

Peran influencer keagamaan (Da'i Digital) dalam membentuk opini publik: Moderasi beragama di media sosial

Sunandar Suherman

Program Studi Teknik Informatika, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: sunandarsuherman77@gmail.com

Kata Kunci:

Da'i digital, influencer, moderasi beragama, opini publik, instagram

Keywords:

Digital preachers, influencers, religious moderation, public opinion, instagram

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran influencer keagamaan (da'i digital) dalam membentuk opini publik mengenai moderasi beragama melalui platform Instagram. Fenomena meningkatnya aktivitas dakwah digital dan konsumsi konten keagamaan oleh generasi muda menjadikan Instagram sebagai ruang strategis dalam penyebaran wacana keberagamaan. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui analisis konten pada unggahan influencer keagamaan serta observasi interaksi audiens di kolom komentar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa da'i digital memiliki pengaruh signifikan dalam membingkai narasi moderasi beragama melalui strategi komunikasi visual, storytelling, dan

pemilihan isu yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Interaksi positif dari pengikut menunjukkan terjadinya pembentukan opini publik yang lebih inklusif, toleran, dan moderat. Penelitian ini menegaskan bahwa kehadiran influencer keagamaan di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai penyampai pesan keagamaan, tetapi juga sebagai aktor yang membentuk wacana keberagamaan yang lebih adaptif di ruang digital.

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of religious influencers (digital preachers) in shaping public opinion on religious moderation through the Instagram platform. The phenomenon of increasing digital preaching activities and consumption of religious content by the younger generation has made Instagram a strategic space for the dissemination of religious discourse. The research method used a descriptive qualitative approach through content analysis of religious influencers' posts and observation of audience interactions in the comments section. The results show that digital da'i have a significant influence in framing the narrative of religious moderation through visual communication strategies, storytelling, and the selection of issues relevant to everyday life. Positive interactions from followers indicate the formation of a more inclusive, tolerant, and moderate public opinion. This study confirms that the presence of religious influencers on social media not only serves as a conveyor of religious messages but also as actors who shape a more adaptive discourse on diversity in the digital space.

Pendahuluan

Perkembangan dakwah digital di media sosial telah menunjukkan peningkatan signifikan, terutama pada platform Instagram yang kini menjadi ruang baru bagi generasi muda dalam mengakses pengetahuan keagamaan. Pergeseran pola konsumsi



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

informasi ke ruang digital membuat pesan keagamaan tidak lagi terbatas pada ceramah tatap muka, tetapi hadir melalui konten visual, video pendek, dan narasi yang dikemas secara menarik oleh para da'i digital. Fenomena ini tidak hanya mencerminkan adaptasi dakwah terhadap perkembangan teknologi, tetapi juga memperlihatkan perubahan otoritas keagamaan yang semakin beralih dari lembaga tradisional menuju figur-figur digital yang dekat dengan keseharian anak muda (Rokibullah & Laksana, 2025). Dalam konteks tersebut, moderasi beragama menjadi isu penting mengingat media sosial juga sering menjadi ruang penyebaran narasi intoleransi dan polarisasi identitas (Pratiwi et al., 2021). Oleh karena itu, penelitian mengenai bagaimana da'i digital membingkai pesan moderasi beragama melalui strategi komunikasi visual dan naratif menjadi relevan untuk diperdalam.

Pertanyaan utama yang ingin dijawab adalah bagaimana peran influencer keagamaan dalam membentuk opini publik tentang moderasi beragama di Instagram, serta strategi komunikasi apa yang mereka gunakan untuk memengaruhi pemahaman audiens. Penelitian ini juga ingin menelaah bagaimana interaksi pengikut melalui komentar, likes, dan engagement lainnya mampu berkontribusi pada pembentukan opini yang lebih inklusif. Tujuan utama penelitian adalah menganalisis peran da'i digital dalam mengonstruksi narasi moderasi beragama, sekaligus melihat pola respons audiens yang mencerminkan penerimaan atas pesan tersebut. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya kajian komunikasi keagamaan digital dengan memberikan gambaran empiris mengenai dinamika pembentukan wacana keberagamaan di ruang virtual. Secara praktis, temuan penelitian ini berguna bagi para praktisi dakwah digital dan pembuat kebijakan dalam merancang komunikasi keagamaan yang lebih efektif, moderat, dan sesuai dengan karakteristik generasi muda. Ruang lingkup penelitian berfokus pada konten Instagram, analisis strategi komunikasi visual dan naratif, serta interaksi audiens yang ditinjau melalui pendekatan kualitatif deskriptif (Ilham et al., 2025). Pembatasan ini diperlukan agar penelitian tetap terarah, mendalam, dan sesuai tujuan untuk memahami konstruksi wacana moderasi beragama di media sosial. Penelitian ini juga menimbang pentingnya literasi digital keagamaan sebagai fondasi perilaku bermedia yang sehat di kalangan pengguna (Subakti, 2022). Dengan demikian, kehadiran da'i digital tidak hanya dilihat sebagai penyampai pesan agama, tetapi juga sebagai aktor yang memiliki kapasitas membentuk pola pikir publik dalam konteks keberagamaan yang lebih adaptif dan inklusif di era digital.

Pembahasan

Sebagai upaya mendalami transformasi dakwah digital dan implikasinya terhadap pembentukan opini publik mengenai moderasi beragama, pembahasan ini memetakan empat aspek utama yang saling berkaitan dalam ekosistem dakwah di Instagram. Kajian dimulai dari gambaran umum mengenai karakteristik da'i digital dan pola produksi konten yang membedakan mereka dari pendakwah konvensional, kemudian berlanjut pada strategi komunikasi yang digunakan dalam membingkai pesan moderasi agar mudah diterima generasi muda. Pada bagian berikutnya, fokus diarahkan pada interaksi audiens dan bagaimana proses engagement tersebut menjadi indikator awal terbentuknya opini publik yang lebih moderat. Terakhir, pembahasan ditutup dengan

analisis mengenai dampak lebih luas dari aktivitas da'i digital terhadap wacana keberagaman kontemporer, terutama dalam konteks meningkatnya kebutuhan akan narasi keagamaan yang adaptif dan toleran. Secara keseluruhan, pembahasan ini memberikan pemahaman menyeluruh mengenai cara kerja dakwah digital dalam konteks sosial yang terus berubah.

Gambaran Umum Da'i Digital dan Aktivitas Dakwah di Instagram

Da'i digital merupakan figur yang memanfaatkan teknologi dan platform media sosial untuk menyampaikan pesan keagamaan secara kreatif dan mudah diakses oleh generasi muda. Mereka menggunakan Instagram sebagai ruang dakwah yang mengandalkan kekuatan visual, narasi singkat, serta kemasan konten yang sesuai dengan preferensi audiens milenial dan Gen Z. Hal ini sejalan dengan temuan (Rokibullah & Laksana, 2025) yang menjelaskan bahwa penggunaan media sosial oleh para pendakwah mampu membentuk persepsi keagamaan baru di kalangan pemuda. Di sisi lain, tren ini juga mencerminkan modernisasi otoritas keagamaan sebagaimana dicatat oleh (Hasanah et al., 2024) bahwa otoritas tradisional kini bertransformasi melalui gaya komunikasi yang lebih adaptif dan akrab bagi generasi milenial. Da'i digital juga memproduksi konten dalam berbagai format mulai dari poster dakwah, reels, hingga tanya jawab singkat yang mampu menarik minat audiens dalam waktu singkat. Kehadiran mereka dipandang sebagai bentuk respons terhadap meningkatnya kebutuhan informasi keagamaan yang cepat, ringkas, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Fenomena ini menunjukkan bahwa Instagram telah beralih dari sekadar platform hiburan menjadi ruang baru penyebaran nilai-nilai keagamaan yang lebih fleksibel dan cair.

Pada sisi lain, aktivitas dakwah digital juga memperlihatkan pergeseran fungsi teks-teks keagamaan sebagaimana dikaji oleh (Miski & Habibillah, 2022) yang menemukan bahwa hadis mengalami perubahan fungsi ketika disebarluaskan melalui TikTok, dari informasi normatif menjadi motivasi moral yang berbasis hiburan. Temuan tersebut relevan dalam konteks Instagram karena proses re-kontekstualisasi pesan agama juga terjadi ketika da'i digital mengadaptasi ajaran Islam agar sesuai dengan karakter platform. Selain itu, (Prasetya & Nasrulloh, 2023) menunjukkan bahwa konten keagamaan yang menyajikan pesan moderasi secara ringan dan dialogis sangat efektif dalam menjangkau generasi milenial, terutama melalui format podcast dan video yang bernuansa santai. Dengan demikian, karakteristik utama dakwah digital di Instagram dapat dipahami sebagai gabungan antara otoritas keagamaan, kreativitas media, dan kemampuan memahami kultur digital pengikutnya. Aktivitas tersebut menciptakan pola konsumsi keagamaan baru yang lebih personal, visual, dan berbasis interaksi sosial.

Strategi Komunikasi Da'i Digital dalam Mengusung Moderasi Beragama

Dalam menyampaikan narasi moderasi beragama, da'i digital mengandalkan berbagai strategi komunikasi yang mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens. Salah satu strategi utama adalah penggunaan storytelling, di mana pesan-pesan keagamaan dikaitkan dengan pengalaman sehari-hari sehingga lebih mudah dipahami. Strategi ini juga ditemukan dalam penelitian (Pratiwi et al., 2021) yang menunjukkan bahwa narasi moderasi di Instagram sering dikemas melalui cerita pendek

atau pengalaman pribadi agar lebih menyentuh aspek afektif audiens. Selain itu, penggunaan desain visual estetik serta pemilihan warna dan tipografi yang nyaman dilihat menjadi elemen penting dalam meningkatkan keterlibatan pengikut. (Subakti, 2022) menegaskan bahwa literasi digital menjadi kunci dalam efektivitas dakwah di media sosial karena pendakwah harus memahami cara kerja algoritma, preferensi pengguna, serta dinamika interaksi digital.

Strategi lain yang digunakan adalah memilih isu-isu yang relevan dengan problematika generasi muda seperti toleransi antaragama, kesehatan mental, atau pergaulan di dunia digital. Hal ini sejalan dengan temuan (Prasetya & Nasrulloh, 2023) yang menunjukkan bahwa pesan moderasi yang dikaitkan dengan konteks aktual lebih mudah diterima dibandingkan materi keagamaan yang abstrak. Da'i digital juga menggunakan humor, gaya santai, dan konten ringan untuk mengurangi jarak psikologis dengan audiens, sebagaimana dicontohkan oleh para pendakwah di TikTok dalam studi (Miski & Habibillah, 2022). Sementara itu, penelitian (Hasanah et al., 2024) memperlihatkan bagaimana otoritas keagamaan dapat tetap terjaga meskipun disampaikan dalam gaya komunikatif yang modern, selama pesan yang dibawa tetap berlandaskan sumber-sumber tradisional. Dengan memadukan elemen-elemen tersebut, da'i digital mampu menyampaikan nilai moderasi secara lebih persuasif, kontekstual, dan dapat diterima oleh berbagai kalangan audiens.

Interaksi Audiens dan Pembentukan Opini Publik

Interaksi audiens menjadi aspek penting dalam pembentukan opini publik mengenai moderasi beragama di Instagram. Engagement melalui komentar, likes, serta fitur berbagi menunjukkan bahwa audiens tidak hanya menjadi penerima pasif, tetapi juga aktor yang berpartisipasi dalam memperluas pesan dakwah. Hal ini diperkuat oleh penelitian (Rokibullah & Laksana, 2025) yang menegaskan bahwa media sosial memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pendakwah dan pengikutnya, sehingga persepsi keagamaan dapat dibentuk melalui dialog yang berlangsung secara digital. Komentar-komentar positif yang mendukung pesan moderasi berfungsi sebagai indikator penerimaan nilai-nilai toleransi dan inklusivitas oleh audiens. Dalam beberapa kasus, audiens bahkan menambahkan pengalaman pribadi yang relevan sehingga proses pembentukan opini publik berlangsung secara kolektif dan partisipatoris.

Fenomena ini sejalan dengan konsep re-kontekstualisasi pesan agama di media sosial sebagaimana dikemukakan (Miski & Habibillah, 2022), bahwa interaksi audiens berperan dalam menentukan makna baru dari konten keagamaan. Selain itu, temuan (Prasetya & Nasrulloh, 2023) menunjukkan bahwa generasi milenial cenderung merespons konten moderasi yang ringan dan dialogis dengan lebih aktif dibandingkan materi ceramah tradisional. Interaksi yang terjadi tidak hanya memperluas jangkauan pesan, tetapi juga memperkuat legitimasi sosial da'i digital sebagai sumber otoritatif dalam isu-isu keagamaan kontemporer. Dengan demikian, engagement audiens merupakan faktor penting dalam proses pembentukan opini publik yang lebih moderat, toleran, dan responsif terhadap isu-isu keberagaman yang berkembang di dunia digital.

Dampak Keberadaan Da'i Digital terhadap Wacana Keberagamaan

Kehadiran da'i digital memberikan dampak signifikan terhadap perkembangan wacana keberagamaan di era digital. Melalui kehadiran mereka, pesan-pesan moderasi beragama menjadi lebih mudah diakses dan dipahami oleh generasi muda yang selama ini menjadikan media sosial sebagai sumber utama informasi. (Pratiwi et al., 2021) menemukan bahwa penyampaian moderasi melalui platform seperti Instagram dan TikTok mampu mengimbangi penyebaran konten intoleran yang sering kali mendominasi ruang digital. Pendekatan tersebut juga memperkuat citra agama sebagai ajaran yang inklusif dan relevan dengan dinamika kehidupan modern. Di sisi lain, modernisasi tradisi keagamaan yang dilakukan oleh da'i digital sebagaimana dijelaskan oleh (Hasanah et al., 2024) dapat memperkuat otoritas keagamaan di kalangan pemuda tanpa harus meninggalkan nilai-nilai luhur yang menjadi dasar ajaran Islam.

Dampak lain yang muncul adalah terbentuknya ekosistem dakwah baru yang lebih partisipatif dan interaktif. Studi (Prasetya & Nasrulloh, 2023) menunjukkan bahwa konten moderasi yang dikemas secara dialogis mampu meningkatkan pemahaman keagamaan generasi milenial dan mendorong mereka untuk mengadopsi nilai-nilai toleransi dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, perubahan fungsi teks agama di media sosial sebagaimana ditemukan dalam penelitian (Miski & Habibillah, 2022) memperlihatkan bahwa pemaknaan keagamaan kini lebih cair dan bersifat dinamis, bergantung pada konteks sosial serta pola interaksi yang terbentuk di dunia digital. Dengan demikian, da'i digital berperan sebagai aktor yang tidak hanya menyampaikan ajaran agama, tetapi juga menyusun ulang ruang wacana keagamaan agar lebih adaptif terhadap perkembangan zaman. Akhirnya, transformasi ini berkontribusi pada terciptanya ruang publik digital yang lebih sehat, inklusif, dan mampu mencegah berkembangnya narasi ekstremisme.

Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah digital di Instagram telah membentuk lanskap keberagamaan baru yang lebih interaktif, visual, dan dekat dengan kebutuhan generasi muda. Da'i digital hadir sebagai aktor penting yang tidak hanya menyampaikan pesan keagamaan, tetapi juga menyesuaikan metode penyampaian dengan dinamika budaya digital. Mereka menggunakan storytelling, estetika visual, dan pemilihan isu relevan untuk mengomunikasikan nilai-nilai moderasi beragama sehingga pesan tersebut dapat diterima oleh audiens yang terbiasa dengan informasi cepat dan ringkas. Integrasi pendekatan kreatif ini sejalan dengan temuan (Miski & Habibillah, 2022) bahwa teks agama mengalami rekontekstualisasi ketika dipindahkan ke ruang media sosial, serta mendukung pandangan (Hasanah et al., 2024) bahwa otoritas keagamaan tradisional kini dimodernisasi agar tetap relevan bagi milenial. Interaksi audiens melalui komentar, likes, dan berbagi konten memperlihatkan bahwa opini publik mengenai moderasi terbentuk melalui proses dialogis, bukan sekadar penyampaian satu arah. Penelitian (Prasetya & Nasrulloh, 2023) menegaskan bahwa generasi milenial cenderung merespons pesan moderasi yang dikemas secara ringan dan dialogis, sehingga strategi komunikasi da'i digital terbukti memperkuat internalisasi nilai-nilai tersebut. Secara keseluruhan, kehadiran da'i digital telah memberikan kontribusi signifikan terhadap

pembentukan wacana keberagamaan yang lebih inklusif, adaptif, dan responsif terhadap perubahan sosial di ruang digital.

Saran

Pertama, para da'i digital perlu terus mengembangkan literasi digital dan kemampuan kreatif untuk menghasilkan konten dakwah yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga akurat secara teologis. Hal ini penting mengingat rekontekstualisasi teks agama di media sosial, sebagaimana diungkapkan (Miski & Habibillah, 2022), berpotensi menggeser makna asli apabila tidak dilakukan dengan kehati-hatian. Kedua, lembaga keagamaan dapat mempertimbangkan strategi modernisasi otoritas sebagaimana digambarkan oleh (Hasanah et al., 2024) dengan memberikan pelatihan kepada pendakwah tentang gaya komunikasi yang sesuai dengan kultur digital generasi muda. Ketiga, audiens—khususnya generasi milenial dan Gen Z—perlu meningkatkan literasi digital keagamaan agar mampu menilai kualitas konten dakwah dan menghindari misinformasi. Keempat, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas kajian ke platform lain seperti TikTok atau YouTube, mengingat penelitian (Prasetya & Nasrulloh, 2023) menunjukkan efektivitas moderasi beragama melalui format video dialogis yang berbeda dari Instagram. Kelima, pembuat kebijakan dapat mempertimbangkan kolaborasi dengan para da'i digital untuk memperkuat narasi moderasi di ruang publik digital sebagai upaya mencegah berkembangnya isu intoleransi dan ekstremisme.

Daftar Pustaka

- Hasanah, U., Anam, K., & Muassomah, M. (2024). Modernising tradition: Reinforcing ASWAJA al-Nahdhiyah authority among millennials in Indonesia. *HTS Teologiese Studies / Theological Studies*, 80(1). <http://repository.uin-malang.ac.id/18667/>
- Ilham, I., Sitompul, N. A., Hasibuan, P., Septia, D., & Salim, R. A. (2025). The Role of Da'i and Influencers in Presenting Islamic Preaching Content on Social Media Case Study: The Success of Islamic Preaching in the Younger Generation. *International Journal Of Education, Social Studies, And Management (IJESSM)*, 5(2), 628–636. <https://doi.org/10.52121/ijessm.v5i2.743>
- Miski, M., & Habibillah, P. G. (2022). Alteration of Hadith Functions in TikTok Social Media. *Jurnal Living Hadis*, 7(1), 97–120. <http://repository.uin-malang.ac.id/12409/>
- Prasetya, P., & Nasrulloh, N. (2023). Religious Moderation Values in the Millennial Generation based on the Qur'an in Youtube Close The Door Habib Husein Ja'far al-Hadar. *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, 9(2), 285–302. <http://repository.uin-malang.ac.id/17911/>
- Pratiwi, P. S., Seytawati, M. P., Hidayatullah, A. F., Ismail, I., & Tafsir, T. (2021). Moderasi Beragama dan Media Sosial (Studi Analisis Konten Instagram & Tik-Tok). *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 6(1), 83. <https://doi.org/10.29240/jdk.v6i1.2959>
- Rokibullah, R., & Laksana, M. O. (2025). Social Media Utilization by Preachers to Shape Religious Perceptions among Indonesian Youth. *Islamic Journal of Communication and Public Discourse*, 2(1), 11–22. <https://doi.org/10.59784/ijcpd.v2i1.7>
- Subakti, M. F. (2022). Literasi Digital: Fondasi Dasar Dakwah Dalam Media Sosial. *Jurnal Dakwah*, 23(1), 1–16. <https://doi.org/10.14421/jd.23.1.22.4>