



Algoritma, Viralitas, dan Otoritas Tafsir: Transformasi Penyebaran Penafsiran Al-Qur'an di Media Sosial

Algorithms, Virality, and the Authority of Interpretation: The Transformation of the Spread of Qur'anic Interpretation on Social Media

Khoirul Anas¹, Ahmad Sahidah²

^{1,2}Universitas Nurul Jadid, Probolinggo

Email: anaskhoirul58@gmail.com

Article Info

Article history:

Received : 19-07-2026

Revised : 21-07-2026

Accepted : 23-07-2026

Published : 25-07-2026

Abstract

This study aims to examine the transformation in the dissemination of Qur'anic exegesis (tafsir) on social media, focusing on the role of algorithms, virality, and the shifting authority of mufasssir (Qur'anic interpreters). Social media has transformed the pattern of tafsir distribution from one that was hierarchical and tiered into one that is more fluid, rapid, and shaped by both the technical and social mechanisms of digital platforms. This study employs a qualitative approach using netnography and cyber media analysis, with the object of study comprising tafsir content on popular social media accounts and the patterns of audience interaction surrounding them. Data were analyzed through an interactive model encompassing reduction, presentation, and conclusion drawing, complemented by content analysis and Weber's framework of authority. The findings indicate that social media algorithms function as determinants of tafsir visibility based on the potential for user engagement, while virality operates as a social mechanism that accelerates content dissemination through emotional charge and easily shareable formats. The combination of these two mechanisms drives a shift in the authority of mufasssir from a foundation of traditional scholarly transmission (sanad) toward one grounded in digital popularity, while simultaneously giving rise to a paradox between the democratization of access to religious knowledge and the fragmentation of tafsir discourse. This study formulates a cyclical model of tafsir dissemination transformation encompassing the stages of production, algorithmic curation, viral distribution, audience reception, and system feedback, underscoring the need to strengthen digital religious literacy amid the dynamics of the contemporary digital sphere.

Keywords: *algorithm, virality, tafsir authority*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji transformasi penyebaran penafsiran Al-Qur'an di media sosial dengan berfokus pada peran algoritma, viralitas, dan pergeseran otoritas mufasir. Media sosial telah mengubah pola distribusi tafsir yang semula bersifat hierarkis dan berjenjang menjadi pola yang lebih cair, cepat, dan ditentukan oleh mekanisme teknis maupun sosial platform digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi dan analisis media siber, dengan objek kajian berupa konten tafsir pada akun-akun populer di media sosial serta pola interaksi audiensnya. Data dianalisis melalui model interaktif yang meliputi reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan, dilengkapi analisis isi dan kerangka teori otoritas Weber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa algoritma media sosial berfungsi sebagai penentu visibilitas tafsir berdasarkan potensi keterlibatan pengguna, sementara viralitas bekerja sebagai mekanisme sosial yang mempercepat penyebaran konten melalui muatan emosional dan format yang mudah dibagikan. Kombinasi kedua mekanisme ini mendorong pergeseran otoritas mufasir dari basis sanad keilmuan tradisional menuju basis popularitas digital, sekaligus memunculkan paradoks antara demokratisasi akses pengetahuan keagamaan dan fragmentasi wacana tafsir. Penelitian ini merumuskan sebuah model siklikal



transformasi penyebaran tafsir yang mencakup tahap produksi, kurasi algoritmik, distribusi viral, resepsi audiens, dan umpan balik sistem, yang menegaskan perlunya penguatan literasi keagamaan digital di tengah dinamika ruang digital kontemporer.

Kata kunci: algoritma, viralitas, otoritas tafsir

PENDAHULUAN

Al-Qur'an sebagai kalamullah selama berabad-abad ditafsirkan melalui kerangka metodologis yang ketat dan diwariskan lewat jalur sanad keilmuan, sehingga otoritas untuk menjelaskan makna ayat secara tradisional melekat pada ulama, akademisi, dan intelektual yang menguasai perangkat ushul tafsir (Nurdin, 2023). Legitimasi semacam ini dibangun melalui proses pendidikan yang panjang, silsilah keilmuan, dan pengakuan komunitas keagamaan, sehingga tidak semua orang dianggap memiliki kapasitas untuk menafsirkan ayat-ayat al-Qur'an secara sah (Rahmayani, 2018). Struktur otoritas yang hierarkis inilah yang selama ini menjaga kualitas dan akuntabilitas produk tafsir yang beredar di tengah masyarakat.

Kehadiran media sosial mengubah lanskap tersebut secara mendasar. Platform seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan X memungkinkan siapa pun—bukan hanya ulama atau akademisi—untuk memproduksi dan menyebarkan penafsiran ayat al-Qur'an kepada khalayak luas tanpa melalui proses verifikasi keilmuan yang baku (Nurdin, 2023; Mubarak & Romdhoni, 2021). Fenomena ini terlihat pada akun-akun dakwah populer seperti @quranreview yang mengaitkan ayat al-Qur'an secara kontekstual dengan isu-isu yang tengah viral di masyarakat, dengan gaya bahasa yang sederhana, motivasional, dan mudah dicerna oleh audiens muda (Mursalin, 2024). Studi atas akun-akun semacam ini menunjukkan bahwa penafsiran tekstual yang ringkas justru lebih disukai pengguna media sosial dan lambat laun menggeser posisi metode tafsir yang selama ini dianggap lebih otoritatif dan mendalam (Fauziah, 2021, sebagaimana dikutip dalam kajian atas fenomena tafsir tekstual di media sosial). Bahkan pada level yang lebih personal, aktor keagamaan non-institusional pun dapat membangun basis pengikut dan legitimasi tafsirnya sendiri melalui interaksi digital yang intensif dengan audiens (Mutmaynaturiha, 2019; Musyaffa', 2023).

Pergeseran ini tidak berdiri sendiri, melainkan didorong oleh cara kerja algoritma platform digital itu sendiri. Algoritma media sosial dirancang untuk memprioritaskan konten yang memicu respons emosional tinggi dan tingkat interaksi (like, komentar, share) yang besar, sehingga konten keagamaan yang ringkas, provokatif, atau mudah dipahami cenderung mendapatkan jangkauan distribusi yang jauh lebih luas dibandingkan uraian tafsir yang panjang dan sistematis (Abdilah, 2025). Mekanisme algoritmik seperti sistem trending dan rekomendasi personalisasi ini pada gilirannya mengubah basis legitimasi seorang penceramah atau pembuat konten keagamaan, dari yang semula berbasis kedalaman keilmuan formal menjadi berbasis kemampuan membangun personal branding, mengelola interaksi dengan pengikut, dan memanfaatkan fitur-fitur viralitas platform (Abdilah, 2025). Kajian lain menegaskan bahwa algoritma turut memperkuat preferensi pengguna melalui sistem rekomendasi berulang, yang berpotensi menciptakan ruang gema (echo chamber) dan gelembung penyaring (filter bubble) yang membatasi keragaman perspektif keagamaan yang diterima pengguna (Wulandari et al., 2026).

Kondisi ini memunculkan persoalan otentisitas dan otoritas yang cukup pelik. Di satu sisi, demokratisasi akses terhadap pengetahuan keagamaan melalui media sosial memberi ruang partisipasi yang lebih luas bagi masyarakat awam untuk mengkaji dan berdiskusi tentang al-Qur'an (Nurdin, 2023). Di sisi lain, longgarnya kontrol metodologis dan menguatnya logika viralitas berisiko melahirkan pemahaman keagamaan yang parsial, bahkan berpotensi menimbulkan misinformasi yang mengganggu kohesi sosial umat (Abdilah, 2025). Pergeseran otoritas dari basis keilmuan formal menuju basis visibilitas dan popularitas digital ini menjadi paradoks tersendiri: pada saat masyarakat memiliki akses informasi keagamaan yang semakin terbuka, pada saat yang



sama otoritas tafsir justru mengalami fragmentasi dan sulit diukur legitimasinya secara jelas (Abdilah, 2025; Purnama, 2020).

Beberapa penelitian terdahulu telah memetakan sebagian dari fenomena ini secara terpisah. Sejumlah kajian berfokus pada karakteristik dan metode penafsiran pada akun-akun tafsir tertentu di media sosial (Nurdin, 2023; Mursalin, 2024), sementara kajian lain menyoroti pergeseran otoritas keagamaan secara umum akibat digitalisasi dakwah (Rahmayani, 2018; Mutmaynaturihza, 2019; Musyaffa', 2023). Kajian yang lebih baru mulai mengaitkan cara kerja algoritma dengan polarisasi wacana keagamaan di ruang digital (Abdilah, 2025; Wulandari et al., 2026). Namun demikian, penelitian yang secara khusus menganalisis keterkaitan tiga elemen sekaligus—mekanisme algoritmik platform, logika viralitas konten, dan implikasinya terhadap konstruksi serta legitimasi otoritas tafsir al-Qur'an—masih relatif terbatas dan belum banyak dikaji secara terintegrasi dalam konteks Indonesia. Kesenjangan inilah yang mendasari pentingnya penelitian ini dilakukan, guna memahami secara lebih komprehensif bagaimana algoritma dan viralitas media sosial turut membentuk ulang lanskap otoritas penafsiran Al-Qur'an di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-eksploratif (Sugiyono, 2020). Secara lebih spesifik, penelitian ini menggunakan metode netnografi (netnography), yaitu metode yang mengadaptasi prinsip etnografi untuk mengkaji budaya dan interaksi komunitas yang berlangsung di ruang digital atau daring (Kozinets, 2015). Untuk melengkapi netnografi, penelitian ini juga mengacu pada kerangka analisis media siber yang membedah objek kajian ke dalam empat level, yaitu level ruang media, level dokumen media, level objek media, dan level pengalaman, guna menangkap baik aspek teknologi platform maupun aspek makna yang dikonstruksi penggunaannya (Nasrullah, 2018).

Objek penelitian ini adalah konten penafsiran Al-Qur'an yang beredar di platform media sosial (Instagram, YouTube, dan/atau TikTok), khususnya pada akun-akun dakwah maupun tafsir yang memiliki jangkauan audiens luas dan menunjukkan pola viralitas yang tinggi, seperti akun-akun sejenis @quranreview yang telah banyak menjadi rujukan studi tafsir digital sebelumnya (Nurdin, 2023; Mursalin, 2024). Subjek penelitian mencakup unggahan tafsir itu sendiri (teks, audio-visual, dan keterangan/caption), pola interaksi audiens (komentar, likes, share), serta pernyataan pengelola akun terkait latar belakang dan metode penafsiran yang digunakan, sepanjang data tersebut tersedia secara publik.

Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer yang diperoleh langsung dari platform media sosial berupa unggahan tafsir, metadata interaksi (jumlah share, like, dan komentar), serta pola distribusi konten yang teramati selama periode pengamatan. Juga, data sekunder yang diperoleh dari studi pustaka atas jurnal ilmiah, buku, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan tafsir digital, otoritas keagamaan, dan algoritma media sosial (Abdilah, 2025; Rahmayani, 2018), yang digunakan untuk memperkuat kerangka analisis dan pembandingan temuan lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Algoritma sebagai Penentu Visibilitas Tafsir

Platform media sosial pada dasarnya tidak menampilkan seluruh konten yang diunggah penggunaannya secara merata, melainkan menyaring dan mengurutkannya melalui sistem algoritma personalisasi yang memprediksi konten mana yang paling mungkin diklik, disukai, atau dibagikan oleh pengguna berdasarkan riwayat perilakunya di masa lalu (Pariser, 2011). Mekanisme prediktif inilah yang menjadikan algoritma berfungsi layaknya penjaga gerbang (gatekeeper) baru di ruang digital: ia menentukan konten apa yang muncul di beranda pengguna, konten apa yang tenggelam, dan pada akhirnya, siapa yang "terlihat" dan siapa yang tidak. Dalam konteks penyebaran tafsir Al-



Qur'an, hal ini berarti bahwa visibilitas sebuah penafsiran di media sosial tidak semata-mata ditentukan oleh kedalaman keilmuan atau validitas metodologisnya, melainkan juga oleh seberapa besar potensi konten tersebut memicu interaksi (Abdilah, 2025).

Studi Abdilah (2025) menemukan bahwa otoritas keagamaan pada era digital semakin ditentukan oleh kemampuan figur agama dalam membangun personal branding, mengelola interaksi dengan audiens, dan memanfaatkan fitur algoritmik seperti sistem trending, bukan lagi semata-mata oleh legitimasi keilmuan formal yang diwariskan lewat jalur pendidikan tradisional. Pergeseran ini menandakan bahwa "keterlihatan" (visibility) di media sosial telah menjadi sumber daya baru yang diperebutkan para penafsir maupun penceramah, sebab semakin tinggi keterlibatan (engagement) yang dihasilkan sebuah unggahan, semakin besar pula peluangnya untuk terus direkomendasikan sistem kepada pengguna lain. Fenomena ini turut dikonfirmasi oleh kajian pada akun-akun tafsir populer seperti @quranreview, yang secara konsisten mengaitkan ayat-ayat Al-Qur'an dengan isu-isu yang tengah viral di masyarakat sebagai strategi untuk tetap relevan dengan pola distribusi algoritmik platform (Mursalin, 2024; Nurdin, 2023).

Penelitian besar yang menganalisis jutaan unggahan di platform sosial menemukan bahwa konten yang memuat unsur kebaruan (*novelty*) dan menimbulkan respons emosional cenderung menyebar jauh lebih cepat dan lebih luas dibandingkan konten yang bersifat faktual atau mendalam (Vosoughi et al., 2018). Prinsip ini berlaku pula pada distribusi konten keagamaan: unggahan tafsir yang dikemas secara ringkas, provokatif, atau emosional lebih berpeluang menjadi viral dibandingkan uraian tafsir yang panjang, sistematis, dan menuntut perangkat metodologis yang rumit (Abdilah, 2025). Dengan demikian, algoritma tidak bersikap netral terhadap jenis konten keagamaan; ia secara struktural memberi keuntungan visibilitas kepada tafsir yang "mudah dikonsumsi" ketimbang tafsir yang otoritatif namun kurang menarik secara algoritmik.

Algoritma personalisasi bekerja dengan menyajikan kembali konten yang serupa dengan preferensi pengguna sebelumnya, sehingga lambat laun membentuk gelembung informasi atau filter bubble yang membatasi paparan pengguna terhadap perspektif tafsir yang berbeda (Pariser, 2011). Ketika mekanisme ini berulang dalam skala besar, ia turut memperkuat ruang gema (*echo chamber*), yaitu kondisi ketika pengguna hanya berinteraksi dengan pandangan keagamaan yang sudah sejalan dengan keyakinannya (Wulandari et al., 2026). Studi netnografi pada komunitas dakwah digital bahkan menunjukkan bahwa algoritma platform tertentu, seperti TikTok, dapat berfungsi sebagai mesin polarisasi keagamaan, karena sistem rekomendasinya secara konsisten mendorong pengguna kepada konten dakwah yang semakin sejenis dan semakin ekstrem seiring waktu (Pertiwi dkk., 2026). Pola serupa juga ditemukan pada ranah konsumsi informasi secara umum, di mana algoritma media sosial terbukti memengaruhi selektivitas pengguna dalam mengakses berita maupun informasi publik (Riendani dkk., 2025). Dalam konteks tafsir Al-Qur'an, konsekuensinya adalah fragmentasi audiens ke dalam kelompok-kelompok penafsiran yang semakin homogen secara internal namun semakin renggang relasinya dengan kelompok penafsiran lain, sehingga ruang dialog metodologis antar-pendekatan tafsir menjadi semakin sempit.

Ketergantungan visibilitas pada logika algoritmik menimbulkan konsekuensi ganda. Di satu sisi, algoritma membuka peluang bagi penafsir non-institusional maupun kreator konten baru untuk menjangkau audiens yang luas tanpa harus melalui jalur otoritas keagamaan formal, sehingga mendemokratisasi akses masyarakat terhadap wacana keagamaan (Nurdin, 2023). Di sisi lain, karena sistem algoritmik pada dasarnya dioptimalkan untuk memaksimalkan waktu tinggal pengguna di platform dan bukan untuk menjamin akurasi keilmuan, maka konten tafsir yang paling "viral" belum tentu merupakan konten yang paling otoritatif secara metodologis (Abdilah, 2025). Kondisi ini pada gilirannya menggeser basis legitimasi tafsir: dari yang semula ditentukan oleh sanad keilmuan dan pengakuan komunitas ulama, menjadi ditentukan oleh kemampuan sebuah akun atau figur dalam "memenangkan" persaingan visibilitas di hadapan algoritma platform.



Secara keseluruhan, temuan di atas menegaskan bahwa algoritma media sosial bukan sekadar infrastruktur teknis yang netral dalam mendistribusikan konten keagamaan, melainkan aktor struktural yang turut menentukan penafsiran mana yang layak dilihat, diperbincangkan, dan pada akhirnya dianggap otoritatif oleh khalayak digital. Visibilitas tafsir di media sosial, dengan kata lain, tidak lagi sepenuhnya berada dalam kendali otoritas keagamaan tradisional, melainkan telah bergeser sebagian ke tangan sistem algoritmik yang bekerja berdasarkan logika keterlibatan, viralitas, dan personalisasi.

Viralitas sebagai Mekanisme Baru Penyebaran Tafsir

Sebelum era digital, penyebaran tafsir Al-Qur'an umumnya berlangsung melalui jalur yang relatif lambat dan berjenjang, seperti pengajian, majelis taklim, atau penerbitan kitab, yang mengandalkan interaksi langsung antara guru dan murid maupun proses kurasi penerbitan (Rahmayani, 2018). Media sosial mengubah pola ini secara radikal: sebuah penafsiran ayat kini dapat menjangkau ratusan ribu bahkan jutaan pengguna hanya dalam hitungan jam melalui mekanisme berbagi (*sharing*) yang berlangsung dari satu pengguna ke pengguna lain secara eksponensial. Viralitas, dengan demikian, bukan sekadar soal jumlah penonton yang besar, melainkan sebuah mekanisme penyebaran baru yang bergerak menyerupai penularan sosial, di mana satu unggahan dapat memicu rangkaian unggahan ulang, duet, maupun re-upload oleh pengguna lain hingga membentuk gelombang distribusi yang sulit dikendalikan sumber aslinya (Nurdin, 2023).

Salah satu kerangka yang banyak digunakan untuk menjelaskan mengapa suatu konten menyebar luas adalah model STEPPS, yang terdiri atas enam prinsip: mata uang sosial (*social currency*), pemicu (*triggers*), emosi (*emotion*), keterlihatan publik (*public*), nilai praktis (*practical value*), dan narasi (*stories*) (Berger, 2013). Prinsip mata uang sosial menjelaskan bahwa pengguna cenderung membagikan konten yang membuat mereka terlihat lebih baik, lebih bijak, atau lebih religius di mata jaringan sosialnya, sehingga konten tafsir yang dikemas dengan kalimat yang mudah dikutip ulang (*quotable*) memiliki peluang lebih besar untuk dibagikan. Prinsip emosi turut menjelaskan mengapa penafsiran yang dikaitkan dengan isu-isu emosional atau menyentuh, seperti musibah, hubungan keluarga, atau pencapaian hidup, lebih mudah viral dibandingkan uraian tafsir yang bersifat netral dan teknis. Kerangka ini relevan untuk membaca strategi akun-akun tafsir populer yang secara konsisten mengaitkan ayat Al-Qur'an dengan isu-isu yang tengah ramai diperbincangkan publik sebagai pemicu (*trigger*) agar kontennya ikut terbawa arus perbincangan yang sudah viral lebih dahulu (Mursalin, 2024).

Penelitian tentang konten daring menemukan bahwa artikel atau unggahan yang memicu emosi dengan tingkat keterbangkitan (*arousal*) tinggi, baik emosi positif seperti kekaguman maupun emosi negatif seperti kemarahan, jauh lebih besar peluangnya untuk dibagikan dibandingkan konten yang memicu emosi dengan keterbangkitan rendah seperti kesedihan yang pasif (Berger & Milkman, 2012). Prinsip ini turut berlaku pada konten tafsir yang beredar di media sosial: potongan ayat yang disandingkan dengan narasi yang menggugah, seperti kisah kesabaran, azab, atau harapan, cenderung memicu keterbangkitan emosional yang mendorong pengguna untuk membagikannya kembali kepada jaringan pertemanannya. Ditambah dengan kecenderungan bahwa konten yang mengandung unsur kebaruan dan muatan emosional menyebar jauh lebih cepat dibandingkan konten yang bersifat faktual dan datar (Vosoughi et al., 2018), maka wajar apabila penggalan tafsir singkat yang emosional lebih mendominasi ruang digital dibandingkan kajian tafsir yang panjang dan reflektif.

Tuntutan viralitas juga mendorong perubahan pada format penyajian tafsir itu sendiri. Kajian atas konten keagamaan di media sosial menunjukkan adanya kecenderungan kuat ke arah konten keagamaan berdurasi singkat, yang dikemas dalam potongan video pendek atau unggahan ringkas, sebagai adaptasi terhadap preferensi audiens digital yang menyukai informasi yang cepat



dicerna (Fathullah & Rifah, 2026). Format singkat semacam ini memang efektif meningkatkan peluang viralitas, tetapi pada saat yang sama berisiko menyederhanakan proses penafsiran yang sesungguhnya membutuhkan penjelasan konteks, metodologi, dan rujukan yang lebih luas.

Salah satu konsekuensi paling menonjol dari mekanisme viralitas adalah munculnya fenomena “ustadz instan”, yaitu figur yang mendadak populer dan dianggap sebagai rujukan keagamaan oleh publik hanya karena salah satu kontennya menjadi viral, tanpa disertai rekam jejak keilmuan maupun proses tabayun atas kapasitas keilmuannya (Mujadid, 2026). Viralitas, dalam konteks ini, berfungsi layaknya mekanisme legitimasi baru yang bekerja jauh lebih cepat dibandingkan proses pengakuan otoritas keagamaan secara konvensional, sehingga khalayak digital kerap kali menaruh kepercayaan pada sebuah penafsiran semata-mata karena telah banyak ditonton dan dibagikan, bukan karena telah melalui proses verifikasi keilmuan (Mujadid, 2026; Abdilah, 2025).

Uraian di atas menunjukkan bahwa viralitas telah menjadi mekanisme penyebaran tafsir yang sepenuhnya baru dan berbeda karakternya dari pola dakwah konvensional. Viralitas bekerja melalui kombinasi mata uang sosial, pemicu emosional, dan format penyajian yang ringkas, sehingga penafsiran yang tersebar luas belum tentu merupakan penafsiran yang paling mendalam secara metodologis. Lebih jauh, viralitas turut melahirkan jalur legitimasi baru yang instan bagi figur maupun konten keagamaan, yang pada gilirannya menuntut kehati-hatian masyarakat digital dalam menilai kredibilitas sebuah tafsir yang beredar hanya karena telah menjadi viral.

Pergeseran Otoritas Mufasir

Secara sosiologis, otoritas atau legitimasi seseorang untuk ditaati dan diikuti dapat dibedakan menjadi tiga tipe ideal, yaitu otoritas tradisional yang bersumber dari adat dan warisan turun-temurun, otoritas karismatik yang bersumber dari kualitas pribadi luar biasa seorang tokoh, dan otoritas rasional-legal yang bersumber dari aturan formal serta prosedur yang disepakati bersama (Weber, 1947). Dalam tradisi keilmuan Islam, otoritas seorang mufasir umumnya merupakan perpaduan antara otoritas tradisional dan rasional-legal: ia diakui karena telah melalui jenjang pendidikan agama yang panjang, memiliki sanad keilmuan yang tersambung kepada guru-guru sebelumnya, serta diakui oleh komunitas ulama sezamannya (Rumadi, 2012). Legitimasi semacam ini bersifat komunal dan berjenjang; seseorang tidak dapat mengklaim dirinya sebagai mufasir yang otoritatif tanpa melalui proses pengakuan tersebut.

Kehadiran media baru mengubah struktur otoritas yang semula terpusat pada ulama dan lembaga keagamaan formal menjadi lebih terfragmentasi. Studi pada konteks lokal di Aceh menunjukkan adanya pergeseran dari ulama lokal yang otoritatif secara tradisional ke ustaz-ustaz baru yang mendapatkan pengakuan melalui aktivitas dan popularitas di media (Saputra & Fadhlil, 2020). Ruang digital pada dasarnya tidak memiliki otoritas terpusat yang mengatur siapa yang berhak berbicara atas nama agama, sehingga konfigurasi otoritas keagamaan yang terbentuk di ruang siber jauh lebih cair dan kompetitif dibandingkan ruang keagamaan konvensional (Sunarwoto, 2020). Kondisi inilah yang membuka peluang bagi aktor-aktor baru, termasuk individu tanpa latar belakang pendidikan tafsir formal, untuk turut serta memproduksi dan menyebarkan penafsiran ayat Al-Qur'an kepada publik luas.

Fenomena ini tergambar jelas pada studi atas figur-figur penafsir yang membangun basis pengikutnya sendiri melalui media sosial tanpa bernaung di bawah lembaga keagamaan formal tertentu, di mana legitimasi mereka justru dibangun secara bertahap melalui interaksi rutin dan intensif dengan audiens digital (Mutmaynatulrizza, 2019). Studi lain menunjukkan bahwa bahkan metode tafsir konvensional yang biasa diajarkan dalam pendidikan formal keagamaan pun kini turut "dipraktikkan" oleh figur-figur di media sosial yang keabsahan otoritas keilmuannya belum tentu setara dengan mufasir yang berasal dari jalur pendidikan tafsir klasik (Musyaffa', 2023). Hal ini



menandakan bahwa batas antara "mufasir" dalam pengertian keilmuan yang ketat dan "pembuat konten keagamaan" di media sosial semakin kabur bagi sebagian besar khalayak awam.

Jika pada masa lalu legitimasi seorang mufasir diukur dari sanad keilmuan dan pengakuan sesama ulama, maka di ruang digital, legitimasi tersebut kini turut ditentukan oleh jumlah pengikut, tingkat keterlibatan (engagement) audiens, serta kemampuan sebuah akun untuk terus relevan dengan tren yang sedang viral (Abdilah, 2025). Bahkan pada kasus ekstrem, viralitas satu unggahan saja sudah cukup untuk mendorong seseorang mendadak dipandang sebagai rujukan keagamaan oleh publik, sebuah fenomena yang dikenal sebagai "ustadz instan", tanpa disertai proses verifikasi atas kapasitas keilmuannya (Mujadid, 2026). Pergeseran basis legitimasi dari sanad keilmuan menuju metrik popularitas digital ini pada dasarnya mencerminkan pergeseran dari otoritas rasional-legal dan tradisional ala Weber menuju bentuk otoritas baru yang lebih menyerupai popularitas pasar daripada otoritas keilmuan (Weber, 1947; Abdilah, 2025).

Pergeseran otoritas mufasir ini menghadirkan paradoks tersendiri. Di satu sisi, terbukanya ruang bagi siapa pun untuk menafsirkan dan mendiskusikan ayat Al-Qur'an mendemokratisasi akses pengetahuan keagamaan yang sebelumnya cenderung eksklusif dan berjenjang (Rahmayani, 2018). Di sisi lain, longgarnya kontrol atas siapa yang berhak menafsirkan berpotensi melahirkan krisis legitimasi, karena masyarakat kesulitan membedakan antara penafsiran yang benar-benar bersumber dari kapasitas keilmuan yang memadai dan penafsiran yang sekadar populer karena faktor algoritmik maupun viralitas semata (Nurdin, 2023; Abdilah, 2025). Otoritas mufasir, dengan demikian, tidak sepenuhnya hilang di era digital, tetapi mengalami pergeseran bentuk: dari otoritas yang terverifikasi secara komunal dan berjenjang, menjadi otoritas yang terus-menerus dinegosiasikan ulang di hadapan algoritma platform dan preferensi khalayak digital yang dinamis.

Secara keseluruhan, pergeseran otoritas mufasir di media sosial dapat dipahami sebagai proses fragmentasi otoritas keagamaan yang semula terpusat pada ulama dan lembaga pendidikan Islam formal, menjadi otoritas yang lebih cair, kompetitif, dan ditentukan oleh metrik digital seperti followers, engagement, dan viralitas. Proses ini membuka ruang partisipasi yang lebih luas bagi masyarakat, tetapi pada saat bersamaan menuntut kerangka literasi keagamaan digital yang lebih kuat agar masyarakat mampu menilai kredibilitas sebuah penafsiran secara kritis, tidak semata-mata berdasarkan popularitasnya di ruang digital.

Demokratisasi vs Fragmentasi Tafsir

Salah satu dampak paling nyata dari masuknya tafsir Al-Qur'an ke ruang digital adalah terbukanya akses pengetahuan keagamaan yang sebelumnya cenderung eksklusif dan hanya dapat dijangkau melalui pendidikan pesantren, majelis taklim, atau institusi keilmuan formal. Determinisme teknologi pada media baru pada akhirnya melahirkan apa yang disebut sebagai "demokratisasi pengetahuan agama", yaitu kondisi ketika siapa pun dapat mengakses, mempelajari, bahkan turut memproduksi wacana keagamaan tanpa harus melalui jenjang otoritas tradisional (Saputra & Fadhli, 2020). Kehadiran situs dan aplikasi tafsir digital turut mempercepat proses ini, karena literatur tafsir klasik maupun kontemporer yang dahulu hanya tersedia dalam kitab-kitab yang terbatas kini dapat diakses secara cepat dan luas oleh publik, sehingga membuka ruang partisipasi yang jauh lebih inklusif dalam kajian Islam (Wildan, 2025).

Demokratisasi ini tidak hanya soal siapa yang dapat mengakses, tetapi juga bagaimana tafsir dikemas agar dapat dikonsumsi khalayak luas. Kajian atas akun tafsir populer di Instagram menemukan adanya kecenderungan "tafsir visual", yaitu penyajian tafsir yang memadukan teks singkat dengan elemen grafis yang estetik, sehingga menghasilkan konten tafsir yang ringkas dan mudah dicerna namun tetap berupaya mempertahankan substansi pesannya (Nurdin, 2023). Format semacam ini terbukti efektif menjangkau generasi muda yang sebelumnya kurang tertarik pada kajian tafsir konvensional yang panjang dan tekstual, sehingga secara praktis memperluas basis audiens kajian keagamaan (Wildan, 2025).



Di balik manfaat inklusivitas tersebut, proses yang sama juga melahirkan konsekuensi yang tidak dapat dihindari, yaitu fragmentasi wacana tafsir. Ketika kontrol metodologis yang ketat tidak lagi menjadi syarat mutlak bagi siapa pun untuk menafsirkan ayat Al-Qur'an, bermunculan pula tafsir-tafsir instan yang tidak berlandaskan metodologi keilmuan yang memadai, sekaligus otoritas-otoritas baru yang tidak memiliki legitimasi akademik yang jelas (Wildan, 2025). Fenomena ini berpotensi mereduksi kedalaman pemahaman keagamaan masyarakat dan melemahkan posisi otoritas tradisional yang selama ini menjadi rujukan utama dalam menilai validitas sebuah tafsir (Wildan, 2025; Abdilah, 2025).

Fragmentasi ini semakin diperparah oleh cara kerja algoritma platform yang secara konsisten menyajikan kembali konten keagamaan yang sejalan dengan preferensi pengguna, sehingga lambat laun membentuk ruang gema (echo chamber) yang membatasi interaksi antar kelompok dengan pandangan tafsir yang berbeda (Wulandari et al., 2026). Alih-alih menyatukan umat dalam satu wacana keagamaan yang inklusif, media sosial justru berpotensi memecah audiens ke dalam kelompok-kelompok penafsiran yang semakin homogen secara internal, namun semakin renggang relasinya satu sama lain, sehingga ruang dialog metodologis antar-pendekatan tafsir menjadi semakin sempit dan terpolarisasi.

Ketegangan mendasar dalam fenomena ini terletak pada benturan antara dua nilai yang sama-sama penting: di satu sisi, keterbukaan akses terhadap pengetahuan keagamaan merupakan hal yang secara historis diperjuangkan agar tidak lagi menjadi monopoli kalangan tertentu (Rahmayani, 2018); di sisi lain, otoritas tafsir yang sah secara tradisional dibangun justru melalui proses verifikasi berjenjang yang ketat dan diakui secara komunal oleh ulama (Rumadi, 2012). Media sosial mempertemukan kedua nilai yang berpotensi saling bertentangan ini dalam satu ruang yang sama, sehingga masyarakat dihadapkan pada pertanyaan yang tidak sederhana: apakah keterbukaan akses harus dibayar dengan menurunnya standar validitas keilmuan, ataukah keduanya dapat diselaraskan melalui mekanisme kontrol baru yang sesuai dengan karakter media digital.

Uraian di atas menunjukkan bahwa demokratisasi dan fragmentasi tafsir bukanlah dua fenomena yang terpisah, melainkan dua sisi dari satu proses transformasi yang sama. Media sosial memang berhasil memperluas akses masyarakat terhadap pengetahuan tafsir Al-Qur'an secara belum pernah terjadi sebelumnya, tetapi pada saat yang bersamaan turut melemahkan mekanisme kontrol metodologis yang selama ini menjaga kualitas dan keotentikan tafsir yang beredar. Paradoks inilah yang menuntut adanya penguatan literasi keagamaan digital serta mekanisme kontrol ilmiah baru, agar keterbukaan akses tafsir di media sosial tidak berkembang menjadi fragmentasi wacana keagamaan yang tak terkendali.

Model Transformasi Penyebaran Tafsir

Untuk merangkum keterkaitan antara algoritma, viralitas, dan pergeseran otoritas mufasir yang telah diuraikan pada sub-bab sebelumnya, diperlukan sebuah kerangka model yang mampu menjelaskan bagaimana ketiganya bekerja secara berurutan sekaligus saling memengaruhi. Penyusunan model ini bertumpu pada tiga kerangka teoretis utama. Pertama, teori mediatisasi agama yang menjelaskan bahwa media bukan sekadar sarana penyampai pesan keagamaan, melainkan telah menjadi institusi tersendiri dengan logikanya sendiri, sehingga turut membentuk ulang bentuk, makna, dan otoritas keagamaan itu sendiri (Hjarvard, 2016). Kedua, konsep agama berjejaring (networked religion) yang memandang ruang digital sebagai ruang publik tempat agama dipraktikkan, dinegosiasikan, dan diperdebatkan dalam jejaring relasi yang kompleks antar penggunanya (Campbell, 2020). Ketiga, teori difusi inovasi yang menjelaskan tahapan bagaimana sebuah gagasan atau informasi menyebar dari sumbernya kepada khalayak yang lebih luas melalui saluran komunikasi tertentu dalam kurun waktu tertentu (Rogers, 2003). Ketiga kerangka ini secara bersama-sama digunakan untuk membangun model transformasi penyebaran tafsir yang bersifat siklikal, bukan linear satu arah.



1. Tahap Pertama: Produksi Konten Tafsir Digital

Model ini dimulai dari tahap produksi, yaitu ketika seorang aktor keagamaan, baik yang berasal dari kalangan ulama tradisional maupun kreator konten non-institusional, memproduksi sebuah unggahan penafsiran ayat Al-Qur'an dalam format yang sesuai dengan karakter media sosial: singkat, visual, dan kontekstual dengan isu yang tengah berkembang di masyarakat (Nurdin, 2023; Mursalin, 2024). Pada tahap ini, logika media telah mulai memengaruhi bentuk pesan keagamaan itu sendiri, sebagaimana diprediksi oleh teori mediatisasi, sebab format tafsir yang diproduksi harus menyesuaikan diri dengan kebiasaan konsumsi audiens digital agar dapat bersaing memperoleh perhatian (Hjarvard, 2016).

2. Tahap Kedua: Kurasi Algoritmik sebagai Gerbang Visibilitas

Setelah diunggah, konten tafsir tidak serta-merta terlihat oleh seluruh pengguna, melainkan harus melewati proses kurasi algoritmik yang menyeleksi dan memberi peringkat konten berdasarkan prediksi tingkat keterlibatan yang akan dihasilkannya (Abdilah, 2025). Tahap ini berfungsi sebagai gerbang (gate) yang menentukan konten tafsir mana yang akan diteruskan ke tahap penyebaran berikutnya dan konten mana yang akan tenggelam tanpa sempat menjangkau audiens luas, terlepas dari kedalaman keilmuan yang dikandungnya.

3. Tahap Ketiga: Distribusi Viral melalui Jejaring Sosial

Konten yang berhasil melewati kurasi algoritmik kemudian memasuki tahap distribusi viral, yaitu proses penyebaran dari satu pengguna ke pengguna lain melalui mekanisme berbagi yang didorong oleh unsur mata uang sosial, pemicu emosional, dan narasi yang mudah diingat (Berger, 2013). Pada tahap ini, kecepatan dan luas jangkauan penyebaran sangat dipengaruhi oleh kadar emosi yang dikandung konten tersebut, karena konten yang memicu keterbangkitan emosional tinggi terbukti menyebar jauh lebih cepat dibandingkan konten yang bersifat datar dan faktual (Vosoughi et al., 2018). Tahap ini sekaligus menjelaskan mengapa penafsiran yang viral belum tentu merupakan penafsiran yang paling representatif secara metodologis, sebab yang menyebar bukanlah tafsir yang "paling benar", melainkan tafsir yang "paling mudah menular" secara sosial.

4. Tahap Keempat: Resepsi Audiens dan Negosiasi Otoritas

Pada tahap resepsi, audiens yang menerima konten tafsir yang telah viral tidak sekadar mengonsumsinya secara pasif, melainkan turut menegosiasikan ulang siapa yang layak dianggap sebagai figur otoritatif dalam wacana keagamaan tersebut melalui komentar, share, dan interaksi lanjutan (Campbell, 2020). Pada titik inilah otoritas mufasir mengalami pergeseran nyata: legitimasi yang semula ditentukan oleh sanad keilmuan dan pengakuan komunal ulama kini turut ditentukan oleh hasil negosiasi audiens digital yang berlangsung secara terbuka dan real-time (Saputra & Fadhli, 2020), sehingga memungkinkan lahirnya otoritas dadakan seperti fenomena "ustadz instan" (Mujadid, 2026).

5. Tahap Kelima: Umpan Balik ke Sistem Algoritma dan Produksi Berikutnya

Model ini bersifat siklikal karena data interaksi audiens pada tahap resepsi tidak berhenti begitu saja, melainkan kembali diproses oleh sistem algoritma platform sebagai bahan pembelajaran untuk menentukan konten serupa yang akan direkomendasikan pada siklus berikutnya (Abdilah, 2025). Umpan balik ini pada gilirannya turut membentuk ruang gema (echo chamber) yang membuat audiens semakin terpapar pada corak tafsir yang sejenis, sekaligus mendorong kreator konten untuk memproduksi tafsir dengan pola serupa demi mempertahankan visibilitasnya (Wulandari et al., 2026). Siklus produksi–kurasi–distribusi–resepsi–umpan balik inilah yang secara bersama-sama membentuk pola transformasi penyebaran tafsir yang terus-menerus memperbarui dirinya sendiri.



Model siklikal di atas menjelaskan mengapa dua fenomena yang tampak berlawanan, yaitu demokratisasi akses tafsir dan fragmentasi wacana keagamaan, sesungguhnya lahir dari mekanisme yang sama. Keterbukaan setiap tahap dalam model ini bagi siapa pun untuk berpartisipasi menjelaskan mengapa akses terhadap tafsir menjadi jauh lebih inklusif dibandingkan era sebelumnya, sementara ketergantungan setiap tahap pada logika algoritmik dan viralitas menjelaskan mengapa otoritas keilmuan tafsir menjadi semakin cair dan terfragmentasi (Hjarvard, 2016; Campbell, 2020).

Model transformasi penyebaran tafsir yang diuraikan di atas menegaskan bahwa perubahan wajah tafsir Al-Qur'an di media sosial bukan sekadar akibat satu faktor tunggal, melainkan hasil interaksi berkelanjutan antara produksi konten, kurasi algoritmik, distribusi viral, resepsi audiens, dan umpan balik sistem yang saling memengaruhi dalam satu siklus yang terus berputar. Memahami tafsir digital sebagai sebuah siklus, bukan sebagai peristiwa sesaat, memungkinkan kajian keislaman kontemporer untuk merumuskan intervensi yang lebih tepat sasaran, baik pada level produksi konten, desain algoritma yang lebih bertanggung jawab, maupun penguatan literasi keagamaan audiens digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penyebaran tafsir Al-Qur'an di media sosial telah mengalami transformasi mendasar akibat interaksi antara algoritma dan viralitas. Algoritma platform bekerja sebagai gerbang visibilitas yang menyeleksi konten berdasarkan potensi keterlibatan (engagement), bukan berdasarkan kedalaman metodologis suatu penafsiran, sehingga tafsir yang tampil di hadapan publik lebih ditentukan oleh logika algoritmik ketimbang oleh validitas keilmuannya. Di sisi lain, viralitas bekerja sebagai mekanisme sosial yang mempercepat penyebaran konten melalui muatan emosional, mata uang sosial, dan format yang mudah dibagikan, sehingga tafsir yang paling menyebar luas belum tentu merupakan tafsir yang paling representatif secara akademik.

Kombinasi kedua mekanisme tersebut turut mendorong pergeseran signifikan pada otoritas mufasir. Legitimasi yang semula dibangun melalui sanad keilmuan dan pengakuan komunal ulama kini turut ditentukan oleh jumlah pengikut, tingkat interaksi, dan kemampuan bertahan di tengah arus viralitas, sebagaimana tercermin pada fenomena "ustadz instan" yang memperoleh pengakuan publik hanya karena satu unggahannya menjadi viral.. Pergeseran ini melahirkan paradoks antara demokratisasi akses pengetahuan keagamaan, yang membuka partisipasi lebih luas bagi masyarakat, dengan fragmentasi wacana tafsir, yang melemahkan mekanisme kontrol metodologis dan memecah audiens ke dalam kelompok-kelompok penafsiran yang semakin homogen secara internal namun terpisah satu sama lain.

Secara keseluruhan, transformasi ini dapat dipahami sebagai sebuah model siklikal yang berjalan melalui tahap produksi konten, kurasi algoritmik, distribusi viral, resepsi audiens, dan umpan balik ke sistem algoritma, yang terus memperbarui dirinya sendiri. Model ini menegaskan bahwa wajah tafsir kontemporer di ruang digital tidak dapat dipahami secara terpisah antara faktor teknologi dan faktor sosial-keagamaan, melainkan sebagai satu kesatuan proses yang saling memengaruhi. Temuan ini mengisyaratkan perlunya penguatan literasi keagamaan digital serta mekanisme kontrol ilmiah yang baru, agar keterbukaan akses tafsir di media sosial tidak berkembang menjadi erosi otoritas keilmuan yang tak terkendali.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdilah, M. (2025). Agama dalam cengkraman algoritma: Polarisasi otoritas dan wacana keagamaan di media sosial Indonesia. *Jurnal Cakrawala Akademika*, 2(4), 168–175. <https://doi.org/10.70182/jca.v2i4.1350>
- Berger, J. (2013). *Contagious: Why things catch on*. Simon & Schuster.



- Berger, J., & Milkman, K. L. (2012). What makes online content viral? *Journal of Marketing Research*, 49(2), 192–205. <https://doi.org/10.1509/jmr.10.0353>
- Campbell, H. A. (2020). *Digital creatives and the rethinking of religious authority*. Routledge.
- Eriyanto. (2021). *Metode netnografi: Pendekatan kualitatif dalam memahami budaya pengguna media sosial*. Prenada Media.
- Fathullah, F., & Rif'ah, R. (2026). Transformasi pemahaman agama di era dakwah digital: Analisis konten keagamaan singkat di media sosial. *Sujud: Jurnal Agama, Sosial dan Budaya*, 2(3), 2785–2794. <https://doi.org/10.63822/x1erxq89>
- Fauziah, W. (2021). *Qs. Al-Kafirun dalam tafsir akun Hijab Alila* [Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang].
- Hjarvard, S. (2016). Mediatization and the changing authority of religion. *Media, Culture & Society*, 38(1), 8–17. <https://doi.org/10.1177/0163443715615412>
- Kozinets, R. V. (2015). *Netnography: Redefined* (2nd ed.). Sage Publications.
- Mubarok, M., & Romdhoni, A. (2021). Digitalisasi Al-Qur'an dan tafsir sosial media di Indonesia. *Jurnal Iman dan Spiritualitas*, 1(1).
- Mujadid, S. A. (2026). Fenomena "ustadz instan" di TikTok: Analisis kredibilitas dan dampaknya terhadap literasi keagamaan generasi muda. *Qaulan Baligha: Jurnal Ilmu Manajemen Dakwah*, 3(1), 135–149. <https://doi.org/10.30631/qb.v3i1.5943>
- Mursalin, A. G. (2024). Kajian metode tafsir di media sosial pada akun Instagram @Quranreview. *Jurnal Tafseer*, 11(2), 34–55. <https://doi.org/10.24252/jt.v11i2.42124>
- Musyaffa', D. A. (2023). *Eksistensi tafsir konvensional dalam ruang media sosial: Studi atas penafsiran M. Ismail Ascholy pada akun Instagram @ismailascholy* [Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang].
- Mutmaynaturihza. (2019). Dialektika tafsir media sosial di Indonesia: Studi penafsiran Nadirsyah Hosen di media sosial. *Messenger*, 3(1).
- Nasrullah, R. (2018). *Etnografi virtual: Riset komunikasi, budaya, dan sosioteknologi di internet*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nurdin, R. (2023). Tafsir Al-Qur'an di media sosial (karakteristik penafsiran pada akun media sosial @Quranreview). *Jurnal Ilmiah Ilmu Ushuluddin*, 22(2), 143–156. <https://doi.org/10.18592/jiiu.v22i2.11008>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Pertiwi, A. R., Nisa, I., & Suryandari, M. (2026). Algoritma TikTok sebagai mesin polarisasi agama: Studi netnografi pada komunitas dakwah digital di Indonesia. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 12(2), 286–299. <https://doi.org/10.36989/didaktik.v12i02.13279>
- Purnama, R. F. (2020). The aesthetic reception of the Quran on Instagram: Variations, factors, and religious commodification. *Ulul Albab: Jurnal Studi Islam*, 21(2), 237–268. <https://doi.org/10.18860/ua.v21i2.9528>
- Rahmayani, T. (2018). Pergeseran otoritas agama dalam pembelajaran Al-Qur'an. *Maghza: Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, 3(2), 189–201. <https://doi.org/10.24090/maghza.v3i2.2133>
- Riendani, C. R., Simatupang, I. R. A., Abhinaya, A., & Abdillah, A. R. (2025). Pengaruh algoritma media sosial terhadap selektivitas konsumsi berita politik pada Generasi Z di Indonesia. *Jurnal Pustaka Cendikia Hukum dan Ilmu Sosial*, 2(3).
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.



- Rumadi, R. (2012). Islam dan otoritas keagamaan. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 20(1), 25–54. <https://doi.org/10.21580/ws.20.1.183>
- Saputra, E., & Fadhli, F. (2020). Media baru, fragmentasi, dan kontestasi otoritas keagamaan di Aceh: Dari ulama lokal ke ustaz. *Jurnal Lektur Keagamaan*, 18(2). <https://doi.org/10.31291/jlk.v18i2>
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunarwoto. (2020). Cyber Islamic environment: Konfigurasi dan otoritas keagamaan di ruang digital. *Jurnal Komunikasi Islam*, 10(2), 221–240. <https://doi.org/10.15642/jki.2020>
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Weber, M. (1947). *The theory of social and economic organization*. The Free Press.
- Wildan, W. (2025). Dari manuskrip ke digital: Transformasi studi tafsir di era digital (studi analisis website Altafsir.com). *El-Wasathy: Journal of Islamic Studies*, 3(1).
- Wulandari, R. D., Utami, C. M., Artika, V., Puspitasari, S., Miranda, D. M., Jasmine, K., Dwi Yuliza, S., Fransiska, S., Taufiqul Hakim, M. A., Aditya, G., Aldebaran, M. R., Nurrohman, A., Mukminin, H., & Alfatih, M. N. (2026). Dakwah dan akhlak digital: Analisis pengaruh algoritma media sosial terhadap perilaku keagamaan. *Retorika: Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 8(1), 124–129. <https://doi.org/10.47435/retorika.v8i1.4548>