. Respons tersebut dapat berupa ekspresi rasa haru, ucapan syukur, kobaran semangat untuk bertobat, atau pengakuan jujur bahwa mereka ikut menangis. Interaksi timbal balik berupa tulisan ini berfungsi sebagai wujud afirmasi digital. Afirmasi digital adalah sebuah bentuk pengakuan, penegasan, dan validasi dari masyarakat daring yang semakin memperkuat status sang pendidik. Pendidik tersebut diakui sebagai figur panutan yang benar-benar peduli dan hadir memberikan bimbingan emosional di kehidupan para pengikutnya.

Di sisi lain, setiap respons positif, puluhan ribu tanda suka, dan untaian komentar yang diberikan oleh pembelajar akan diterima oleh sang pendidik sebagai sebuah penghargaan. Kondisi ini secara alami menciptakan sebuah siklus motivasi yang terus berputar. Respons dari pembelajar tersebut memberikan dorongan dan motivasi yang sangat besar bagi pendidik untuk terus memproduksi konten-konten baru yang mengutamakan aspek emosional. Jika ditinjau dari sudut pandang psikologi komunikasi melalui Teori Interaksi Parasosial, fenomena ini dapat dipahami dengan lebih jelas (Giles, 2002). Teori interaksi parasosial menjelaskan tentang bagaimana penonton media massa membangun hubungan keterikatan batin yang sangat kuat dengan seorang tokoh publik secara sepihak (Giles, 2002). Meskipun pendidik agama tersebut tidak mengenal para penontonnya satu per satu, namun para penonton merasa memiliki ikatan pertemanan yang sangat asli, jujur, dan bermakna mendalam dengan sang pendidik karena mereka selalu berinteraksi secara emosional setiap hari di media sosial. Meskipun pendekatan emosional ini sangat berhasil menarik perhatian banyak orang, peningkatan dimensi emosi dalam komunikasi dakwah digital ini menyimpan sejumlah tantangan dan permasalahan serius yang harus dipahami secara kritis oleh masyarakat. Masalah mendasar muncul ketika ekspresi emosi keagamaan tersebut berubah tujuan menjadi sekadar komoditas simbolik. Komoditas simbolik berarti emosi dan rasa haru keagamaan sengaja diproduksi, dikemas, dan dimanfaatkan sebagai alat tukar untuk mendapatkan keuntungan berupa peningkatan tingkat keterlibatan penonton. Tingkat keterlibatan penonton di media sosial diukur secara otomatis oleh sistem komputer melalui jumlah tanda suka, jumlah komentar, dan seberapa sering konten tersebut dibagikan. Ketika fokus utama pembuatan konten pengajaran agama bergeser murni untuk mengejar statistik

hitungan tersebut, maka muncullah persoalan besar yang disebut sebagai performativitas.

Performativitas dalam dunia komunikasi adalah sebuah tindakan kepura-puraan atau penataan penampilan emosi di depan kamera yang dilakukan secara tidak murni. Emosi kesedihan atau semangat keagamaan tersebut dikonstruksi secara sengaja bukan berdasarkan dorongan ketulusan dari dalam hati, melainkan diatur agar sesuai dengan selera penonton dan tuntutan sistem algoritma media sosial yang memang lebih menyukai konten dramatis. Dalam kondisi performativitas ini, emosi tidak lagi menjadi representasi yang jujur dari sebuah pengalaman keberagamaan yang mendalam. Akibatnya, hubungan yang terjalin antara pendidik dan pembelajar berisiko mengalami penyempitan makna. Hubungan keagamaan berubah dan tereduksi menjadi sebatas relasi estetis semata. Relasi estetis adalah hubungan yang hanya didasarkan pada kesan luar, keindahan tampilan visual, dan kemampuan konten dalam memukau mata penonton di layar gawai, tanpa menyentuh esensi keilmuan sama sekali. Dampak buruk yang paling nyata dari pergeseran tujuan ini adalah terbukanya peluang yang sangat besar bagi terjadinya praktik manipulasi emosi. Sebuah konten pengajaran agama dapat sengaja diedit, diberi musik pengiring yang menyayat hati, dan dipotong bagian terpentingnya hanya dengan tujuan untuk memaksimalkan respons rasa sedih dari penonton secara cepat demi mengejar popularitas video. Praktik manipulasi ini sangat berbahaya karena pihak pembuat konten mengabaikan akurasi dasar teologis, mengesampingkan kebenaran hukum agama, dan tidak mempedulikan ketajaman intelektual dari pesan yang seharusnya disampaikan. Hal ini secara langsung berisiko besar mengubah tujuan suci dari pendidikan agama menjadi sekadar tontonan hiburan yang dangkal, di mana ilmu tidak lagi menjadi prioritas.

Situasi yang didominasi oleh pencarian popularitas ini menimbulkan tantangan etika moral sekaligus tantangan konseptual yang sangat berat bagi dunia pendidikan agama. Ketika ukuran keberhasilan dari sebuah kegiatan mengajar agama di media digital hanya dinilai dari seberapa besar intensitas reaksi emosi penonton seperti melihat jumlah penonton yang terharu, maka hubungan pendidikan tersebut berisiko kehilangan dimensi transendennya. Dimensi transenden merujuk pada nilai kesucian dan hubungan vertikal yang murni antara manusia dengan Tuhan Pencipta. Unsur emosi yang pada awalnya diharapkan dapat menjadi jembatan menuju pemahaman nilai agama yang mendalam dan mengubah akhlak, justru tergelincir menjadi sebatas bentuk konsumsi perasaan yang sangat dangkal. Penonton hanya menjadikan konten agama sebagai obat penenang hati sementara yang bersifat membuat kecanduan, tanpa pernah diwujudkan dalam bentuk tindakan nyata untuk memperbaiki diri dan mendalami ilmu secara lebih serius. Oleh karena itu, hubungan emosional yang terjadi di dalam ruang pendidikan agama digital saat ini perlu diperiksa dan ditafsirkan ulang secara kritis oleh seluruh lapisan masyarakat pembelajar. Hubungan keakraban di media sosial tidak boleh lagi dipandang secara polos sebagai sebuah bentuk kedekatan batin yang tumbuh secara spontan dan alami. Publik harus diberikan pemahaman bahwa keintiman yang mereka saksikan di layar gawai merupakan wujud nyata dari sebuah praktik afektif strategis. Praktik afektif strategis adalah sebuah tindakan pengelolaan dan pengemasan emosi yang sengaja direncanakan dengan tujuan yang sangat spesifik oleh pembuat konten. Pemahaman kritis ini sangat diperlukan agar masyarakat awam tidak mudah terkecoh oleh batas antara penampilan luar emosi yang meyakinkan dengan keaslian serta kedalaman ilmu agama pendidik yang sesungguhnya.

Sebagai sebuah jalan keluar konseptual untuk menyelamatkan kualitas pendidikan, komunikasi antara pendidik dan pembelajar di ruang digital ini harus dipahami dan dibangun sebagai bentuk hubungan afektif transaksional. Hubungan afektif transaksional menguraikan

tentang sebuah pola interaksi yang memang dibangun di atas dasar pertukaran perasaan dan emosi, namun hubungan tersebut tetap mewajibkan adanya tanggung jawab etika yang tinggi dari pihak pendidik serta menuntut adanya kesadaran berpikir reflektif dari pihak pembelajar. Kesadaran reflektif berarti kemampuan masyarakat awam untuk tidak langsung mempercayai emosi yang ditampilkan di layar, melainkan tetap berpikir kritis dan menyaring kembali setiap informasi agama yang mereka terima. Hubungan berbasis sentuhan emosi di media sosial ini sebenarnya memiliki manfaat besar untuk memperkuat dimensi spiritualitas pembelajar. Namun, hal itu hanya bisa terwujud apabila proses pendidikan dikelola dalam bingkai kejujuran berekspresi tanpa rekayasa serta komitmen yang kuat untuk menjaga konsistensi kebenaran makna ajaran agama. Sebaliknya, apabila penggunaan emosi hanya diarahkan semata mata untuk menciptakan respons interaksi jangka pendek demi mengejar popularitas, maka ia hanya akan membentuk hubungan yang sepenuhnya palsu dan tidak memberikan manfaat perbaikan kualitas pendidikan bagi masyarakat luas.

PENGARUH PSIKOSOSIAL PADA PEMBELAJAR

Interaksi pendidikan di dalam ruang digital tidak hanya sekadar mengubah cara penyampaian pesan agama, tetapi juga memberikan pengaruh psikososial yang sangat besar terhadap pembelajar. Istilah psikososial merujuk pada hubungan timbal balik antara kondisi kejiwaan seseorang dengan lingkungan sosial di sekitarnya. Paparan yang terus menerus terhadap konten agama yang dikemas secara visual dan emosional telah mengubah cara individu memahami serta menampilkan identitas keagamaannya di tengah masyarakat. Pada masa lalu, identitas keagamaan dibentuk melalui interaksi tatap muka di dalam komunitas lokal. Namun saat ini, identitas tersebut sangat dipengaruhi oleh figur pendidik digital yang ditonton melalui layar gawai. Proses perubahan karakter dan perilaku ini dapat dijelaskan secara ilmiah melalui Teori Sosialisasi Media (Media Socialization Theory). Teori ini menjelaskan tentang kedudukan media massa sebagai perantara utama yang memiliki kekuatan besar untuk membentuk budaya dan kondisi psikologis manusia (Genner & Süß, 2017). Di dalam pendidikan agama digital, pembelajar tidak sekadar duduk menerima informasi secara pasif. Mereka melakukan proses internalisasi, yaitu menyerap, memadukan, dan menerapkan nilai, sikap, hingga meniru gaya hidup religius dari pendidik digital yang mereka tonton (Genner & Süß, 2017). Akibatnya, pendidik di media sosial tidak lagi hanya diposisikan sebagai sumber ilmu pengetahuan, melainkan telah menjadi panutan kehidupan nyata secara menyeluruh.

Dampak nyata dari proses sosialisasi media ini terlihat jelas pada perubahan perilaku keagamaan pembelajar sehari-hari. Banyak pembelajar yang langsung mengubah rutinitas ibadah, cara berinteraksi sosial, hingga kebiasaan berpakaian setelah melihat konten keagamaan yang menyentuh hati. Hal ini memiliki kaitan erat dengan teori disonansi kognitif (cognitive dissonance theory), yaitu sebuah fenomena psikologis di mana seseorang berusaha menyalurkan perilaku nyatanya agar sesuai dengan nilai-nilai baru yang diterimanya demi menghilangkan rasa bersalah atau rasa tidak nyaman di dalam batin. Namun, karena format pembelajaran digital sering kali berlangsung tanpa bimbingan tatap muka secara langsung, tanggapan pembelajar terhadap pesan agama cenderung bersifat reaktif atau spontan. Akibatnya, perubahan perilaku keagamaan yang terjadi biasanya hanya bersifat sementara dan mudah memudar seiring berjalannya waktu. Selain memberikan dampak perubahan yang bersifat sesaat, interaksi digital yang intensif juga memunculkan dampak yang kurang sehat. Jika pembelajar terus menerus mengonsumsi konten keagamaan yang seragam, afirmatif, dan berpandangan satu arah, hal ini dapat memicu munculnya fenomena bias konfirmasi

(confirmation bias). Bias konfirmasi adalah sebuah kecenderungan alami seseorang untuk lebih memperhatikan, mencari, dan menafsirkan informasi yang hanya mendukung keyakinan pribadinya, sekaligus secara otomatis mengabaikan atau menolak informasi yang bertentangan (Nickerson, 1998). Sistem algoritma media sosial justru memperburuk keadaan ini dengan cara terus menyajikan video yang sejenis kepada pengguna. Kondisi bias konfirmasi tersebut secara perlahan membentuk sikap keberagamaan yang sangat kaku, tertutup terhadap perbedaan pandangan, dan memunculkan perasaan bahwa kelompoknyalah yang paling benar. Ketiadaan ruang untuk melakukan klarifikasi atau berdiskusi secara sehat semakin memperkuat perpecahan antarkelompok. Pada akhirnya, kondisi ini dapat menyebabkan sebagian pembelajar mengalami tekanan psikologis yang berat. Tekanan ini muncul akibat adanya tuntutan untuk selalu tampil dengan tingkat kesalehan ideal dan tidak masuk akal seperti yang digambarkan di media sosial. Sementara bagi pembelajar yang lain, kondisi ini justru membentuk identitas kelompok yang sangat eksklusif dan menolak untuk merenungkan kekurangan diri. Pengalaman keberagamaan seseorang di era digital pada akhirnya tidak lagi dibentuk oleh hubungan interaksi sosial yang mendalam, melainkan hanya dibentuk oleh tayangan visual yang singkat dan ikatan emosional sesaat di dunia maya.

KESIMPULAN

Interaksi pendidikan keagamaan di ruang digital membawa perubahan besar pada tiga hal utama, yaitu otoritas pendidik, pendekatan pembelajaran, dan dampak psikososial bagi pembelajar. Pertama, terjadi pergeseran otoritas dari lembaga keagamaan formal kepada individu yang aktif di media sosial. Pengakuan terhadap pendidik agama digital saat ini lebih ditentukan oleh kemampuan komunikasi, kecepatan merespons audiens, dan tingkat keterlihatan konten di ruang daring. Fenomena ini menciptakan model hubungan baru yang lebih sejajar dan interaktif antara pendidik dan pembelajar. Kedua, proses pengajaran menjadi sangat mengutamakan pendekatan emosional. Pendidik memanfaatkan teknik bercerita dan ekspresi empati untuk membangun kedekatan batin dengan penonton. Namun, pendekatan ini memiliki risiko performativitas, di mana emosi keagamaan dikemas demi mengejar popularitas dan sistem algoritma media sosial, sehingga berpotensi mengurangi kedalaman substansi ajaran yang disampaikan. Ketiga, pembelajaran digital memberikan dampak psikososial yang nyata pada perilaku sehari-hari pembelajar, seperti perubahan cara berpakaian dan rutinitas ibadah. Meski demikian, konsumsi konten yang seragam tanpa bimbingan langsung berisiko memicu sikap kaku, tekanan psikologis, serta bias konfirmasi yang membuat seseorang tertutup terhadap perbedaan pandangan.

REFERENSI

- Ash-Shidiq, M. A., & Pratama, A. R. (2021). Ujaran kebencian di kalangan pengguna media sosial di Indonesia: Agama dan pandangan politik. *Automata*, 2(1).
- Aula, Z. F., Wahyudin, A., & Sutisna, D. (2025). Interaksi simbolis da'i dalam membangun citra da'i di media sosial. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 10(1).
- Campbell, H. A. (2022). Approaching religious authority through the rise of new leadership roles online. In *The Oxford handbook of digital religion*. Oxford University Press.
- Chanra, M., & Tasruddin, R. (2025). Peran media sosial sebagai platform dakwah di era digital: Studi kasus pada generasi milenial. *Jurnal Kolabortif Sains*, 8(1). <https://doi.org/10.56338/jks.v8i1.6862>
- Clough, P. T. *The affective turn: Theorizing the social*. Duke University Press.

- Febriani, S. R., & Desrani, A. (2021). Pemetaan tren belajar agama melalui media sosial. *Jurnal Perspektif*, 14(2).
- Genner, S., & Süß, D. (2017). Socialization as media effect. In *The international encyclopedia of media effects*.
- Giles, D. C. (2002). Parasocial interaction: A review of the literature and a model for future research. *Media Psychology*, 4.
- Gunawardena, C. N. (1995). Social presence theory and implications for interaction and collaborative learning in computer conferences. *International Journal of Educational Telecommunications*, 2(3).
- Hidayat, Y. F., & Nuri, N. (2024). Transformation of da'wah methods in the social media era: A literature review on the digital da'wah approach. *Indonesian Journal of Islamic Studies*, 4(2). <https://doi.org/10.59525/ijois.v4i2.493>
- Mu'asyara, N., Ashariyansah, A., Triadi, E., et al. (2024). Agama, masyarakat dan media masa. *Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 3(1). <https://doi.org/10.62383/risoma.v3i1.540>
- Nickerson, R. S. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of General Psychology*, 2(2).
- Nisa, S. S. A., Nisak, H., Albab, M. U. U., Ali, A. I., & Mardiyah. (2025). Kepemimpinan dan pola komunikasi dalam organisasi pendidikan: Integrasi teori otoritas Max Weber di era globalisasi. *Jurnal Pendidikan Integratif*, 6(2).
- Setia, P., & Iqbal, A. M. (2021). Adaptasi media sosial oleh organisasi keagamaan di Indonesia: Studi kanal YouTube Nahdlatul Ulama, NU Channel. *JISPO: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 11(2).

Copyright holder:
© Author

First publication right:
Jurnal Manajemen Pendidikan

This article is licensed under:
CC-BY-SA