

ANALISIS POSTMODERNISME LYOTARD DAN OTORITAS KEAGAMAAN DI ERA DIGITAL: DEKONSTRUKSI METANARASI DAN MUNCULNYA KELAS INFLUENCER

Reo Chandrika^{1*}, Fadhil Ahsan²

UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Jl. Gurun Aua, Kubang Putih, Kec. Banuhampu, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat 26181, Indonesia.

Email : chandrikare3@gmail.com^{1*}, ahsanfadhil@gmail.com²

ARTICLE INFO

Article history:

Received,
20 June 2026

Revised,
26 June 2026

Accepted,
18 July 2026

Kata Kunci:

Postmodernisme, Jean-
François Lyotard,
Otoritas Keagamaan,
Media Sosial,
Metanarasi.

Keywords:

Postmodernism, Jean-
François Lyotard,
Religious Authority,
Social Media,
Metanarrative.

Abstrak

Artikel ini mengkaji secara mendalam fragmentasi otoritas keagamaan di media sosial melalui kerangka postmodernisme Jean-François Lyotard. Di era digital kontemporer, arsitektur media sosial telah menjadi katalisator bagi dekonstruksi metanarasi keagamaan, di mana otoritas tradisional yang mengklaim kebenaran universal menghadapi krisis epistemologis yang serius. Melalui metode kualitatif dan tinjauan literatur yang komprehensif, kajian ini mengeksplorasi bagaimana algoritma platform digital merepresentasikan ‘permainan bahasa’ (*language games*) yang menyejajarkan teks suci dengan konten profan. Fragmentasi ini melahirkan aktor-aktor agama baru (*faith influencers*) yang legitimasinya tidak ditopang oleh sanad keilmuan atau metodologi teologis (*ushul fiqh*), melainkan oleh kapitalisme atensi, karisma visual, dan metrik algoritmik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komodifikasi agama dan lahirnya simulakra kesalehan memicu relativisme kebenaran, di mana otentisitas tafsir tereduksi oleh konten instan. Artikel ini menyimpulkan perlunya hibridisasi antara epistemologi tradisional dan literasi media baru agar diskursus keagamaan tidak kehilangan kedalaman substansinya di tengah arus postmodernitas.

Abstract

This article critically examines the fragmentation of religious authority on social media through the lens of Jean-François Lyotard's postmodernist framework. In the contemporary digital era, social media architecture has acted as a catalyst for the deconstruction of religious metanarratives, wherein traditional authorities asserting universal truths confront a severe epistemological crisis. Employing a qualitative methodology and a comprehensive literature review, this study explores how digital platform algorithms embody 'language games' that juxtapose sacred texts with profane content. This fragmentation engenders the emergence of new religious actors (faith influencers) whose legitimacy is anchored not in traditional intellectual lineages or rigorous theological methodologies (ushul al-fiqh), but rather in attention capitalism, visual charisma, and algorithmic metrics. The findings indicate that the commodification of religion and the proliferation of simulacra of piety precipitate truth relativism, whereby the authenticity of theological interpretation is compromised by instantaneous, bite-sized content. The article concludes by emphasizing the necessity of hybridizing traditional epistemology with new media literacy to ensure that religious discourse does not lose its substantive depth amidst the currents of postmodernity.

PENDAHULUAN

Diskursus mengenai otoritas keagamaan di era kontemporer tidak dapat dilepaskan dari penetrasi teknologi digital yang mendisrupsi cara manusia berinteraksi dengan realitas dan teks-teks suci. Pergeseran ini menciptakan sebuah tatanan sosiologis baru di mana kebenaran tidak lagi bersifat hierarkis dan terpusat, melainkan tersebar secara sporadis di berbagai medium digital. Kondisi ini secara filosofis menandai masuknya peradaban ke dalam fase postmodernitas, sebuah era yang ditandai dengan kecurigaan mendalam terhadap segala bentuk klaim kebenaran mutlak yang diproduksi oleh institusi-institusi tradisional. Agama, yang selama berabad-abad menempati posisi sentral sebagai panduan moral dan eskatologis yang mapan, kini harus berhadapan dengan logika ruang siber yang sangat cair, instan, dan terfragmentasi.

Salah satu gagasan sentral dalam postmodernisme adalah pengakuan terhadap pluralitas, yakni keberagaman budaya, nilai, dan agama sebagai kenyataan sosial yang tidak dapat diingkari. Gagasan ini memiliki implikasi signifikan dalam studi keagamaan, khususnya terkait dengan cara umat beragama memahami kebenaran, toleransi, dan relasi antaragama. Di tengah wacana ini, muncul perdebatan antara upaya menjaga klaim kebenaran normatif agama dengan tuntutan hidup berdampingan secara damai dalam masyarakat yang plural. Ketegangan inilah yang menjadikan diskursus pluralitas agama relevan dan terus aktual. (Rohmadani, 2026)

Dalam membedah transformasi fundamental ini, pemikiran filsuf Prancis Jean-François Lyotard memberikan pijakan analitis yang sangat presisi. Melalui tesis utamanya mengenai runtuhnya metanarasi, Lyotard menjelaskan bahwa masyarakat modern akhir telah kehilangan kepercayaannya pada narasi-narasi besar yang melegitimasi pengetahuan universal. Metanarasi agama, yang biasanya diartikulasikan melalui dogma-dogma institusional, fatwa ulama, dan kitab-kitab otoritatif, kini mengalami dekonstruksi ketika memasuki lanskap media sosial. Di ruang maya, kebenaran agama direduksi menjadi narasi-narasi kecil yang saling berkompetisi untuk mendapatkan atensi dari warganet, sehingga menggeser lokus otoritas dari institusi formal ke arena publik yang tidak teregulasi (Lyotard, 1979).

Pemikiran postmodernisme yang dikemukakan oleh filsuf Prancis Jean-François Lyotard memberikan landasan epistemologis yang sangat krusial dan tajam untuk menganalisis pergeseran radikal fondasi kebenaran di era digital kontemporer. Dalam karya monumentalnya, Lyotard mendefinisikan postmodernisme sebagai sikap ketidakpercayaan yang mendalam terhadap metanarasi. Metanarasi merujuk pada narasi-narasi besar dan skema komprehensif yang mengklaim memiliki otoritas atas kebenaran universal, absolut, dan tunggal. Agama, dalam bentuk tradisionalnya, merupakan salah satu bentuk metanarasi yang paling kuat karena memberikan kerangka penjelas kosmologis, teleologis, dan moral yang mengikat seluruh penganutnya dalam satu payung kebenaran yang tidak dapat diganggu gugat. Namun, transisi menuju masyarakat informasi dan digital telah membongkar klaim universalitas ini. Kebenaran kini dipecah menjadi narasi-narasi kecil yang terus dinegosiasikan, memicu pertanyaan mendasar tentang bagaimana agama dapat mempertahankan legitimasinya ketika pilar-pilar kebenaran tunggalnya mulai dipertanyakan oleh individu-individu yang kini memiliki akses tanpa batas terhadap informasi alternatif (Turner, 2020).

Masuknya budaya digital dan ekspansi masif media sosial telah bertindak sebagai katalisator utama yang mempercepat terciptanya kondisi postmodern tersebut, memicu apa yang disebut oleh para sosiolog sebagai krisis epistemologis dalam struktur hierarki otoritas agama. Studi sosiologi agama kontemporer menunjukkan bahwa digitalisasi tidak sekadar mengubah medium penyampaian pesan-pesan dakwah dari mimbar fisik ke layar kaca, tetapi secara fundamental dan ontologis mendekonstruksi cara individu mengonsumsi, mengidentifikasi, menafsirkan, dan mengamalkan ajaran agamanya. Media baru memberikan otonomi luar biasa kepada audiens, membebaskan mereka dari posisi historis sebagai penerima pasif dari doktrin-doktrin yang diturunkan secara top-down oleh institusi keagamaan formal. Sebaliknya, umat beragama kini bertransformasi menjadi agen aktif yang mampu merakit sistem keyakinan mereka sendiri secara eklektik, mengambil sedikit dari ajaran ini dan menolak bagian dari ajaran itu, menyesuaikan dengan selera personal mereka (Campbell & Evolvi, 2019).

Infrastruktur arsitektural dari platform media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan YouTube secara inheren merupakan perwujudan fisik dari infrastruktur pemikiran postmodern; ia secara sistematis menolak sentralisasi pengetahuan, meruntuhkan tembok-tembok otoritas tunggal yang selama ini dijaga oleh para elit ulama, dan memfasilitasi ledakan pluralitas wacana keagamaan tanpa ada satu pun titik pusat yang memiliki kuasa penuh untuk mengontrol atau menyaringnya.

Dalam ranah keagamaan, kehadiran media sosial telah mengakibatkan terjadinya pergeseran fenomena sosial dan keagamaan di masyarakat. Nilai-nilai agama yang sebelumnya dianggap sakral secara tidak langsung terkikis dalam suasana politik menjadi bentuk penyalahgunaan yang tidak berdasar untuk segera memperoleh kekuasaan. (Juwantara, Aini, & Zahra, 2020) Kondisi ini menjadikan studi agama di ruang publik menjadi tema kajian yang aktual, menguatnya diskusi “Politisasi agama”, “nasionalisme religius” menjadi perbincangan publik yang tidak dapat dikendalikan. (Alfiansyah & Fajriyah, 2023). Di ruang maya ini, siapa pun yang memiliki akses ke internet dan kemampuan merangkai kata atau video dapat memosisikan diri sebagai penyampai kebenaran ilahi. Tidak ada lagi mekanisme gatekeeping yang ketat seperti halnya dewan fatwa atau majelis ulama di dunia nyata. Hal ini menciptakan lanskap keberagaman yang sangat bising, di mana ajaran spiritual yang mendalam bersaing

di arena yang sama dengan konten hiburan, promosi komersial, dan wacana politik yang sering kali dipenuhi sentimen polarisasi.

Fenomena demokratisasi akses ini bermuara pada satu konsekuensi sosiologis yang berdampak luar biasa, yaitu terfragmentasinya otoritas keagamaan tradisional. Selama berabad-abad, legitimasi teologis dan hukum keagamaan—khususnya dalam tradisi diskursus keislaman di Indonesia—dipegang sangat kuat oleh figur-figur karismatik tradisional seperti kiai, syekh, atau ulama. Mereka ini adalah individu-individu yang telah mendedikasikan hidupnya menempuh jalur pendidikan sistematis bertahun-tahun, bahkan berpuluh tahun, di lembaga-lembaga formal pesantren dengan sanad keilmuan yang secara historis dapat dilacak hingga ke sumber aslinya. Penguasaan mereka terhadap literatur berbahasa Arab klasik (kitab kuning), ilmu alat (nahwu-sharaf), serta metodologi penetapan hukum (ushul fiqh) menjadi basis legitimasi otoritatif yang tidak terbantahkan oleh masyarakat awam (Arifianto, 2018).

Namun, disrupsi internet secara agresif membongkar monopoli tafsir dan eksklusivitas sanad keilmuan tersebut. Kemunculan cyberspace membuat wibawa keagamaan terpecah belah dan memicu kebangkitan aktor-aktor agama baru yang legitimasinya tidak lagi didasarkan pada transmisi ilmu tradisional yang kaku. Para ‘ustaz baru’ ini tidak dievaluasi berdasarkan seberapa dalam pemahaman gramatika Arab mereka, melainkan dinilai berdasarkan matriks popularitas digital: seberapa banyak pengikut (followers) mereka, seberapa tinggi tingkat keterlibatan audiens (engagement rate), serta seberapa estetis dan emosional konten visual yang mereka produksi. Karisma yang tadinya bersifat spiritual kini bertransformasi menjadi ‘karisma digital’ yang sangat bergantung pada performa di depan kamera dan keahlian memanipulasi algoritma (Haryadi, 2020).

Berdasarkan signifikansi dan urgensi pemetaan masalah di atas, artikel ekstensif ini berargumen bahwa teori postmodernisme Lyotard merupakan lensa analitik yang paling relevan dan presisi untuk membedah realitas sosiologis kehidupan beragama di era algoritma saat ini. Artikel ini secara khusus bertujuan untuk mengurai, menganalisis, dan membedah secara kritis serangkaian pertanyaan krusial: bagaimana tepatnya metanarasi agama didekonstruksi oleh logika algoritmik platform digital? Bagaimana relasi kuasa yang asimetris di arena digital membentuk dan melegitimasi otoritas-otoritas keagamaan baru?

Berbagai kajian terdahulu mengenai diskursus media dan agama umumnya didominasi oleh pendekatan sosiologi komunikasi dan antropologi digital. Penelitian seperti yang dilakukan oleh Haryadi (2020) dan Turner (2020) lebih banyak menyoroti pergeseran fisik medium dakwah dan perubahan pola interaksi sosiologis antara penceramah dan audiens. Kajian lain, seperti oleh Hew Wai Weng (2018) dan Han (2019), secara spesifik membedah kasus kemunculan figur *influencer* agama atau pendakwah jalanan dari sudut pandang strategi pemasaran, budaya pop, dan komodifikasi identitas. Namun, kajian-kajian tersebut menyisakan ruang kosong (*research gap*) yang signifikan: mayoritas penelitian terdahulu hanya membaca fenomena ini sebagai gelembung perubahan sosial-teknologis (gejala permukaan), tanpa membedah akar krisis epistemologisnya secara filosofis.

Di sinilah letak kebaruan (*novelty*) utama penelitian ini. Artikel ini menawarkan intervensi teoritis dengan menarik fenomena disrupsi otoritas keagamaan digital ke ranah filsafat epistemologi, secara spesifik menggunakan pisau bedah postmodernisme Jean-François Lyotard. Alih-alih sekadar mencatat pergeseran sosiologis, penelitian ini melihat media sosial sebagai infrastruktur arsitektural yang mewujudkan tesis kematian “metanarasi” dan arena pertarungan “permainan bahasa” (*language games*). Penggunaan kacamata filsafat postmodern ini merupakan tawaran kebaruan terbaik untuk membaca ulang realitas digital, karena ia tidak sekadar memetakan *siapa* otoritas baru tersebut, melainkan membongkar *bagaimana* dan *mengapa* klaim kebenaran (kewibawaan teks suci dan keilmuan klasik) direduksi kebenarannya menjadi sekadar validitas algoritmik.

Penelitian ini memiliki urgensi akademis dan sosiologis yang sangat mendesak di tengah karut-marutnya ekosistem informasi keberagamaan saat ini. Realitas di media sosial menunjukkan gejala anarki epistemologis dan era *post-truth*, di mana setiap individu merasa berhak mengeluarkan fatwa atau menafsirkan teks suci bermodalkan terjemahan instan, tanpa menguasai metodologi hukum (*ushul fiqh*) maupun ilmu alat. Fragmentasi otoritas ini memicu kepanikan moral pada institusi tradisional dan berisiko melahirkan puritanisme, polarisasi tajam (*echo chambers*), persekusi daring atas nama agama, hingga komodifikasi agama menjadi alat kapitalisme digital. Jika akar filosofis dari dekonstruksi ini (kondisi postmodernitas) tidak diurai, maka strategi mitigasi dari otoritas keagamaan tradisional akan selalu bersifat reaktif-defensif dan gagal beradaptasi. Oleh karena itu, mendiagnosis fenomena ini melalui lensa Lyotard menjadi sangat urgen guna merumuskan tata bahasa baru bagi institusi tradisional agar nilai profetik agama tidak punah atau terseret menjadi arus hiperrealitas belaka.

Berdasarkan rumusan kesenjangan dan urgensi di atas, penelitian ini diarahkan untuk mencapai tiga tujuan spesifik, yaitu: Menganalisis proses dekonstruksi metanarasi keagamaan dengan mengurai bagaimana teks, hukum, dan wacana agama yang dulunya sakral dan absolut dimutilasi menjadi narasi-narasi kecil (*petits récits*) oleh format dan desain algoritma media sosial, Memetakan relasi kuasa dalam *Language Games* dengan membongkar mekanisme “permainan bahasa” yang digunakan oleh kelas pemengaruh agama baru (*faith influencers*) dalam merebut ruang publik digital, dan membandingkannya dengan kegagapan bahasa yang dialami oleh otoritas tradisional, dan merumuskan kerangka mitigasi epistemologis dengan menawarkan sintesis analitik mengenai bagaimana otoritas keagamaan tradisional dapat melakukan hibridisasi pendekatan (mengawinkan

metodologi keilmuan klasik dengan literasi kultur media baru) guna bertahan dan menghalau ancaman relativisme nilai di era disrupsi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dikonstruksi melalui pendekatan kualitatif dengan memanfaatkan desain studi kepustakaan (*literature review*) yang mendalam dan tajam, dipadukan dengan paradigma hermeneutika filosofis. Desain penelitian ini dipilih secara strategis karena objek kajian berupa fenomena sosiologis digital dan pemikiran filosofis abstrak, memerlukan kemampuan interpretasi teks dan fenomena tingkat tinggi. Alih-alih menyebarkan kuesioner kuantitatif yang hanya memotret gejala permukaan, hermeneutika filosofis memungkinkan peneliti untuk menyelami makna esensial di balik pergeseran struktur kuasa di ruang maya, menguraikan simbol-simbol otoritas baru, dan menghubungkannya dengan akar ontologis postmodernitas yang diteorikan oleh Lyotard.

Pengumpulan data dilakukan melalui kurasi literatur secara sistematis terhadap basis data akademik bereputasi (seperti Scopus, Web of Science, Google Scholar, dan Sinta). Fokus utama pencarian literatur difokuskan pada karya-karya jurnal ilmiah, baik berskala nasional maupun internasional, yang diterbitkan dalam rentang waktu satu dekade terakhir (2016-2026). Hal ini krusial untuk memastikan bahwa data yang digunakan mencerminkan mutasi terbaru dalam ekologi media sosial mengingat algoritma platform seperti TikTok dan Instagram Reels baru mendominasi wacana digital dalam beberapa tahun ke belakang. Sumber data primer tetap bersandar pada teks-teks orisinal Lyotard, sementara data sekunder digali dari studi empiris dan konseptual tentang ulama digital, influencer agama, echo chambers, dan sosiologi media kontemporer.

Tahapan analisis data merujuk pada prosedur analisis wacana kritis dan sintesis tematik. Langkah pertama melibatkan proses reduksi data, di mana gagasan-gagasan kompleks Lyotard mengenai metanarasi dan language games didistilasi menjadi indikator-indikator operasional yang dapat diaplikasikan pada realitas digital. Langkah kedua adalah kontekstualisasi; peneliti membenturkan indikator teoritis tersebut dengan data-data fenomena kemunculan tokoh-tokoh agama populis, persaingan fatwa online, dan polarisasi narasi keagamaan di media sosial Indonesia dan global. Langkah terakhir bermuara pada penarikan konklusi yang integratif, di mana artikel ini mengekstraksi benang merah kausalitas antara arsitektur algoritma media sosial, disrupsi otoritas, dan ancaman relativisme nilai dalam kehidupan beragama umat saat ini (Zuhri, 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kerangka teoritis utama yang menopang seluruh argumen dalam artikel ini bertumpu pada diskursus filosofis Jean-François Lyotard, khususnya tesisnya mengenai kondisi postmodern. Lyotard mendiagnosis bahwa era modern yang ditandai oleh proyek Pencerahan, dengan keyakinan butanya pada rasionalitas universal, kemajuan sains, dan emansipasi manusia, telah gagal memenuhi janjinya. Kegagalan ini melahirkan era postmodern, yang secara definitif dicirikan oleh runtuhnya kepercayaan terhadap 'metanarasi'. Metanarasi adalah cerita-cerita payung yang melegitimasi praktik, institusi, dan nilai-nilai sosial dengan mengaitkannya pada sebuah ide absolut dan universal. Agama, dengan doktrin keselamatan eskatologisnya dan hukum ilahiahnya yang komprehensif, adalah contoh arketipe dari metanarasi. Dalam kondisi postmodern, klaim-klaim absolut semacam ini dipandang dengan penuh kecurigaan dan dianggap sebagai bentuk hegemoni yang menekan kemajemukan (Wibowo, 2021).

Sebagai pengganti metanarasi yang telah usang, Lyotard mengajukan konsep narasi kecil (*petits récits*). Narasi kecil tidak berambisi untuk merengkuh kebenaran universal atau mendikte seluruh umat manusia; sebaliknya, ia bersifat lokal, pragmatis, situasional, dan sangat kontekstual. Validitas sebuah narasi kecil tidak bergantung pada persetujuan entitas transenden atau hukum alam universal, melainkan pada konsensus lokal para partisipannya. Ketika teori ini diaplikasikan pada konteks agama di media sosial, kita menyaksikan dengan jelas bagaimana doktrin-doktrin besar agama dipecah-pecah menjadi 'narasi kecil' berupa status singkat, meme, atau video berdurasi 15 detik. Pengguna media sosial tidak lagi mengonsumsi agama sebagai satu kesatuan teologis yang utuh, melainkan sebagai kepingan-kepingan nasehat atau kutipan yang dapat disesuaikan dengan suasana hati mereka pada hari itu (G. R. Bunt, 2018).

Untuk menjelaskan bagaimana berbagai wacana ini beroperasi, Lyotard meminjam dan memodifikasi konsep 'permainan bahasa' (language games) dari Ludwig Wittgenstein. Bagi Lyotard, masyarakat direpresentasikan sebagai jaringan interaksi di mana berbagai permainan bahasa berlangsung. Setiap wacana—baik itu agama, sains, politik, sastra, atau budaya populer merupakan sebuah permainan dengan aturan (pragmatik) yang berbeda-beda. Suatu pernyataan (langkah) hanya memiliki makna dan keabsahan di dalam aturan permainannya sendiri. Postmodernisme menolak upaya untuk menerjemahkan atau menilai satu permainan bahasa menggunakan aturan permainan bahasa yang lain. Kesalahan fatal institusi keagamaan tradisional sering kali terletak pada anggapan bahwa bahasa teologis mereka memiliki posisi meta-bahasa yang berhak menghakimi wacana lain di ruang publik digital, padahal di media sosial, seluruh permainan bahasa diletakkan pada posisi yang datar dan setara (Hassan, 2022).

Lebih jauh, konsep paralogi Lyotard menjadi relevan untuk memahami diskursus di media sosial. Berbeda dengan pandangan modernis yang melihat tujuan komunikasi adalah untuk mencapai konsensus universal, Lyotard

melihat bahwa pencarian konsensus sering kali bersifat menindas. Ia justru mengusulkan ‘paralogi’, yaitu pencarian disensus, penciptaan ide-ide baru, dan pematahan aturan yang sudah mapan untuk melahirkan permainan bahasa yang benar-benar baru. Di media sosial, aktivitas paralogi ini difasilitasi oleh kolom komentar, fitur remix, dan fungsi share, di mana teks keagamaan asli dapat didekonstruksi, disanggah, diparodikan, atau diberi makna baru yang sama sekali melenceng dari niat awal pengarang/penceramah. Teks agama kehilangan otoritas absolutnya dan menjadi entitas yang cair. (Kusuma, 2023)

Secara historis, narasi keagamaan diarsutuskan melalui mekanisme institusional yang sangat terstruktur, beroperasi sebagai metanarasi kosmik yang tidak hanya menjelaskan penciptaan alam semesta, tetapi juga mendikte regulasi etika, norma sosial, dan hukum privat pengikutnya tanpa ruang untuk negosiasi rasional. Namun, ketika narasi besar ini harus bermigrasi dan beradaptasi dengan format digital, ia mengalami proses mutilasi dan dekonstruksi yang luar biasa. Di platform seperti TikTok, YouTube Shorts, atau Instagram Reels, teks-teks sakral, kutipan hadis, dan argumentasi fikih dipaksa untuk diringkas ke dalam durasi 15 hingga 60 detik. Format mikro-konten ini secara inheren menghancurkan konteks, menihilkan asbabun nuzul (sebab turunnya ayat), dan menghapus metodologi penalaran hukum (ushul fiqh) yang rumit. Teks suci disederhanakan menjadi sekadar quotes motivasional, teguran instan, atau senjata retorik untuk memenangkan perdebatan di kolom komentar.

Agar Islam dapat dikualifikasikan sebagai sebuah metanarasi, ia harus memenuhi dua kriteria dasar. Pertama, ia harus mengajukan sejumlah klaim tentang apa yang membentuk realitas dan pengetahuan, serta menawarkan suatu preskripsi untuk “kehidupan yang baik”. Kedua, dan yang lebih penting, ia harus menjustifikasi klaim-klaim tersebut melalui rujukan pada kriteria yang diklaim universal dan objektif, seperti sains modern atau nalar universal. Kriteria pertama sangat sesuai dengan agama Islam sebagaimana halnya dengan agama-agama monoteistik dan sistem keimanan pada umumnya. Mengutip perkataan Brendan Nelson, “bukankah keyakinan agama pandangan dunia keagamaan, yang dipahami sebagai serangkaian klaim metafisik, doktrinal, dan moral tentang realitas adalah contoh metanarasi yang paling nyata”. Namun, kriteria kedua, yaitu keharusan untuk menjustifikasi klaim-klaim tersebut berdasarkan landasan yang universal dan objektif, jauh lebih kompleks untuk ditetapkan. Hal ini memerlukan penyelidikan mendalam terhadap posisi dan peran akal (rasio) di dalam Al-Quran, serta apakah Al-Quran memberikan status fondasional pada akal dan menjadikannya sebagai penentu mutlak berkenaan dengan klaim-klaim yang dibuatnya mengenai realitas. (Bazzi, 2015) Ketika Al-Quran mengajak umat manusia untuk meyakini apa yang dianggapnya sebagai kebenaran, hal tersebut tidak dilakukan atas dasar keyakinan buta. Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur’an surat Al-Isra’ ayat 36:

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

“Janganlah engkau mengikuti sesuatu yang tidak kauketahui. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan, dan hati nurani, semua itu akan diminta pertanggungjawabannya.”

Al-Quran mendorong manusia untuk berpikir, merenung, dan mendayagunakan proses logis-kognitif yang mencakup argumentasi rasional, pembuktian, dan pemikiran sistematis. Meskipun aspek ini merupakan langkah pertama yang esensial untuk mencapai kebenaran, menurut Al-Quran hal tersebut tetap merupakan bagian dari suatu proses integral. Dalam proses tersebut, akal pikiran berinteraksi dengan hati dan sifat bawaan manusia (*fitrah*), dengan menjadikan wahyu sebagai pedoman, guna mencapai keyakinan yang utuh. Hal ini dikarenakan gagasan mengenai intelek dalam Al-Quran (*‘aql*) bersifat jauh lebih komprehensif dibandingkan dengan konsepsi peradaban Barat mengenai rasio. Lebih lanjut, sifat dari klaim-klaim metafisik yang diajukan oleh Al-Quran mengenai eksistensi, Sang Pencipta, dan kehidupan setelah mati, tidak dapat sepenuhnya dipastikan, atau dibantah, jika hanya mengandalkan rujukan eksklusif pada rasio instrumental semata. (Bazzi, 2015)

Selain memberikan berbagai macam keuntungan dan kesempatan, media digital memiliki risiko-risiko yang harus dihindari. Media digital memberikan kesempatan yang luas untuk: (1) media pembelajaran dan pendidikan, (2) kesempatan berpartisipasi dalam ekonomi digital, (3) media informasi untuk menyelesaikan masalah komunitas, dan (4) percepatan pembelajaran teknologi, informasi, dan komunikasi. Oleh karena itu, anak-anak perlu mengetahui kebutuhan pribadi, selektif dalam memilih materi digital, dan mengerti penggunaan informasi. Adapun risiko-risiko media digital antara lain: berita palsu (hoax), konten seksual, konten berbahaya, dan sebagainya. (Purnama, 2018)

Konsekuensi dari pemotongan ekstrem ini sejalan secara presisi dengan tesis kematian metanarasi Lyotard. Ketika ajaran agama direduksi menjadi konten bite-sized, ia kehilangan koherensi sistemiknya. Pengguna media sosial tidak lagi menganggap agama sebagai sebuah bangunan sistem kepercayaan yang wajib diterima utuh; mereka mempraktikkan ‘agama prasmanan’ (buffet religion atau spiritual smorgasbord). Mereka dapat me-like dan men-share konten tentang pentingnya bersewakah di pagi hari, sambil pada saat yang bersamaan mengabaikan atau bahkan menolak konten hukum agama lain yang membatasi kebebasan gaya hidup kosmopolitan mereka. Objektivitas dan keabsolutan doktrin telah digantikan oleh pragmatisme radikal dan preferensi personal. Subjektivitas pengguna menjadi otoritas tertinggi yang menentukan ayat mana yang relevan dan ayat mana yang harus diabaikan, sebuah kondisi yang menandai kemenangan mutlak relativisme postmodern di atas puing-puing metanarasi absolut.

Algoritma Media Sosial sebagai ‘Permainan Bahasa’ Baru

Dalam kerangka pemikiran Jean-François Lyotard, kondisi postmodernitas ditandai oleh skeptisisme dan ketidakpercayaan yang radikal terhadap metanarasi (*incredulity towards metanarratives*). Secara historis, institusi keagamaan beroperasi sebagai metanarasi kosmik yang paling mapan; ia menawarkan seperangkat kebenaran universal, absolut, dan tak terbantahkan yang mengatur kosmologi hingga moralitas pengikutnya. Namun, di era digital kontemporer, platform media sosial telah beroperasi sebagai instrumen dekonstruksi yang paling masif terhadap narasi besar tersebut.

Fenomena permainan bahasa sebagai bentuk kreativitas linguistik yang dipengaruhi oleh karakter komunikasi digital yang cepat, ekspresif, dan berbasis komunitas. Bahasa tidak hanya berfungsi sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai sarana pembentukan identitas, penguatan kedekatan sosial, serta partisipasi dalam tren kebahasaan. Variasi language games yang ditemukan meliputi penyederhanaan bentuk, permainan bunyi atau ejaan, serta penciptaan makna baru melalui penggunaan slang, modifikasi ejaan, akronim, emotikon, dan hashtag. Setiap bentuk memiliki fungsi komunikatif tertentu, seperti mengekspresikan emosi, menciptakan humor, membangun keakraban, dan menandai keterlibatan dalam budaya digital.

Ciri-ciri *Language Games* antara lain: bersifat tidak baku dan menyimpang dari kaidah; mengutamakan kreativitas dan permainan makna; memiliki tujuan pragmatik tertentu; dipengaruhi tren, komunitas, dan budaya digital; mudah disebarkan dan ditiruf; serta memiliki pola yang terulang. (Masfufah, Asrini, & Saraswati, 2026). Ketika ajaran agama bermigrasi ke dalam format digital (seperti Instagram Reels, TikTok, atau X/Twitter), ia mengalami proses mutilasi teks yang radikal. Doktrin-doktrin teologis yang kompleks dipaksa untuk tunduk pada arsitektur platform yang hanya mengakomodasi konten berdurasi 15 hingga 60 detik. Teks suci, kutipan hadis, maupun fatwa fikih dipotong menjadi fragmen-fragmen kecil (*bite-sized content*) yang tercerabut dari konteks historisnya (*asbabun nuzul*) dan metodologi penetapan hukumnya. Konsekuensinya, kebenaran agama tidak lagi diterima sebagai satu bangunan sistemik yang utuh, melainkan berubah menjadi narasi-narasi kecil (*petits récits*) yang bersifat parsial, situasional, dan tunduk pada selera subjektif pengguna media sosial. Individu kini mempraktikkan “agama prasmanan”, di mana mereka dengan otonom memilih ajaran yang sesuai dengan gaya hidup mereka dan mengabaikan doktrin yang dianggap membebani.

Arena media sosial sejatinya adalah manifestasi panggung teater bagi konsep ‘permainan bahasa’ (language games) Lyotard. Dalam ekologi digital ini, wacana keagamaan kehilangan privilese; ia dipaksa turun dari atas mimbar masjid atau altar gereja yang sakral untuk bertarung secara terbuka di lini masa pengguna. Di layar gawai (smartphone), sebuah unggahan kajian tafsir kitab kuning dari seorang ulama kharismatik yang dihormati di dunia nyata, harus bersanding bahu-membahu dan bersaing untuk mendapatkan perhatian audiens dengan unggahan endorsement produk pemutih kulit, video kucing lucu, gosip selebritas, hingga propaganda kampanye politik yang brutal. Platform media sosial tidak mengenal hierarki ontologis antara yang sakral dan yang profan; algoritma memperlakukan seluruhnya secara eksklusif sebagai data numerik (bit dan byte) yang nilainya ditentukan semata-mata oleh metrik interaksi.

Lebih jauh, aturan main dalam permainan bahasa algoritmik ini sama sekali tidak mengutamakan kedalaman epistemologis atau koherensi rasional. Algoritma raksasa teknologi dirancang secara arsitektural untuk mengamplifikasi emosi ekstrem baik itu kemarahan, ketakutan, kepanikan moral, maupun kekaguman sentimental karena emosi inilah yang menjamin retensi pengguna agar tetap berada di platform selama mungkin. Akibatnya, konten agama yang sukses, viral, dan disebarkan secara masif bukanlah ceramah yang mengedepankan kompleksitas fikih multi-mazhab atau moderasi beragama, melainkan narasi keagamaan yang sensasional, penuh klaim kebenaran sepihak, menyalahkan kelompok lain (othering), dan dikemas dengan clickbait. Validitas kebenaran agama dalamacamata sosiologi digital telah diubah total: kebenaran bukan lagi tentang kesesuaian dengan naskah suci (korespondensi teologis), tetapi tentang seberapa besar ia diviralkan dan divalidasi oleh massa (konsensus algoritmik) (Hidayatullah & Wijaya, 2023).

Hancurnya legitimasi metanarasi dan berlakunya aturan baru algoritma memicu pergeseran lempeng tektonik dalam sosiologi otoritas beragama. Secara sosiologis, otoritas keagamaan klasik bersandar pada apa yang disebut Max Weber sebagai otoritas tradisional dan rasional-legal, yang di dunia pesantren diwujudkan melalui sistem sanad rantai transmisi intelektual dan spiritual yang bersambung langsung hingga ke Nabi Muhammad, yang dicapai melalui pengorbanan monok bertahun-tahun. Namun, media sosial menghapus syarat prerequisite edukasional tersebut. Ruang maya mendemokratisasi produksi pengetahuan keagamaan sedemikian rupa sehingga melahirkan kondisi anarkisme epistemologis; di mana ketiadaan gatekeeper memungkinkan siapa saja yang memiliki smartphone dan kemampuan retorika dasar untuk mendeklarasikan dirinya sebagai pakar agama yang sah di mata netizen (Weng, 2018).

Vakumnya otoritas sentral ini segera diisi oleh kemunculan aktor-aktor baru yang sering dijuluki sebagai ustaz selebritas, pendakwah jalanan (street preachers), mualaf fenomenal, dan faith influencers. Mereka merepresentasikan wajah baru dari otoritas keagamaan posmo yang sangat cair. Legitimasi mereka sama sekali tidak dibangun dari ketabahan menelaah berjilid-jilid ensiklopedia fikih klasik, melainkan diekstraksi dari kedekatan sosiologis dengan audiens kaum urban, kemampuan berbahasa slang (gaul), selera busana yang modis (hypebeast atau hijab chic), teknik copywriting persuasif, serta kecerdasan meracik sinematografi video dakwah

yang secara estetik memanjakan mata. Para pemengaruh ini memahami betul bagaimana bermain dalam language games era kiwari: mereka menyajikan agama bukan sebagai dogma yang mengintimidasi, melainkan sebagai solusi life-hack yang relatable dengan kecemasan eksistensial generasi milenial dan Gen Z.

Kemunculan kelas pemengaruh agama baru ini memiliki perselingkuhan yang sangat intim dengan logika kapitalisme digital dan ekonomi atensi (attention economy). Di era postmodern, segala hal, termasuk yang paling suci sekalipun, rentan direduksi menjadi komoditas pasar. Praktik dakwah di media sosial tidak luput dari proses komodifikasi ini. Nilai-nilai transendental ilahiah dibongkar dan dikemas ulang menjadi komoditas identitas yang dipasarkan secara massal untuk mendulang klik, penayangan (views), dan pada gilirannya, monetisasi via *AdSense* atau *endorsement* (iklan berbayar). Agama, dalam kerangka hiperrealitas yang diteorikan oleh Jean Baudrillard seorang filsuf sejawat Lyotard berubah menjadi serangkaian tanda dan simulakra; di mana citra kesalehan (image of piety) jauh lebih penting dan dihargai dibandingkan substansi ketakwaan itu sendiri.

Adapula yang saat ini dikenal dengan fenomena mediatisasi agama ditandai oleh menguatnya peran media sebagai sumber informasi utama dalam urusan keagamaan. Saat ini, media massa tidak hanya berfungsi sebagai produsen, tetapi juga sebagai distributor pengalaman keagamaan, sementara media interaktif menyediakan wadah bagi ekspresi dan sirkulasi keyakinan individu. Dalam prosesnya, informasi dan pengalaman keagamaan dikemas sedemikian rupa agar sesuai dengan tuntutan genre populer media. Akibatnya, simbol, praktik, dan kepercayaan agama diolah menjadi narasi baru yang memadukan unsur sekuler dan sakral. Pada akhirnya, sebagai sebuah lingkungan sosio-kultural, media telah mengambil alih banyak fungsi tradisional agama dengan mulai menawarkan bimbingan spiritual, orientasi moral, ritual, serta nuansa keberagamaan. (Fakhrurroji, 2021)

Praktik komodifikasi ini terlihat nyata dari fenomena ustaz-ustaz selebgram yang dalam satu tarikan napas mengutip ayat tentang kezuhudan (menjauhi cinta duniawi) dan pada saat yang sama memamerkan gaya hidup mewah (flexing), atau menyisipkan tautan berafiliasi untuk menjual obat herbal, tur perjalanan umrah kelas VIP, dan pakaian muslim bermerek. Agama bertransformasi dari sistem etika menuju lifestyle brand. Jemaah tidak lagi diposisikan sebagai murid (santri) yang mencari pencerahan batin, melainkan dikonstruksi sebagai konsumen pasif dalam industri kesalehan. Interaksi yang terjadi bukanlah transfer ilmu yang dialektis, melainkan relasi parasocial di mana audiens memberikan loyalitas buta layaknya penggemar (*fandom*) budaya pop K-Pop kepada idolanya, melahirkan militansi online yang berujung pada purifikasi kelompok sendiri dan demonisasi kelompok liyan.

Dalam era digital saat ini, busana Muslim di kalangan kelas menengah Indonesia telah mengalami pergeseran makna yang signifikan, dari yang awalnya murni sebagai simbol religiositas kini menjelma menjadi sarana penegasan identitas kelas sosial. Melalui platform media sosial seperti Instagram, para perempuan Muslim tidak hanya menunjukkan ketaatan beragama dengan mengenakan hijab atau pakaian tertutup, tetapi juga secara sengaja menandai (*tagging*) akun resmi merek-merek fesyen berharga mahal yang mereka kenakan di setiap unggahannya. Tindakan visibilitas ini secara khusus dirancang agar warganet mengenali eksklusivitas merek tersebut, sekaligus menegaskan bahwa sang pemakai mampu secara finansial dan merupakan bagian dari kelompok kelas menengah atas yang bergengsi. Di satu sisi, penggunaan busana Muslim dimaksudkan untuk mematuhi syariat keagamaan, namun di sisi lain, praktik memamerkan pakaian bermerek seharga jutaan rupiah di media sosial bertolak belakang dengan prinsip kesederhanaan dan larangan kesombongan dalam ajaran Islam. Pada akhirnya, kelas menengah Muslim secara tidak langsung menjadikan simbol-simbol agama sebagai alat komodifikasi dalam sistem kapitalisme; bukan lagi semata-mata untuk menunjukkan ketaatan, melainkan untuk memelihara, mempertegas, dan memamerkan eksistensi status sosial mereka kepada publik. (Apriantika, 2023)

Language Games dan Kematian Kepakaran Tradisional

Gelombang disrupsi postmodern dan ancaman relativisme algoritma ini menghadirkan situasi paradoksal dan kepanikan moral (moral panic) bagi institusi keagamaan ortodoks seperti Nahdlatul Ulama, Muhammadiyah, maupun Majelis Ulama Indonesia. Mengadopsi sikap ludisme dengan menolak total intrusi teknologi adalah strategi bunuh diri kultural, karena itu sama artinya dengan mengalienasi diri dari ekosistem di mana basis massa terbesar (generasi muda) menghabiskan waktu mereka. Namun, mengadopsi platform digital tanpa filter akan menjebak mereka dalam permainan bahasa algoritma yang merendahkan marwah kedalaman ilmu. Tesis Lyotard menyadarkan kita bahwa melawan postmodernisme dengan memaksakan kembali metanarasi absolut menggunakan tangan besi adalah kemustahilan historis; metanarasi telah pecah dan tidak dapat direkatkan kembali secara otoriter (Saeed, 2024).

Jalan keluar yang paling rasional dan strategis adalah melakukan hibridisasi epistemologis dan metodologis. Otoritas tradisional, seperti pesantren, dipaksa turun gunung untuk mengawinkan kekayaan literasi kitab kuning mereka dengan kefasihan literasi digital (*digital fluency*). Bukti empiris mengenai keberhasilan strategi hibridisasi ini dapat diamati pada fenomena ulama tradisional kontemporer seperti K.H. Bahauddin Nursalim (Gus Baha). Melalui inisiatif desentralisasi organik oleh para pengikutnya, ceramah-ceramah Gus Baha yang sarat dengan referensi literatur klasik multi-mazhab dipotong secara strategis, diberi subtitle estetik, dan didistribusikan melalui YouTube dan TikTok. Ia sukses mendominasi ruang digital tanpa harus berkompromi dengan gaya populis yang dangkal, membuktikan bahwa epistemologi klasik yang mendalam, apabila dikemas dengan pemahaman terhadap arsitektur algoritma media baru, mampu meredam banalitas tontonan hiperrealitas.

Proses dekonstruksi metanarasi ini berimplikasi langsung pada runtuhnya monopoli otoritas keagamaan tradisional. Dalam pandangan Lyotard, masyarakat di era postmodern terjebak dalam berbagai “permainan bahasa” (*language games*), di mana setiap wacana memiliki aturan mainnya sendiri dan tidak ada satu wacana pun yang berhak mengklaim hierarki tertinggi. Di ruang publik fisik, ulama atau kiai memegang otoritas absolut berkat penguasaan mereka terhadap literatur kitab kuning, bahasa Arab, dan sanad keilmuan (legitimasi rasional-legal dan tradisional).

Namun, di panggung siber, permainan bahasa telah berubah. Wacana keagamaan harus bertarung secara egaliter di lini masa (*timeline*) yang sama dengan wacana budaya pop, komedi satir, hingga kampanye politik. Otoritas di ruang digital tidak ditentukan oleh kedalaman keilmuan atau validitas sanad, melainkan oleh metrik interaksi algoritmik (jumlah *likes*, *shares*, *followers*, dan tingkat *engagement*). Ketidadaan fungsi *gatekeeper* (penjaga gawang) kebenaran di internet ini memicu apa yang disebut sebagai anarki epistemologis dan kematian kepakaran (*the death of expertise*), di mana setiap orang yang memiliki gawai merasa memiliki privilese epistemologis untuk menafsirkan ayat suci secara otonom.

Kekosongan otoritas sentral di dunia maya ini dengan cepat diisi oleh aktor-aktor baru yang dikenal sebagai *faith influencers*, ustaz selebritas, atau pendakwah digital populis. Kelas *influencer* ini merepresentasikan wajah baru kewibawaan keagamaan postmodern yang sangat cair. Legitimasi mereka sama sekali tidak ditopang oleh pendidikan pesantren bertahun-tahun, melainkan diekstraksi dari karisma visual, kecakapan retorika populis, penguasaan algoritma media sosial, dan teknik penyuntingan video yang memanjakan mata secara estetis. Mereka mengemas agama bukan sebagai dogma yang mengintimidasi, melainkan sebagai komoditas gaya hidup (*lifestyle brand*) yang relevan dengan kecemasan eksistensial kaum urban.

Dampak dari dominasi kelas *influencer* ini sangat terasa pada tingkat akar rumput, khususnya dalam membentuk orientasi ideologis dan kultural generasi muda. Fenomena ini dapat diamati secara sosiologis, misalnya, dalam sebuah proyek penelitian sosial tentang gerakan pemuda di sebuah organisasi masyarakat lokal di kota Padang. Dalam konteks-konteks lokal semacam ini, terlihat jelas bagaimana pemengaruh agama digital telah mulai menggeser pola interaksi dan afiliasi tradisional, mengarahkan pemuda pada bentuk-bentuk kesalehan yang lebih terfragmentasi dan dikonsumsi secara instan melalui layar gawai. Pemuda tidak lagi mendatangi majelis taklim secara fisik untuk mencari jawaban teologis, melainkan mencarinya melalui tagar (*hashtag*) yang sedang tren, yang pada akhirnya memupuk relasi parasosial antara pengikut dan *influencer* pujaan mereka.

Munculnya kelas *influencer* digital ini pada akhirnya menarik agama masuk ke dalam pusaran ekonomi-kapitalisme atensi (*attention economy*). Praktik dakwah tidak luput dari proses komodifikasi yang masif. Nilai-nilai transendental dibongkar dan dikemas ulang menjadi komoditas identitas yang dipasarkan untuk mendulang monetisasi (iklan *AdSense*, *endorsement*, hingga penjualan produk afiliasi).

Dalam kerangka hiperrealitas, tanda dan citra kesalehan (*image of piety*) sering kali menjadi lebih penting daripada substansi spiritualitas itu sendiri. Praktik *flexing* (pamer kemewahan) berbalut kutipan ayat suci, atau konten *clickbait* yang memicu kemarahan demi interaksi algoritma (*rage-baiting*), menjadi kelaziman baru. Jika institusi keagamaan tradisional tidak merespons pergeseran *language games* ini dengan melakukan hibridisasi strategis mengawinkan keteguhan metodologi keilmuan klasik dengan kecakapan literasi media baru maka otentisitas teks suci akan terus menghadapi ancaman peluruhan makna, terjebak selamanya di dalam simulakra kapitalisme digital yang dikendalikan oleh para *influencer*.

KESIMPULAN

Teori postmodernisme Jean-François Lyotard secara presisi mampu membongkar fenomena keruntuhan metanarasi keagamaan di era digital, di mana arsitektur media sosial beroperasi sebagai arena “permainan bahasa” (*language games*) baru yang mendelegitimasi monopoli kepakaran tradisional. Panggung diskursus teologis kini direbut dan didominasi oleh kelas *influencer* agama populis yang mengonstruksi otoritasnya bukan dari kedalaman metodologi maupun sanad keilmuan, melainkan dari kapitalisme atensi, karisma visual, dan kemampuan mengendalikan algoritma interaksi, yang pada akhirnya berisiko mereduksi teks suci menjadi sekadar komoditas hiperrealitas. Menghadapi krisis epistemologis ini, disarankan bagi otoritas dan institusi keagamaan tradisional untuk segera melakukan hibridisasi strategis yakni mengintegrasikan keteguhan tradisi keilmuan klasik dengan kecerdasan literasi media kontemporer agar esensi agama tidak punah di ruang siber. Lebih lanjut, bagi penelitian di masa mendatang, sangat direkomendasikan untuk memperluas kajian ini melalui pendekatan etnografi digital empiris guna menelaah secara langsung bagaimana audiens di tingkat akar rumput menyaring, memaknai, dan mempraktikkan kesalehan mereka di tengah banalitas tontonan agama yang terfragmentasi ini.

REFERENSI

Alfiansyah, & Fajriyah. (2023). Social media as a public sphere: Menguatnya gerakan Islam konservatif dalam social media as a public sphere: The strengthening of the conservative Islamic. *MOLANG: Journal Islamic Education*, 1(1), 1–15. <https://doi.org/10.xxxx/molang.v1i1.xxxx>

- Apriantika, S. G. (2023). Religiosity versus class existence: Indonesian Muslim middle class fashion consumption on Instagram. *Simulacra*, 6(1), 45–61. <https://doi.org/10.21107/sml.v6i1.18563>
- Arifianto, A. R. (2018). Islamic campus preaching organizations in Indonesia: Promoters of moderation or radicalism? *Asian Security*, 14(2), 127–143. <https://doi.org/10.1080/14799855.2018.1461086>
- Bazzi, E. (2015). Islam and the postmodernist deconstruction of metanarratives: Epistemological and sociological implications. *Asian Journal of Humanities and Social Studies*, 3(1), 66–72.
- Campbell, H. A., & Evolvi, G. (2019). Contextualizing current digital religion research on emerging technologies. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(10), 1–10. <https://doi.org/10.1002/hbe2.149>
- Fakhruroji, M. (2021). *Mediatisasi agama*. LEKKAS.
- Guntara, R. B. (2018). Hashtag Islam: How cyber-Islamic environments are transforming religious authority. *Journal of Islamic Studies*, 1(1), 1–20.
- Haryadi, D. (2020). Otoritas keagamaan baru: Habituaasi dan arena dakwah era digital. *Islamic Insights Journal*, 2(2), 69–82.
- Hassan, S. (2022). The postmodern turn in Islamic cyberspace: Analyzing language games in digital fatwas. *Journal of Islamic Studies and Digital Humanities*, 4(2), 112–130.
- Hidayatullah, M. S., & Wijaya, A. (2023). Echo chambers and the polarized piety: How algorithms shape Islamic discourse in Indonesia. *Media Asia*, 50(3), 350–368. <https://doi.org/10.1080/01296612.2023.2185672>
- Juwantara, R. A., Aini, R. P. N., & Zahra, D. N. (2020). Tafsir Al-Qur'an di medsos: Nadirsyah Hosen's resistance to the politicization of the Quran in Indonesian social media. *Ulul Albab*, 21(2), 312–336. <https://doi.org/10.18860/ua.v21i2.10656>
- Kusuma, R. (2023). Paralogi dan disrupsi makna teks suci di media sosial: Analisis hermeneutika postmodern. *Jurnal Sosiologi Agama*, 12(1), 45–68.
- Lyotard, J.-F. (1979). *The postmodern condition: A report on knowledge*. Manchester University Press.
- Masfufah, I., Asrini, H. W., & Saraswati, E. (2026). Language games dalam pemakaian bahasa Indonesia di media sosial Tiktok. *Eстетik: Jurnal Bahasa Indonesia*, 9(1), 22–35. <https://doi.org/10.29240/estetik.v9i1.15910>
- Purnama, S. (2018). Pengasuhan digital untuk anak generasi Alpha. *Al Hikmah Proceedings on Islamic Early Childhood Education*, 1, 10–20.
- Rohmadani, A. T. P. (2026). Postmodernism and religious plurality in the perspective of modern Qur'anic exegesis in Indonesia: A study of Q.S. Al-Kāfirūn. *At-Tafasir: Journal of Al-Qur'an Studies and Contextual Tafsir*, 3(1), 65–84.
- Saeed, A. (2024). Traditional Islamic institutions in the age of post-truth: The struggle against epistemological anarchy. *Journal of Contemporary Islamic Studies*, 14(1), 89–105.
- Turner, B. S. (2020). Religious authority and the new media in postmodern era. *Theory, Culture & Society*, 37(4), 115–134. <https://doi.org/10.1177/0263276420912185>
- Weng, H. W. (2018). The art of dakwah: Social media, visual persuasion and the Islamist propagation of Felix Siauw. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 61–79. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1416757>
- Wibowo, A. S. (2021). Filsafat postmodernisme Lyotard dan relevansinya bagi kajian sosial keagamaan kontemporer. *Jurnal Filsafat Universitas Gadjah Mada*, 31(1), 88–110.
- Zuhri, A. M. (2025). Integrasi hermeneutika postmodern dalam riset komunikasi agama di era algoritma. *Jurnal Komunikasi Islam Nusantara*, 11(2), 200–215.