

JURNAL ANALISIS KRITIS

Ekspresi Keberagamaan dalam Konten Media Sosial: Antara Dakwah Digital dan Banalitas Religius

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah mengubah cara umat Islam menyampaikan dan memahami dakwah. Video pendek bernuansa religi kini banyak beredar, menampilkan simbol-simbol keislaman dalam bentuk lipsync, tarian ringan, atau ekspresi estetika lainnya. Fenomena ini menuai pro-kontra karena mencampurkan simbol religius dengan gaya hiburan populer. Tulisan ini mengkaji fenomena tersebut dengan pendekatan kualitatif, serta menyoroti kritik dari Wajdi Azim, seorang psikolog Muslim yang aktif menyuarakan etika dakwah digital. Hasil analisis menunjukkan adanya pergeseran makna simbol keagamaan, dari spiritualitas menuju eksistensi sosial.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Media Sosial, Simbol Agama, Banalitas Religius, Wajdi Azim.

1. PENDAHULUAN

Era digital telah mengubah media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube menjadi ruang ekspresi keagamaan yang masif. Jika dulu dakwah identik dengan forum-forum formal seperti ceramah di masjid atau majelis taklim, kini dakwah tidak lagi terbatas pada forum formal, melainkan merambah video pendek yang kreatif. Konten-konten ini sering menampilkan simbol Islam seperti cadar, sorban, atau lafaz suci dalam bentuk performatif dan estetis, dengan tujuan menarik perhatian audiens, terutama generasi muda. Fenomena ini menciptakan gelombang baru dalam cara umat Islam berinteraksi dengan ajaran agama di ranah digital.

Namun, adaptasi dakwah ini memicu dualisme pandangan. Sebagian melihatnya sebagai bentuk dakwah adaptif yang inovatif, mampu menjangkau khalayak luas. Sementara itu, kelompok kritis menganggapnya sebagai degradasi makna religius, khawatir kesucian

simbol Islam tercemari oleh percampuran dengan elemen hiburan populer. Ketegangan ini menunjukkan adanya konflik mendasar antara tuntutan relevansi di era digital dan upaya menjaga integritas ajaran agama.

Perdebatan ini mengindikasikan pergeseran hakikat dakwah itu sendiri, dari penyampaian nilai dan bimbingan spiritual menjadi ajang pencitraan. Kondisi ini berisiko menimbulkan banalitas religius, di mana makna sakral agama menjadi dangkal dan sekadar elemen dekoratif. Implikasinya adalah pergeseran spiritualitas umat, dari pencarian kedalaman batin menuju konsumsi agama yang bersifat permukaan. Artikel ini akan mengkaji fenomena ini secara kualitatif dan menyoroti implikasi etis dakwah digital.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam fenomena ekspresi keagamaan di media sosial. Pendekatan ini dipilih untuk menggali perspektif dan konteks di balik bagaimana simbol-simbol keagamaan dimaknai dan direpresentasikan di ranah digital, serta respons publik terhadapnya. Tujuannya adalah menyajikan gambaran komprehensif mengenai transformasi dakwah di era digital.

Untuk mengumpulkan dan menganalisis data, penelitian ini menerapkan beberapa Teknik, diantaranya:

1. Analisis isi video yang dilakukan dengan mengamati tujuh video ekspresi keagamaan populer di TikTok dan Instagram, guna mengidentifikasi pola visual dan narasi performatif.
2. Analisis wacana public yang dilakukan dengan mengkaji komentar netizen di bawah video-video tersebut untuk memahami polarisasi respons masyarakat.
3. Analisis tokoh yang berfokus pada kritik Wajdi Azim, seorang psikolog dan pendakwah, terhadap isu dakwah digital, demi mendapatkan perspektif ahli.
4. Kajian literatur, digunakan sebagai fondasi teoritis, mencakup artikel ilmiah dan buku akademik terkait sosiologi agama, media digital, etika dakwah, banalitas religius, sekularisasi simbol, dan *post-truth religiosity*. Kombinasi teknik ini diharapkan menghasilkan analisis yang kaya dan mendalam mengenai pergeseran makna dakwah serta implikasinya terhadap praktik keberagamaan umat Islam.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Bentuk Ekspresi Keagamaan Digital

Video-video yang dianalisis menunjukkan pola ekspresi keagamaan yang berpusat pada estetika visual dan performa. Ciri khas yang menonjol adalah penggunaan simbol-simbol keislaman yang kuat, seperti cadar, gamis, sorban, atau bahkan lafaz-lafaz suci seperti "MasyaAllah" atau "Astaghfirullah". Namun, alih-alih ditampilkan dalam konteks ritual atau edukasi yang mendalam, simbol-simbol ini justru disematkan dalam bentuk yang populer dan menghibur. Ini terlihat dari gerakan tubuh yang menyerupai tarian ringan, *lipsync* dengan musik religi yang sedang tren, atau ekspresi visual yang menonjolkan aspek "keindahan" dan "kekinian."

Fenomena ini mengindikasikan adanya pergeseran cara pandang terhadap agama di ruang digital. Simbol-simbol yang seharusnya memiliki makna spiritual dan transenden, kini sering kali direproduksi menjadi elemen dekoratif atau alat untuk menarik perhatian. Lafaz-lafaz suci yang sakral, misalnya, dapat muncul sebagai *hashtag* viral atau bagian dari *caption* yang sekadar menambahkan nuansa "Islami" pada konten. Cadar atau gamis yang bagi sebagian Muslimah adalah identitas dan ketaatan, dalam beberapa video justru berfungsi sebagai elemen *fashion* atau penanda "tren Muslimah" yang bisa diadaptasi untuk tujuan hiburan.

Keadaan tersebut merefleksikan konsep "banalitas religius" sebagaimana diungkapkan oleh Zarkasyi (2022). Banalitas religius terjadi ketika simbol-simbol agama mengalami degradasi makna akibat reproduksi visual yang berlebihan dan seringkali tanpa konteks spiritual yang kuat. Agama tidak lagi berfungsi sebagai inspirasi nilai yang mendorong perubahan diri atau pemahaman mendalam, melainkan berubah menjadi sekadar "dekorasi konten" yang menambah daya tarik visual sebuah unggahan. Konten semacam ini mungkin viral dan diapresiasi karena "keestetikannya", namun berisiko mengikis esensi dan kesakralan simbol agama itu sendiri, hanya dijadikan komoditas visual. Pergeseran ini patut dicermati karena berpotensi mengurangi makna Islam dari ajaran yang komprehensif menjadi sekumpulan estetika visual belaka.

3.2 Respons Sosial: Antara Apresiasi dan Penolakan

Fenomena ekspresi keagamaan di media sosial, terutama yang menggabungkan simbol Islam dengan gaya hiburan populer, telah memicu respons sosial yang sangat terpolarisasi. Publik terpecah menjadi dua kubu utama, masing-masing dengan argumen dan perspektif yang kontras, mencerminkan adanya ketegangan antara nilai-nilai spiritualitas keagamaan dan budaya populer digital.

Kelompok apresiatif melihat tren ini sebagai bentuk "dakwah kreatif zaman *now*". Bagi mereka, penggunaan format video pendek yang menarik, gaya visual yang estetik, dan bahasa yang ringan adalah cara efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang akrab dengan media sosial. Mereka beranggapan bahwa inovasi dalam berdakwah adalah suatu keharusan agar pesan-pesan agama tetap relevan dan tidak terkesan kaku. Komentar seperti "MasyaAllah estetik, semoga makin banyak konten begini" adalah cerminan dari pandangan ini, yang mengutamakan daya tarik visual dan kemampuan konten untuk memikat minat audiens, dengan harapan dapat menumbuhkan ketertarikan pada agama. Apresiasi juga seringkali didasari oleh niat baik kreator yang dianggap berusaha menebarkan kebaikan di ranah digital.

Sebaliknya, kelompok kritis memandang fenomena ini dengan kekhawatiran mendalam. Mereka berpendapat bahwa percampuran simbol agama dengan elemen hiburan populer berisiko mencemari kesucian simbol-simbol tersebut dan tidak mencerminkan adab yang semestinya dalam berinteraksi dengan ajaran agama. Kritik utama mereka berpusat pada kekhawatiran akan banalitas dan hilangnya esensi spiritual. Mereka mempertanyakan apakah pantas bagi lafaz suci atau atribut keagamaan serius lainnya digunakan dalam konteks yang cenderung main-main, lucu, atau sekadar sensasional. Komentar seperti "Cantik, tapi apa pantas berjoget sambil bawa lafaz suci?" adalah representasi kuat dari keresahan ini. Bagi kelompok ini, dakwah bukan hanya soal penyampaian pesan, melainkan juga tentang menjaga *adab*, integritas, dan kehormatan agama. Mereka khawatir bahwa alih-alih mendekatkan orang pada agama, konten semacam ini justru mereduksi agama menjadi sekadar tontonan, atau bahkan lebih buruk, mendistorsi pemahaman publik tentang keseriusan dan kedalaman ajaran Islam.

Polarisasi respons ini secara jelas menunjukkan sebuah konflik antara upaya adaptasi dakwah dengan tuntutan menjaga kemurnian dan kesakralan ajaran agama. Perdebatan ini tidak

hanya terjadi di media sosial, tetapi juga mencerminkan pergeseran nilai dan pandangan masyarakat terhadap agama di era digital yang serba visual dan performatif.

3.3 Perspektif Etika Keislaman

Dalam Islam, dakwah bukan sekadar penyampaian informasi, melainkan sebuah proses yang terikat erat dengan prinsip-prinsip etika yang luhur. Dakwah yang ideal, sebagaimana diajarkan dalam Al-Qur'an dan Sunnah, harus dilandasi oleh hikmah (kebijaksanaan), keilmuan yang sahih, dan adab (etika). Prinsip-prinsip ini memastikan bahwa pesan agama disampaikan dengan cara yang benar, menghormati nilai-nilai suci, dan mencapai tujuan pencerahan spiritual, bukan sekadar popularitas atau hiburan semata.

Namun, fenomena ekspresi keagamaan di media sosial, dengan penekanan berlebihan pada visual dan gaya performatif, justru berpotensi melemahkan kedalaman spiritualitas dan esensi dakwah itu sendiri. Ketika konten lebih mengutamakan daya tarik estetika dan *viralitas* ketimbang substansi dan bimbingan moral, nilai-nilai spiritualitas akan terpinggirkan. Hal ini terlihat jelas dari beberapa praktik yang menjadi sorotan, diantaranya:

1. Penyalahgunaan Lafaz Suci. Lafaz-lafaz suci dan ayat-ayat Al-Qur'an memiliki kedudukan yang sangat tinggi dalam Islam. Penggunaannya harus dilandasi oleh penghormatan dan pemahaman akan maknanya. Namun, dalam banyak video pendek, lafaz suci seringkali digunakan secara sembarangan, bahkan dalam konteks candaan, *lipsync* dengan musik yang tidak sesuai, atau ekspresi *menggoda*. Praktik ini mereduksi kemuliaan lafaz suci menjadi sekadar properti konten atau *gimmick* visual, menghilangkan aura kesakralan dan kedalamannya.
2. Simbol Agama sebagai Tren dan *Fashion*. Atribut keagamaan seperti cadar, sorban, atau gamis adalah simbol identitas dan ketaatan bagi pemeluknya. Namun, di ranah digital, simbol-simbol ini terkadang diperlakukan sebagai elemen tren atau *fashion* semata. Misalnya, ketika cadar lebih ditekankan sebagai bagian dari gaya busana estetik yang bisa dipadupadankan dengan mode populer, daripada sebagai wujud ketaatan dan kesederhanaan, maka makna spiritualnya dapat terkikis.

Kondisi ini, seperti yang diungkapkan oleh Heryanto (2010), berisiko menimbulkan "sekularisasi simbol". Sekularisasi simbol terjadi ketika nilai-nilai spiritual yang melekat pada

suatu simbol dilepaskan dari makna aslinya dan diganti dengan makna yang lebih profan, materialistik, atau *trend-driven*. Simbol keagamaan yang seharusnya mengarahkan pada kesadaran akan Tuhan dan nilai-nilai transenden, justru bergeser menjadi penanda identitas sosial, estetika visual, atau bahkan alat untuk mencapai popularitas di media sosial. Ini adalah tantangan serius bagi etika dakwah keislaman, karena dakwah yang kehilangan esensi spiritualnya berpotensi menghasilkan pemahaman agama yang dangkal dan jauh dari tujuan sebenarnya.

4. PROFIL TOKOH: WAJDI AZIM, S.PSI

Wajdi Azim, seorang psikolog dan pendakwah muda yang berasal dari Padang, Sumatera Barat, telah menjadi suara penting dalam diskursus dakwah digital di Indonesia. Lulusan S1 Psikologi ini aktif memanfaatkan platform media sosial seperti TikTok dan Instagram, bukan hanya untuk menyebarkan pesan keagamaan, tetapi juga untuk secara kritis menyoroti dinamika kompleks yang muncul di ruang keagamaan digital.

Dengan gaya yang lugas namun tetap santun, Wajdi Azim dikenal karena kritiknya yang tajam terhadap berbagai fenomena yang ia anggap bermasalah dalam dakwah daring. Ia seringkali menyoroti isu "dakwah palsu", di mana esensi pesan agama terdistorsi demi popularitas. Ia juga mengkritik "narsisme religius," yaitu kecenderungan para kreator untuk menggunakan agama sebagai alat pamer diri atau pencitraan pribadi, alih-alih sebagai sarana mendekatkan diri kepada Tuhan. Lebih lanjut, Wajdi juga menyuarakan keresahannya terhadap konten Islam yang ia nilai telah "kehilangan ruh", yaitu konten yang mungkin secara visual Islami, namun kosong dari kedalaman spiritual dan nilai-nilai akhlak.

Salah satu kutipan terkenalnya yang merangkum pandangannya adalah: "Sebagian orang menyebut 'MasyaAllah' sambil bergaya dan menggoda. Itu bukan cinta, itu penghinaan yang dibungkus estetika." Kutipan ini secara gamblang menggambarkan kekhawatiran Wajdi tentang banalitas religius, di mana simbol dan frasa sakral digunakan tanpa penghormatan yang layak, hanya demi daya tarik visual atau sensasi. Bagi Wajdi, inti dari dakwah bukanlah sekadar pencitraan atau eksistensi digital. Ia secara konsisten menekankan pentingnya niat yang tulus (ikhlas), akhlak yang mulia, dan adab yang benar sebagai fondasi utama dalam berdakwah. Baginya, tanpa ketiga hal ini, dakwah di media sosial hanya akan menjadi pertunjukan kosong yang justru menjauhkan umat dari esensi ajaran Islam.

5. GEJALA KERUNTUHAN NILAI DAN POST-TRUTH RELIGIOSITY

Tren dakwah digital yang semakin didominasi oleh aspek performatif dan estetika, jika tidak dikendalikan dengan bijak, berpotensi memicu serangkaian gejala keruntuhan nilai dalam praktik keberagamaan. Fenomena ini bukan sekadar masalah teknis penyampaian, melainkan ancaman terhadap esensi dan integritas ajaran agama itu sendiri. Beberapa gejala krusial yang perlu diwaspadai meliputi:

1. Komodifikasi Agama dan Simbol Suci

Salah satu dampak paling nyata adalah komodifikasi agama, di mana simbol-simbol suci dan ajaran Islam yang seharusnya dihormati, justru direduksi menjadi alat *branding* atau komoditas hiburan. Cadar, lafaz *basmalah*, shalawat, atau ayat Al-Qur'an, yang sarat makna spiritual, digunakan secara serampangan untuk menarik perhatian, meningkatkan *engagement*, atau bahkan sebagai *gimmick* dalam konten yang tidak relevan dengan kemuliaan agama. Agama seolah diperdagangkan demi *likes*, *followers*, atau keuntungan material, mengikis nilai transenden dan kesakralannya.

2. Normalisasi Hiburan dalam Ruang Spiritual

Konten dakwah yang terlalu berfokus pada hiburan berisiko menciptakan normalisasi hiburan dalam ruang spiritual. Batasan antara dakwah sebagai bimbingan keagamaan dan hiburan semata menjadi kabur. Aktivitas seperti *lipsync* dengan musik religi yang diiringi gerakan tarian, atau *acting* berlebihan dengan latar belakang Islami, perlahan dianggap sebagai bentuk dakwah yang wajar dan dapat diterima. Padahal, hal ini berpotensi mereduksi keseriusan dan kekhusyukan yang seharusnya ada dalam interaksi dengan ajaran agama. Ketika agama menjadi tontonan, kedalaman refleksi dan praktik ibadah yang substantif bisa terabaikan.

3. Kebingungan Identitas Remaja Muslim

Generasi muda Muslim yang tumbuh besar dengan paparan konten dakwah digital semacam ini rentan mengalami kebingungan identitas. Mereka mungkin kesulitan membedakan antara keberagamaan yang autentik dan performatif. Agama bisa jadi hanya dipahami sebatas tren, gaya hidup, atau ekspresi visual di media sosial, tanpa diiringi pemahaman mendalam tentang akidah, fiqih, atau akhlak. Hal ini bisa menghasilkan Muslim yang "religius" secara penampilan, namun rapuh dalam pemahaman dan praktik keberagamaan fundamental, sehingga mudah terombang-ambing oleh tren dan opini publik.

Pada intinya, fenomena ini menggeser tujuan agama dari penyucian jiwa (*tazkiyah*) yaitu proses membersihkan hati, meningkatkan moral, dan mendekatkan diri kepada Allah menjadi sarana eksistensi pribadi. Agama digunakan untuk validasi sosial, membangun citra diri, atau sekadar memenuhi kebutuhan untuk "terlihat religius" di mata orang lain. Ini sangat sesuai dengan istilah "post-truth religiosity" (Hassan, 2021), di mana keberagamaan seseorang lebih didasarkan pada kesan, emosi, dan penerimaan publik, ketimbang pada landasan ilmu yang sahih dan akhlak yang mulia. Dalam era ini, kebenaran objektif dan kedalaman spiritual bisa tergeser oleh narasi yang dirasa "benar" secara emosional atau populer di media sosial, menciptakan praktik keberagamaan yang superfisial dan rentan terhadap distorsi.

6. KESIMPULAN

Fenomena ekspresi keagamaan di media sosial mencerminkan pergeseran makna dakwah dari transformasi rohani menjadi pencitraan sosial, di mana simbol-simbol Islam dipakai untuk estetika belaka. Kritik Wajdi Azim menyoroti bahaya ketika agama dijadikan alat eksistensi, yang berujung pada banalitas religius dan *post-truth religiosity*. Oleh karena itu, menjaga substansi dakwah—dengan landasan hikmah, keilmuan, dan adab—menjadi krusial di ruang digital yang penuh tantangan etika, agar pesan agama tidak kehilangan esensinya.

7. REKOMENDASI

Untuk mengatasi tantangan dakwah di era digital, tiga langkah utama perlu diambil:

1. Pesantren dan Lembaga Keagamaan Ajarkan Literasi Media

Pesantren dan lembaga keagamaan harus mengintegrasikan literasi media dan etika bermedia sosial dalam kurikulumnya. Ini penting untuk membekali umat, khususnya generasi muda, agar mampu menganalisis konten dakwah secara kritis dan memahami implikasi etis dari setiap unggahan, serta memprioritaskan substansi di atas estetika.

2. Tokoh Agama dan Kreator Susun Pedoman Etis

Tokoh agama dan kreator konten perlu berkolaborasi menyusun pedoman dakwah digital yang etis. Pedoman ini harus mencakup prinsip penggunaan simbol agama, etika penyampaian pesan, dan batasan antara dakwah dengan hiburan, demi menjaga integritas dan kualitas dakwah di ranah digital.

3. Konten Dakwah Berbasis Ilmu, Akhlak, dan Penghormatan Simbol Agama

Konten dakwah ke depan harus senantiasa berbasis ilmu yang sahih, didasari akhlak mulia, dan menunjukkan penghormatan tertinggi terhadap simbol agama. Dengan fokus pada kualitas substansi daripada sekadar penampilan, dakwah digital dapat kembali pada esensinya sebagai pencerah jiwa dan pembimbing moral.

DAFTAR PUSTAKA

- Azim, Wajdi. (2023). *Fadhl Allah la Yusamma bi Lahnin*. Kairo: Dar al-Hidayah.

- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Anchor Books.
- Heryanto, A. (2010). *Pop Islami: Budaya Pop dan Dakwah Visual*. Yogyakarta: LKIS.
- Hassan, R. (2021). *Digital Islam: Media, Dakwah, and Youth Culture*. Routledge.
- Zarkasyi, H. (2022). “Estetika vs Etika Dakwah di Media Sosial.” *Jurnal Komunikasi Islam*, 14(1), 23–34.
- Zain, A. (2021). “Simbol Agama dalam Budaya Populer: Studi Dakwah Visual di TikTok.” *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 18(2), 112–125.
- Rahmawati, L. (2023). “Tren Dakwah di Media Sosial dan Implikasinya bagi Remaja.” *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora Islamika*, 7(1), 87–96.
- Profil Instagram Wajdi Azim: [@wajdi_azim](https://www.instagram.com/wajdi_azim) (diakses Juli 2025).