

Rekonfigurasi Otoritas Hukum Islam di Era Media Sosial: Antara Ijtihad Institusional dan Otoritas Algoritmik

Upi Sopiah Ahmad¹, Nurhayati², Azhari Akmal Tarigan³, Mhd Nur Husein Daulay⁴

¹IAIN Takengon, Indonesia

^{2,3,4}UIN Sumatera Utara, Indonesia

Email: opisopiahahmad@gmail.com

Abstract

The development of social media has transformed the relationship between Muslim communities and Islamic legal authority, shifting from a centralized model centered on ulama and fatwa institutions toward an algorithm-based digital ecosystem. This study analyzes the reconfiguration of Islamic legal authority through the interaction between institutional ijtihad and algorithmic authority, as well as its implications for legal and social-cultural change. Employing normative legal research with a conceptual approach and socio-legal perspective, data were obtained through literature review and analyzed qualitatively using content analysis. The findings indicate that social media has driven a shift in the legitimacy structure of fatwas, which no longer depend solely on scholarly chains of transmission (sanad) but also on digital visibility shaped by algorithms. The relationship between the two is co-existential and complementary ijtihad serves as the normative source, while algorithms determine the reach and social acceptance of fatwas. From a socio-legal perspective, this transformation implies the pluralization of authority sources, increased public participation, and the growing influence of digital technology in shaping trust in Islamic law. This study offers the concept of platform-mediated religious authority as a model explaining that contemporary Islamic legal authority is formed through the interaction of normative legitimacy, platform-based digital distribution, and user participation in the digital public sphere.

Keywords: *Islamic Legal Authority; Institutional Ijtihad; Algorithmic Authority; Social Media*

Abstrak

Perkembangan media sosial telah mengubah pola hubungan masyarakat Muslim dengan otoritas hukum Islam, dari model terpusat pada ulama dan lembaga fatwa menuju ekosistem digital berbasis algoritma. Penelitian ini menganalisis rekonfigurasi otoritas hukum Islam melalui interaksi antara ijtihad institusional dan otoritas algoritmik serta implikasinya terhadap perubahan sosial dan budaya hukum. Menggunakan penelitian hukum normatif dengan pendekatan konseptual dan perspektif socio-legal, data diperoleh melalui studi kepustakaan dan dianalisis secara kualitatif dengan content analysis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial mendorong pergeseran struktur legitimasi fatwa yang tidak hanya bergantung pada sanad keilmuan, tetapi juga pada visibilitas digital yang dibentuk algoritma. Hubungan keduanya bersifat koeksistensial dan saling melengkapi ijtihad sebagai sumber normatif, algoritma menentukan jangkauan dan penerimaan sosial. Dari perspektif sosiologi hukum, transformasi ini berimplikasi pada pluralisasi sumber otoritas, peningkatan partisipasi publik, dan penguatan pengaruh teknologi dalam pembentukan kepercayaan terhadap hukum Islam. Penelitian ini menawarkan konsep *platform-mediated religious authority* sebagai model yang menjelaskan otoritas hukum Islam kontemporer terbentuk melalui interaksi legitimasi normatif, distribusi digital berbasis platform, dan partisipasi pengguna di ruang publik digital.

Kata Kunci: Otoritas Hukum Islam; Ijtihad Institusional; Otoritas Algoritmik; Media Sosial.

Copyright: © 2026. The Author(s).

KARTIKA: Jurnal Studi Keislaman is licensed under a Creative Commons Attribution- NonCommercial 4.0 International License

A. Pendahuluan

Perkembangan media sosial telah mengubah pola hubungan masyarakat Muslim dengan otoritas keagamaan¹. Tingginya penggunaan media sosial di Indonesia telah menjadikan ruang digital sebagai arena utama produksi dan konsumsi informasi keagamaan. Laporan APJII mencatat penetrasi internet mencapai 80,66% dari total populasi atau sekitar 229,4 juta jiwa, dengan pengguna didominasi oleh Gen Z dan Milenial. Didukung data DataReportal, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 180 juta akun, atau 62,9% dari populasi, yang memanfaatkannya untuk mengakses platform visual seperti WhatsApp, Instagram, YouTube, dan TikTok.

Jika sebelumnya masyarakat memperoleh panduan hukum Islam melalui ulama, pesantren, majelis taklim, dan lembaga fatwa resmi, kini informasi keagamaan lebih banyak beredar melalui platform digital seperti YouTube, TikTok, Instagram, dan berbagai aplikasi berbasis kecerdasan buatan. Proses pencarian fatwa tidak lagi bergantung sepenuhnya pada otoritas institusional, melainkan semakin dipengaruhi oleh dinamika ruang digital yang memungkinkan penyebaran dan konsumsi informasi keagamaan secara lebih luas dan personal²

Dalam perspektif hukum Islam, legitimasi fatwa secara tradisional dibangun melalui otoritas keilmuan yang diperoleh dari penguasaan metodologi ushul fikih, kemampuan *istinbath al-ahkam*, pengakuan komunitas ilmiah, serta mekanisme kelembagaan yang menjamin akuntabilitas proses ijtihad. Dengan demikian, otoritas hukum Islam pada dasarnya bertumpu pada kompetensi epistemik dan legitimasi institusional, bukan semata pada popularitas atau kemampuan menjangkau audiens yang luas³. Perspektif ini menunjukkan bahwa proses pembentukan hukum Islam secara tradisional dibangun melalui struktur otoritas yang kuat. Namun, dinamika masyarakat modern menuntut pengembangan ijtihad yang responsif terhadap perubahan sosial dan perkembangan teknologi. Dalam konteks ini, media sosial dan sistem rekomendasi algoritmik menghadirkan tantangan baru karena otoritas keagamaan tidak lagi hanya ditentukan oleh kapasitas keilmuan, tetapi juga oleh mekanisme visibilitas digital yang diatur oleh platform.

Perubahan otoritas keagamaan di ruang digital bukanlah fenomena yang sepenuhnya baru. Eickelman dan Anderson⁴ menunjukkan bahwa internet telah menciptakan ruang publik Muslim (*Muslim public sphere*) yang memungkinkan penyebaran pengetahuan keagamaan

¹ Bryan S Turner, *Religious Authority and the New Media* (Routledge, 2001.).

² Garry R Bunt, *Islamic Algorithms: Online Influence in the Muslim Metaverse* (Polity Press, 2024).

³ Azhari Akmal Tarigan, *Sejarah Sosial Hukum Islam: Dinamika Fikih Pada Abad Pertengahan* (Bandung: Cita Pustaka Media Perintis, 2013).

⁴ Dale F Eickelman and Jon W Anderson, "New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere" (Bloomington: Indiana University Press, 2003).

melampaui batas geografis dan institusional. Dalam konteks Indonesia, ⁵ menemukan bahwa internet mengubah pola pencarian fatwa masyarakat Muslim dari ketergantungan pada otoritas lokal menuju pemanfaatan berbagai sumber daring. Namun, perkembangan media sosial berbasis algoritma dan kecerdasan buatan menghadirkan dinamika yang lebih kompleks karena distribusi dan visibilitas informasi keagamaan semakin ditentukan oleh sistem rekomendasi platform digital.

Konsep *algorithmic authority* menjelaskan bahwa algoritma tidak lagi sekadar berfungsi sebagai instrumen teknis dalam pengelolaan informasi, tetapi juga menjadi mekanisme yang menentukan visibilitas, relevansi, dan legitimasi pengetahuan di ruang digital ⁶. Dalam konteks media sosial, algoritma berperan sebagai *gatekeeper* yang mengatur konten apa yang muncul, siapa yang memperoleh perhatian publik, dan pandangan mana yang lebih mudah diterima oleh pengguna. Akibatnya, pembentukan otoritas keagamaan tidak lagi semata-mata bergantung pada kapasitas keilmuan dan legitimasi institusional, tetapi juga dipengaruhi oleh logika algoritmik yang mengutamakan popularitas, keterlibatan pengguna (*engagement*), dan tingkat penyebaran konten.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi telah mengubah pola produksi dan distribusi otoritas keagamaan. ⁷ dan ⁸ menjelaskan bahwa ruang digital menjadi arena baru pembentukan praktik keberagamaan dan sirkulasi otoritas Islam. Dalam konteks Indonesia, penelitian Fakhruroji dan Muslim ⁹ dan ¹⁰, Jaidi dkk ¹¹, serta ¹² menunjukkan adanya transformasi otoritas keagamaan melalui dakwah digital, influencer Muslim, dan mekanisme algoritmik. Namun, penelitian-penelitian tersebut belum secara khusus menganalisis rekonfigurasi otoritas hukum Islam dalam perspektif sosiologi hukum, terutama terkait hubungan antara ijtihad institusional, legitimasi fatwa, dan otoritas algoritmik dalam pembentukan budaya hukum masyarakat Muslim.

Berbeda dengan Atallah yang memfokuskan kajian pada transformasi otoritas Islam dalam ruang digital secara umum, penelitian ini menitikberatkan perhatian pada rekonfigurasi

⁵ Nadirsyah Hosen, "Online Fatwa in Indonesia: From Fatwa Shopping to Googling a Kiai," in *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia* (ISEAS Publishing, 2008).

⁶ Tarleton Gillespie, "The Relevance of Algorithms," in *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society*, 2014, 167–94.

⁷ Heidi A Campbell and Wendi Bellar, *Digital Religion: The Basics* (Routledge, 2022).

⁸ Bunt, *Islamic Algorithms: Online Influence in the Muslim Metaverse*.

⁹ Fakhruroji and Acep Muslim, *Media Sosial Dan Otoritas Keagamaan Di Indonesia* (Bandung: Lekkas, 2023).

¹⁰ Eva F Nisa, "Creative and Lucrative Da'wa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia," *Asiascape: Digital Asia* 5, no. 1–2 (2018): 68–99.

¹¹ Muhammad Jaidi, A Hafiz Anshary AZ, and Muhammad Salis Ridwan, "Algorithmic Authority and Digital Fatwas: Reconfiguring Islamic Knowledge in Southeast Asia and Europe," *Indonesian Journal of Digital Islamic Studies (IJDIS)* 1, no. 1 (2025).

¹² S Atallah, "From Sanad to Algorithms: The Transformation of Islamic Authority in Contemporary Digital Spaces," *Al-Ghazali: Journal of Islamic Education and Studies* 9, no. 1 (2026).

otoritas hukum Islam dalam perspektif sosiologi hukum melalui interaksi antara ijtihad institusional dan otoritas algoritmik¹³. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengkaji perubahan media dan aktor keagamaan, tetapi juga menganalisis bagaimana mekanisme algoritmik memengaruhi proses pembentukan legitimasi hukum Islam serta implikasinya terhadap perubahan budaya hukum masyarakat Muslim.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis rekonfigurasi otoritas hukum Islam di era media sosial melalui interaksi antara ijtihad institusional dan otoritas algoritmik, serta menjelaskan implikasinya terhadap perubahan sosial dan budaya hukum masyarakat Muslim.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif yang menggunakan pendekatan konseptual (*conceptual approach*) dengan perspektif *socio-legal*. Pendekatan konseptual digunakan untuk menganalisis perkembangan konsep otoritas hukum Islam, legitimasi fatwa, dan otoritas algoritmik dalam ruang digital. Perspektif *socio-legal* digunakan untuk memahami hubungan antara perubahan struktur otoritas hukum Islam dengan dinamika sosial, budaya hukum, dan perkembangan teknologi komunikasi dalam masyarakat Muslim kontemporer.

Data penelitian berupa data sekunder yang terdiri atas bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, bahan hukum tersier, serta data digital sekunder. Bahan hukum primer meliputi Al-Qur'an, Hadis, fatwa lembaga keagamaan, dan dokumen kelembagaan terkait otoritas hukum Islam. Bahan hukum sekunder terdiri atas buku, artikel jurnal, dan hasil penelitian yang membahas hukum Islam, sosiologi hukum, otoritas keagamaan digital, *digital religion*, dan *algorithmic authority*, antara lain karya Wael B. Hallaq, Mohammad Hashim Kamali, Lawrence M. Friedman, Roger Cotterrell, Heidi A. Campbell, Tarleton Gillespie, dan Garry R. Bunt. Bahan hukum tersier meliputi kamus, ensiklopedia, dan sumber referensi ilmiah lainnya. Adapun data digital sekunder diperoleh dari laporan APJII (2025), DataReportal (2026), serta berbagai publikasi mengenai penggunaan internet dan media sosial.

Pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan dan studi dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif menggunakan teknik *content analysis* dengan cara mengidentifikasi, mengkategorisasi, dan menginterpretasikan berbagai konsep, teori, serta temuan yang relevan dengan fokus penelitian. Hasil analisis kemudian disusun secara deskriptif-analitis untuk menjelaskan rekonfigurasi otoritas hukum Islam dari model *institution-centered authority* menuju *platform-mediated religious authority* di era media sosial.

¹³ Atallah.

C. Pembahasan

1. Rekonfigurasi Otoritas Hukum Islam dalam Ekosistem Media Sosial

Perkembangan media sosial telah mengubah cara otoritas hukum Islam diproduksi, didistribusikan, dan diterima oleh masyarakat Muslim ¹⁴. Jika pada era sebelumnya otoritas hukum Islam bertumpu pada ulama, pesantren, dan lembaga fatwa yang memperoleh legitimasi melalui sanad keilmuan serta pengakuan institusional, maka dalam ekosistem digital otoritas tersebut mulai berinteraksi dengan mekanisme baru yang dibentuk oleh teknologi platform dan algoritma media sosial ¹⁵. Tingginya penetrasi internet Indonesia yang telah mencapai 80,66% serta keberadaan lebih dari 180 juta pengguna aktif media sosial (APJII, 2025; DataReportal, 2026) menunjukkan bahwa proses pencarian dan konsumsi informasi keagamaan kini berlangsung dalam ruang digital yang sangat masif. Dalam konteks ini, algoritma platform memiliki peluang yang semakin besar untuk memengaruhi distribusi fatwa dan pembentukan persepsi masyarakat mengenai otoritas hukum Islam. Kondisi ini melahirkan proses rekonfigurasi otoritas hukum Islam, yaitu perubahan pola hubungan antara sumber otoritas, mekanisme legitimasi, dan masyarakat sebagai penerima hukum.

Dalam tradisi hukum Islam, legitimasi suatu fatwa dibangun melalui kompetensi keilmuan mufti, penguasaan metodologi ushul fikih, serta proses ijtihad yang dapat dipertanggungjawabkan secara akademik dan normatif. Oleh karena itu, otoritas hukum Islam secara historis berakar pada kredibilitas epistemik dan pengakuan sosial terhadap kapasitas keilmuan seorang ulama atau lembaga fatwa. Sebagaimana dijelaskan Hallaq, keberlakuan otoritas hukum Islam tidak hanya bergantung pada kemampuan menghasilkan hukum, tetapi juga pada penerimaan masyarakat terhadap legitimasi keilmuan pihak yang mengeluarkannya.

Namun, perkembangan media sosial telah menghadirkan ruang komunikasi yang berbeda dari struktur otoritas keagamaan tradisional. Platform seperti YouTube, TikTok, Instagram, Facebook, dan X memungkinkan berbagai aktor untuk menyampaikan pandangan hukum Islam kepada khalayak yang sangat luas tanpa harus melalui mekanisme kelembagaan yang selama ini menjadi sumber legitimasi formal ¹⁶. Akibatnya, distribusi pengetahuan hukum Islam tidak lagi dimonopoli oleh lembaga fatwa atau ulama yang memiliki otoritas institusional, tetapi juga melibatkan influencer

¹⁴ Campbell and Bellar, *Digital Religion: The Basics*.

¹⁵ Wael B Hallaq, *An Introduction to Islamic Law* (Cambridge University Press, 2009).

¹⁶ Campbell and Bellar, *Digital Religion: The Basics*.

Muslim, pendakwah digital, kreator konten keagamaan, bahkan sistem kecerdasan buatan yang mampu memberikan jawaban atas pertanyaan hukum secara otomatis.

Perubahan tersebut menunjukkan bahwa otoritas hukum Islam di ruang digital tidak lagi semata-mata ditentukan oleh kualitas argumentasi hukum, tetapi juga oleh tingkat visibilitas suatu konten dalam ekosistem media sosial. Dalam konteks ini, algoritma berperan sebagai mekanisme yang menentukan konten mana yang memperoleh perhatian publik dan konten mana yang tersisih dari ruang digital. Sebagaimana dijelaskan Gillespie, algoritma berfungsi sebagai *gatekeeper* yang mengatur aliran informasi berdasarkan berbagai indikator seperti relevansi, popularitas, frekuensi interaksi, dan keterlibatan pengguna.

Konsekuensi dari mekanisme tersebut adalah munculnya bentuk legitimasi baru yang tidak sepenuhnya bergantung pada otoritas keilmuan, tetapi juga pada kemampuan suatu konten memperoleh eksposur digital. Fatwa atau pandangan hukum yang sering muncul dalam linimasa pengguna cenderung memperoleh tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dibandingkan pandangan yang kurang memperoleh visibilitas, meskipun secara metodologis kualitas argumentasinya belum tentu lebih kuat. Dengan demikian, algoritma secara tidak langsung ikut berperan dalam membentuk persepsi masyarakat mengenai siapa yang dianggap memiliki otoritas hukum Islam.

Perubahan tersebut menunjukkan bahwa distribusi otoritas hukum Islam dalam ruang digital tidak lagi berlangsung melalui struktur kelembagaan yang bersifat tunggal. Otoritas keagamaan kini beroperasi dalam lingkungan komunikasi yang melibatkan berbagai aktor dan dimediasi oleh infrastruktur platform digital. Konsekuensinya, pembentukan otoritas hukum Islam menjadi semakin kompleks karena dipengaruhi oleh hubungan antara sumber keilmuan, teknologi platform, dan partisipasi pengguna.

Dalam perspektif sosiologi hukum, rekonfigurasi ini mencerminkan perubahan hubungan antara hukum, masyarakat, dan teknologi. Otoritas hukum Islam tidak lagi bekerja melalui pola komunikasi satu arah dari ulama kepada masyarakat, tetapi melalui jaringan komunikasi digital yang memungkinkan terjadinya interaksi, negosiasi, dan kompetisi legitimasi secara terus-menerus. Akibatnya, pembentukan otoritas hukum Islam menjadi semakin dinamis karena dipengaruhi oleh interaksi antara ijtihad institusional, preferensi pengguna, dan sistem algoritmik yang mengatur distribusi informasi.

Oleh karena itu, rekonfigurasi otoritas hukum Islam dalam ekosistem media sosial dapat dipahami sebagai perubahan struktur produksi dan distribusi otoritas keagamaan. Jika sebelumnya otoritas hukum Islam beroperasi melalui hubungan yang relatif terpusat

antara ulama, lembaga fatwa, dan masyarakat, maka dalam ruang digital hubungan tersebut berkembang menjadi jaringan yang lebih terbuka dan melibatkan berbagai aktor baru. Konsekuensinya, pembentukan otoritas hukum Islam tidak lagi berlangsung secara eksklusif dalam institusi keagamaan formal, tetapi juga melalui interaksi yang terjadi dalam ekosistem komunikasi digital. Fenomena ini menjadi salah satu karakteristik utama transformasi hukum Islam pada era media sosial.

Analisis tersebut menunjukkan bahwa rekonfigurasi otoritas hukum Islam tidak dapat dipahami sebagai proses penggantian otoritas institusional oleh otoritas digital secara linear. Yang terjadi justru adalah perubahan struktur distribusi legitimasi hukum. Dalam model tradisional, legitimasi dibangun melalui hubungan langsung antara ulama, lembaga fatwa, dan masyarakat. Sebaliknya, dalam ekosistem media sosial, legitimasi tersebut harus melewati proses mediasi platform yang menentukan tingkat keterlihatan suatu pandangan hukum. Dengan demikian, posisi algoritma bukan sebagai produsen hukum Islam, melainkan sebagai mekanisme yang memengaruhi sirkulasi dan jangkauan otoritas hukum di ruang publik digital. Temuan ini menunjukkan bahwa perubahan utama dalam otoritas hukum Islam terletak pada transformasi saluran legitimasi, bukan pada hilangnya otoritas keilmuan itu sendiri.

2. Pergeseran Legitimasi Fatwa: Dari Sanad Keilmuan Menuju Visibilitas Algoritmik

Legitimasi merupakan unsur penting dalam pembentukan otoritas hukum Islam. Dalam tradisi klasik, legitimasi fatwa dibangun melalui penguasaan ilmu-ilmu syariah, kemampuan melakukan istinbath al-ahkam, integritas moral mufti, serta pengakuan dari komunitas ulama dan masyarakat Muslim. Dengan demikian, otoritas fatwa tidak lahir semata-mata dari kemampuan menyampaikan pendapat hukum, tetapi juga dari proses keilmuan yang dapat dipertanggungjawabkan secara metodologis. Hallaq menjelaskan bahwa dalam sejarah hukum Islam, otoritas seorang mufti memperoleh legitimasi melalui kompetensi ilmiah yang diakui oleh komunitas keilmuan sehingga terbentuk hubungan yang erat antara pengetahuan, otoritas, dan penerimaan sosial terhadap hukum Islam ¹⁷

Dalam konteks tersebut, sanad keilmuan memiliki posisi yang sangat penting karena berfungsi sebagai mekanisme transmisi pengetahuan sekaligus instrumen legitimasi otoritas keagamaan. Melalui sanad, masyarakat dapat menelusuri asal-usul pengetahuan yang dimiliki seorang ulama serta memastikan bahwa pandangan hukum yang disampaikan memiliki landasan metodologis yang jelas. Oleh karena itu, legitimasi fatwa dalam tradisi Islam pada dasarnya dibangun melalui kombinasi antara otoritas

¹⁷ Hallaq, *An Introduction to Islamic Law*.

epistemik, pengakuan sosial, dan akuntabilitas keilmuan yang terjaga melalui institusi pendidikan serta lembaga keagamaan.

Namun, perkembangan media sosial telah menghadirkan perubahan signifikan terhadap mekanisme pembentukan legitimasi tersebut. Platform digital memungkinkan informasi keagamaan disebarkan secara cepat kepada audiens yang sangat luas tanpa harus melalui proses verifikasi yang lazim berlaku dalam struktur otoritas tradisional. Akibatnya, masyarakat tidak selalu berinteraksi langsung dengan sumber otoritas yang memiliki kapasitas keilmuan yang memadai, melainkan lebih sering berhadapan dengan konten keagamaan yang muncul dalam linimasa media sosial berdasarkan sistem rekomendasi algoritmik¹⁸

Dalam ekosistem digital, visibilitas menjadi faktor penting yang memengaruhi penerimaan suatu pandangan hukum. Gillespie menjelaskan bahwa algoritma media sosial berfungsi sebagai mekanisme seleksi yang menentukan informasi apa yang dianggap relevan dan layak ditampilkan kepada pengguna¹⁹. Dengan kata lain, algoritma tidak hanya mengatur distribusi informasi, tetapi juga memengaruhi pembentukan persepsi publik mengenai informasi yang dianggap penting, kredibel, dan layak dipercaya.

Kondisi tersebut melahirkan apa yang disebut sebagai *algorithmic authority*, yaitu situasi ketika kepercayaan terhadap informasi semakin dipengaruhi oleh mekanisme rekomendasi digital daripada proses verifikasi keilmuan yang dilakukan secara langsung. Dalam konteks hukum Islam, fenomena ini menyebabkan legitimasi fatwa tidak lagi sepenuhnya ditentukan oleh sanad keilmuan dan otoritas kelembagaan, tetapi juga oleh kemampuan suatu konten memperoleh eksposur, interaksi, dan penyebaran yang luas di media sosial. Semakin tinggi tingkat visibilitas suatu konten, semakin besar pula kemungkinan konten tersebut dipersepsikan sebagai sumber rujukan yang otoritatif oleh masyarakat.

Perubahan mekanisme legitimasi fatwa di era media sosial menunjukkan bahwa otoritas hukum Islam tidak lagi dibangun semata-mata melalui pengakuan keilmuan dan kelembagaan, tetapi juga melalui pola komunikasi yang berkembang dalam ruang digital. Legitimasi hukum pada dasarnya merupakan konstruksi sosial yang terbentuk melalui hubungan kepercayaan antara masyarakat dan sumber otoritas hukum²⁰. Dalam konteks masyarakat digital, hubungan kepercayaan tersebut semakin dipengaruhi oleh platform

¹⁸ Campbell and Bellar, *Digital Religion: The Basics*.

¹⁹ Gillespie, "The Relevance of Algorithms."

²⁰ Roger Cotterrell, *Law, Culture and Society: Legal Ideas in the Mirror of Social Theory* (Routledge, 2021).

komunikasi yang mempertemukan masyarakat dengan berbagai sumber informasi keagamaan secara simultan. Akibatnya, penerimaan terhadap suatu fatwa tidak hanya ditentukan oleh kualitas argumentasi hukumnya, tetapi juga oleh bagaimana fatwa tersebut hadir dan dikenal dalam ruang publik digital.

Perubahan tersebut diperkuat oleh temuan yang menunjukkan bahwa sistem rekomendasi platform digital telah melahirkan bentuk *algorithmic authority*, yakni otoritas yang sebagian legitimasinya dibentuk oleh mekanisme algoritmik berbasis keterlibatan pengguna (*user engagement*).²¹ Dalam kondisi demikian, proses legitimasi tidak lagi sepenuhnya bergantung pada pengakuan institusional, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan suatu pandangan keagamaan memperoleh perhatian dan interaksi dalam ekosistem digital.

Fenomena tersebut disebut sebagai pergeseran *from sanad to algorithms*, yaitu transformasi sumber legitimasi otoritas Islam dari jaringan transmisi keilmuan menuju mekanisme visibilitas yang dibentuk oleh algoritma platform digital.²² Pergeseran ini tidak berarti bahwa sanad keilmuan dan otoritas institusional kehilangan relevansinya, melainkan menunjukkan perubahan dalam cara masyarakat membangun kepercayaan terhadap sumber hukum Islam. Dalam konteks media sosial, proses pembentukan kepercayaan tidak lagi berlangsung hanya melalui pengakuan terhadap kompetensi keilmuan, tetapi juga melalui intensitas paparan informasi dan pengalaman pengguna dalam berinteraksi dengan konten keagamaan. Dengan demikian, transformasi fatwa digital pada hakikatnya mencerminkan perubahan mekanisme pembentukan kepercayaan publik terhadap otoritas hukum Islam di era media sosial.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menemukan bahwa pergeseran legitimasi fatwa di era media sosial tidak berlangsung dalam bentuk substitusi total dari sanad keilmuan menuju algoritma, melainkan dalam bentuk dualisme legitimasi. Di satu sisi, legitimasi normatif tetap diperlukan sebagai dasar keabsahan hukum Islam. Namun di sisi lain, legitimasi sosial semakin dipengaruhi oleh visibilitas digital yang dibentuk melalui sistem rekomendasi platform. Kondisi ini menyebabkan fatwa yang memiliki kualitas metodologis tinggi tidak selalu memperoleh pengaruh sosial yang sebanding apabila tidak didukung oleh distribusi digital yang efektif. Sebaliknya, pandangan hukum yang sederhana dan mudah disebarluaskan dapat memperoleh tingkat penerimaan publik yang tinggi meskipun legitimasi keilmuannya relatif terbatas.

²¹ Jaide, AZ, and Ridwan, "Algorithmic Authority and Digital Fatwas: Reconfiguring Islamic Knowledge in Southeast Asia and Europe."

²² Atallah, "From Sanad to Algorithms: The Transformation of Islamic Authority in Contemporary Digital Spaces."

3. Interaksi antara Ijtihad Institusional dan Otoritas Algoritmik

Dalam tradisi hukum Islam, ijtihad institusional merupakan mekanisme kolektif yang dilakukan oleh lembaga-lembaga fatwa untuk merespons berbagai persoalan hukum kontemporer. Melalui ijtihad *jama'i*, proses penetapan hukum dilakukan secara sistematis dengan melibatkan kajian terhadap sumber-sumber syariah, pendapat ulama, serta pertimbangan kemaslahatan masyarakat. Kamali menjelaskan bahwa ijtihad memiliki fungsi strategis dalam menjaga relevansi hukum Islam terhadap perubahan sosial tanpa mengabaikan prinsip-prinsip dasar syariah ²³. Oleh karena itu, legitimasi ijtihad institusional bertumpu pada metodologi keilmuan, prosedur kolektif, dan akuntabilitas akademik yang dapat dipertanggungjawabkan.

Di Indonesia, peran ijtihad institusional dijalankan oleh berbagai lembaga seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI), Majelis Tarjih Muhammadiyah, *Bahtsul Masail* Nahdlatul Ulama, serta Dewan Syariah Nasional. Lembaga-lembaga tersebut berfungsi sebagai otoritas yang memproduksi fatwa melalui mekanisme yang relatif ketat dan terstruktur. Dalam perspektif hukum Islam, model ini memberikan jaminan bahwa produk hukum yang dihasilkan memiliki dasar metodologis yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Perkembangan media sosial dan teknologi digital tidak serta-merta menghilangkan peran ijtihad institusional dalam pembentukan hukum Islam. Sebaliknya, perkembangan tersebut menciptakan lingkungan baru yang menuntut lembaga fatwa beradaptasi dengan perubahan pola pencarian informasi keagamaan di kalangan masyarakat Muslim. Dalam konteks ini, rekonfigurasi otoritas hukum Islam tidak dapat dipahami sebagai penggantian otoritas tradisional oleh otoritas digital, melainkan sebagai proses negosiasi antara keduanya dalam ruang publik yang semakin terdigitalisasi.

Perubahan tersebut terlihat dari pengidentifikasian fenomena *digital schism*, yaitu pergeseran pola pencarian pengetahuan Islam dari lembaga keagamaan formal menuju berbagai platform digital, termasuk media sosial dan layanan berbasis kecerdasan buatan ²⁴.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa sebagian masyarakat lebih memilih memperoleh jawaban keagamaan melalui platform digital karena dianggap lebih cepat, mudah diakses, dan praktis dibandingkan mekanisme konsultasi konvensional. Kondisi ini menandakan bahwa transformasi digital tidak hanya mengubah cara distribusi

²³ Mohammad Hashim Kamali, *Shari'ah Law: An Introduction* (Oxford: Oneworld, 2008).

²⁴ Siti Fadilla and Putri Isma Indriyani, "When Algorithms Shape Trust: The Capitalist Transformation of Digital Islamic Da'wah in Indonesia," *Surau Journal of Islamic Studies* 1, no. 2 (2025): 86–103.

informasi keagamaan, tetapi juga mengubah cara masyarakat menemukan dan berinteraksi dengan sumber otoritas hukum Islam.

Dalam situasi tersebut, algoritma platform memiliki peran penting dalam menentukan informasi yang lebih mudah dijangkau oleh pengguna. Gillespie menjelaskan bahwa algoritma berfungsi sebagai mekanisme seleksi yang mengatur visibilitas informasi dalam ruang digital²⁵. Konsekuensinya, akses masyarakat terhadap fatwa dan pandangan keagamaan tidak lagi hanya dipengaruhi oleh otoritas sumber informasi, tetapi juga oleh sistem distribusi yang dibangun oleh platform digital. Oleh karena itu, tantangan yang dihadapi lembaga fatwa pada era media sosial tidak hanya berkaitan dengan produksi hukum Islam yang valid secara metodologis, tetapi juga kemampuan menghadirkan hasil ijtihad dalam ruang komunikasi yang semakin dipengaruhi oleh logika platform digital.

Interaksi antara ijtihad institusional dan otoritas algoritmik terlihat ketika lembaga-lembaga fatwa mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran produk hukum mereka. Berbagai lembaga keagamaan kini memiliki situs web, kanal YouTube, akun Instagram, TikTok, dan platform digital lainnya untuk menyampaikan fatwa kepada masyarakat. Di Indonesia, MUI, Muhammadiyah, dan Nahdlatul Ulama secara aktif memanfaatkan situs web resmi serta berbagai platform media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok untuk menyebarluaskan fatwa, panduan keagamaan, dan edukasi hukum Islam kepada masyarakat²⁶. Fenomena ini menunjukkan bahwa otoritas institusional berupaya beradaptasi dengan perubahan struktur komunikasi digital agar tetap dapat mempertahankan relevansinya di tengah perubahan perilaku masyarakat.

Meski demikian, adaptasi tersebut tidak selalu berjalan tanpa tantangan. Logika ijtihad institusional yang menekankan kedalaman analisis, kehati-hatian metodologis, dan argumentasi yang komprehensif sering kali berbeda dengan logika media sosial yang mengutamakan kecepatan, kesederhanaan pesan, dan daya tarik visual. Akibatnya, terdapat kecenderungan bahwa konten keagamaan yang singkat, emosional, dan mudah dipahami memperoleh perhatian lebih besar dibandingkan penjelasan hukum yang panjang dan kompleks. Kondisi ini berpotensi menciptakan kesenjangan antara kualitas keilmuan suatu fatwa dengan tingkat visibilitasnya dalam ruang digital.

Media digital telah menciptakan arena baru kompetisi otoritas Islam yang memungkinkan berbagai aktor keagamaan bersaing dalam memengaruhi opini dan

²⁵ Gillespie, "The Relevance of Algorithms."

²⁶ (MUI, 2025)

perilaku masyarakat Muslim²⁷. Dalam arena tersebut, lembaga fatwa tidak lagi menjadi satu-satunya produsen otoritas hukum karena harus berhadapan dengan pendakwah digital, *influencer* Muslim, komunitas daring, dan berbagai sumber informasi keagamaan lainnya yang memiliki kemampuan menjangkau audiens dalam jumlah besar. Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian Izza Amalia dkk²⁸. yang menggunakan pendekatan *Social Network Analysis* (SNA) untuk memetakan jaringan otoritas keagamaan digital di Indonesia. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa *influencer* keagamaan dan kreator konten Islam mampu menempati posisi sentral dalam jaringan penyebaran informasi keagamaan karena didukung oleh mekanisme rekomendasi platform digital. Kondisi ini menyebabkan fragmentasi otoritas keagamaan, di mana distribusi pengetahuan Islam tidak lagi dimonopoli oleh lembaga keagamaan formal, melainkan tersebar dalam jaringan komunikasi digital yang lebih terbuka dan kompetitif.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara ijtihad institusional dan otoritas algoritmik bersifat ambivalen. Di satu sisi, algoritma dapat menjadi sarana yang memperluas jangkauan fatwa dan meningkatkan akses masyarakat terhadap informasi hukum Islam. Lembaga fatwa dapat memanfaatkan teknologi digital untuk menyebarluaskan hasil ijtihad secara lebih efektif dan efisien. Di sisi lain, algoritma juga berpotensi menggeser mekanisme legitimasi hukum karena visibilitas suatu pandangan hukum tidak selalu sejalan dengan kualitas metodologis yang mendasarinya.

Dari perspektif sosiologi hukum, fenomena tersebut menunjukkan bahwa pembentukan otoritas hukum Islam di era digital berlangsung melalui interaksi antara legitimasi normatif dan legitimasi komunikatif. Legitimasi normatif berasal dari proses ijtihad yang memenuhi standar keilmuan dan prosedur kelembagaan, sedangkan legitimasi komunikatif terbentuk melalui penerimaan publik yang dipengaruhi oleh distribusi informasi dalam ruang digital. Kedua bentuk legitimasi tersebut tidak selalu bertentangan, tetapi sering kali saling memengaruhi dalam menentukan sejauh mana suatu fatwa dapat diterima oleh masyarakat.

Dalam perspektif penelitian ini, hubungan antara ijtihad institusional dan otoritas algoritmik lebih tepat dipahami sebagai hubungan koeksistensi daripada hubungan kompetitif. Otoritas algoritmik tidak memiliki kapasitas untuk menggantikan fungsi ijtihad karena tidak menghasilkan legitimasi normatif yang menjadi dasar pembentukan hukum Islam. Sebaliknya, ijtihad institusional juga tidak dapat mengabaikan logika

²⁷ Bunt, *Islamic Algorithms: Online Influence in the Muslim Metaverse*.

²⁸ Izza Amalia, "Authority Fragmentation in the Digital Age: A Social Network Analysis of Islamic Scholars and Influencers' Networks in Indonesia," *Jurnal Pendidikan Islam* 6, no. 1 (2026): 1–2.

distribusi digital karena efektivitas penyebaran fatwa semakin dipengaruhi oleh mekanisme platform. Oleh karena itu, keberlanjutan otoritas hukum Islam pada era media sosial sangat bergantung pada kemampuan lembaga keagamaan mengintegrasikan legitimasi keilmuan dengan strategi komunikasi digital yang adaptif. Temuan ini menunjukkan bahwa hubungan antara keduanya bersifat saling melengkapi (*complementary authority*) dan bukan hubungan saling menegasikan.

Dalam banyak kasus, keberhasilan suatu lembaga fatwa dalam mempertahankan otoritasnya di era media sosial tidak hanya ditentukan oleh kualitas ijtihad yang dihasilkan, tetapi juga oleh kemampuannya mengomunikasikan hasil ijtihad tersebut melalui platform digital yang digunakan masyarakat. Oleh karena itu, tantangan utama yang dihadapi otoritas hukum Islam saat ini bukan hanya menghasilkan fatwa yang berkualitas, tetapi juga memastikan bahwa fatwa tersebut mampu hadir secara efektif dalam ekosistem komunikasi digital yang semakin kompetitif.

Dengan demikian, interaksi antara ijtihad institusional dan dinamika platform digital menunjukkan bahwa transformasi otoritas hukum Islam berlangsung melalui proses adaptasi dan negosiasi yang berkelanjutan. Lembaga fatwa tetap memegang peran sentral sebagai produsen otoritas keagamaan yang memiliki dasar metodologis dan akuntabilitas keilmuan. Namun, efektivitas penyebaran dan pengaruh fatwa semakin dipengaruhi oleh kemampuan beradaptasi dengan pola komunikasi digital yang berkembang dalam masyarakat. Dalam konteks tersebut, keberlanjutan otoritas hukum Islam tidak hanya ditentukan oleh kualitas ijtihad, tetapi juga oleh kemampuan mengintegrasikan otoritas keilmuan dengan strategi komunikasi yang sesuai dengan karakteristik ruang digital.

4. Implikasi terhadap Perubahan Sosial dan Budaya Hukum Masyarakat Muslim

Perubahan struktur otoritas hukum Islam dalam ekosistem media sosial tidak hanya berdampak pada mekanisme produksi dan distribusi fatwa, tetapi juga memengaruhi pola perilaku hukum masyarakat Muslim. Dalam perspektif sosiologi hukum, perubahan sumber otoritas dan cara masyarakat memperoleh informasi hukum akan berpengaruh terhadap budaya hukum (*legal culture*), yaitu nilai, persepsi, dan sikap masyarakat terhadap hukum sebagai pedoman perilaku sosial. Sebagaimana dikemukakan Lawrence M. Friedman, budaya hukum merupakan salah satu unsur utama sistem hukum yang menentukan bagaimana hukum dipahami, diterima, dan dijalankan oleh masyarakat ²⁹

²⁹ Lawrence M Friedman, *The Legal System: A Social Science Perspective* (Quid Pro Books, 2019).

Dalam konteks masyarakat digital, akses yang semakin mudah terhadap berbagai sumber informasi keagamaan telah memperluas kesempatan masyarakat untuk memperoleh pandangan hukum Islam dari beragam aktor dan platform. Jika sebelumnya masyarakat cenderung merujuk kepada ulama lokal, pesantren, atau lembaga fatwa tertentu, kini mereka dapat mengakses berbagai pandangan hukum dari ulama, pendakwah, influencer Muslim, maupun platform digital yang berasal dari berbagai wilayah dan latar belakang pemikiran. Kondisi ini mendorong terjadinya pluralisasi rujukan hukum Islam dalam ruang publik digital.

Pluralisasi tersebut menghasilkan dampak yang bersifat ambivalen. Di satu sisi, ruang publik digital berbasis platform memperluas akses masyarakat terhadap pengetahuan hukum Islam sehingga meningkatkan literasi keagamaan dan mempercepat penyebaran informasi hukum kepada kelompok masyarakat yang sebelumnya sulit menjangkau lembaga keagamaan formal. Digitalisasi juga memungkinkan masyarakat memperoleh respons yang lebih cepat terhadap berbagai persoalan hukum kontemporer yang mereka hadapi dalam kehidupan sehari-hari.

Di sisi lain, keterbukaan ruang digital juga meningkatkan risiko fragmentasi otoritas hukum dan munculnya keragaman pandangan yang sulit diverifikasi oleh masyarakat awam. Banyaknya sumber informasi keagamaan yang tersedia menyebabkan masyarakat dihadapkan pada berbagai fatwa dan pendapat hukum yang tidak selalu memiliki kualitas metodologis yang sama. Dalam kondisi demikian, preferensi pengguna terhadap konten yang populer dan mudah dipahami sering kali lebih dominan dibandingkan pertimbangan terhadap otoritas keilmuan sumber informasi tersebut.

Fenomena tersebut turut memengaruhi pola pembentukan kesadaran hukum masyarakat Muslim. Jika dalam model tradisional legitimasi hukum lebih banyak dibangun melalui hubungan langsung antara masyarakat dan otoritas keagamaan yang diakui, maka dalam ruang digital pembentukan kesadaran hukum semakin dipengaruhi oleh interaksi yang berlangsung melalui media sosial dan sistem rekomendasi algoritmik. Akibatnya, penerimaan masyarakat terhadap suatu fatwa tidak hanya ditentukan oleh kualitas argumentasi hukumnya, tetapi juga oleh tingkat eksposur dan keterlihatan fatwa tersebut dalam ruang digital.

Dari perspektif budaya hukum, perubahan ini menunjukkan terjadinya transformasi pola otoritas dari model yang relatif terpusat menuju model yang lebih terdistribusi. Otoritas hukum Islam tidak lagi berada secara eksklusif pada lembaga keagamaan formal, tetapi tersebar dalam jaringan komunikasi digital yang melibatkan berbagai aktor. Kondisi tersebut menciptakan budaya hukum baru yang lebih partisipatif karena

masyarakat memiliki kesempatan lebih besar untuk memilih, membandingkan, dan mendiskusikan berbagai pandangan hukum yang tersedia secara daring.

Namun demikian, budaya hukum digital juga menghadirkan tantangan berupa meningkatnya potensi disinformasi, simplifikasi hukum, dan polarisasi pandangan keagamaan. Karakteristik media sosial yang mengutamakan kecepatan dan keterlibatan pengguna sering kali mendorong penyederhanaan persoalan hukum yang sebenarnya kompleks. Dalam jangka panjang, kondisi tersebut berpotensi memengaruhi kualitas pemahaman masyarakat terhadap metodologi hukum Islam dan proses ijtihad yang melandasi suatu fatwa.

Oleh karena itu, rekonfigurasi otoritas hukum Islam pada era media sosial pada akhirnya tidak hanya mengubah cara fatwa diproduksi dan disebar, tetapi juga membentuk budaya hukum masyarakat Muslim yang baru. Budaya hukum tersebut ditandai oleh meningkatnya akses terhadap informasi keagamaan, pluralisasi sumber otoritas, serta menguatnya pengaruh teknologi digital dalam proses pembentukan kesadaran dan perilaku hukum masyarakat. Dengan demikian, transformasi otoritas hukum Islam di era media sosial pada hakikatnya merupakan bagian dari perubahan sosial yang lebih luas, yaitu pergeseran hubungan antara hukum, teknologi, dan masyarakat dalam kehidupan Muslim kontemporer.

Data empiris menunjukkan bahwa transformasi digital telah membentuk struktur baru dalam pola konsumsi informasi masyarakat Muslim di Indonesia. Berdasarkan data APJII (2025), tingkat penetrasi internet pada kelompok usia produktif sangat tinggi, terutama pada generasi milenial (89,12%) dan Generasi Z (87,80%). Kondisi ini mengindikasikan bahwa kelompok usia yang paling aktif dalam ruang sosial-keagamaan juga merupakan pengguna utama ruang digital.

Jika dirinci berdasarkan wilayah, tingkat penetrasi internet di kawasan urban mencapai 83,53% dengan kontribusi pengguna sebesar 58,24%, sementara wilayah rural juga menunjukkan tingkat penetrasi yang signifikan sebesar 76,96% dengan kontribusi 41,76%. Temuan ini mengindikasikan bahwa ruang digital tidak lagi bersifat eksklusif urban, tetapi telah menjadi ruang sosial yang merata dalam pembentukan opini publik termasuk dalam bidang keagamaan.

Dominasi penggunaan media sosial (24,80%) dengan platform utama seperti TikTok (35,17%) dan YouTube (23,76%) menunjukkan bahwa konsumsi informasi masyarakat Muslim berlangsung dalam ekosistem berbasis konten visual dan algoritmik. Kondisi ini mengindikasikan bahwa masyarakat semakin banyak berinteraksi dalam ruang komunikasi digital berbasis konten visual yang dimediasi oleh sistem rekomendasi

algoritmik. Perubahan tersebut menyediakan kondisi yang memungkinkan transformasi pola akses terhadap informasi keagamaan. Dari sisi intensitas penggunaan, mayoritas pengguna mengakses internet selama 4–6 jam per hari (35,75%), bahkan terdapat kelompok signifikan yang menggunakan internet lebih dari 7 jam per hari (21,13%). Tingginya durasi interaksi digital ini memperkuat paparan pengguna terhadap sistem distribusi informasi berbasis algoritma yang secara tidak langsung membentuk preferensi pengetahuan, termasuk dalam hal pemahaman keagamaan.

Selain itu, data menunjukkan bahwa tujuan penggunaan internet tidak hanya terbatas pada hiburan dan transaksi, tetapi juga mencakup pendidikan (7,60%) dan pencarian informasi (15,04%). Meskipun persentase pendidikan formal relatif lebih kecil, fakta bahwa pencarian informasi berada pada posisi signifikan menunjukkan bahwa ruang digital telah menjadi medium utama dalam proses belajar mandiri masyarakat, termasuk dalam aspek keagamaan.

Kondisi empiris tersebut memiliki implikasi langsung terhadap perubahan sosial dan budaya hukum masyarakat Muslim. Pertama, terjadi pergeseran dari pola pencarian pengetahuan keagamaan berbasis institusi menuju pola berbasis platform digital. Dalam konteks ini, otoritas keagamaan tidak lagi hanya diakses melalui lembaga formal seperti majelis ulama atau pesantren, tetapi juga melalui konten keagamaan berbasis platform yang direkomendasikan oleh algoritma platform.

Kedua, perkembangan platform digital mengindikasikan adanya perubahan dalam cara masyarakat mengakses dan mengevaluasi sumber-sumber otoritas hukum Islam. Dominasi platform seperti TikTok dan YouTube yang berbasis konten singkat dan visual menyebabkan validasi keagamaan tidak hanya ditentukan oleh kedalaman argumentasi hukum, tetapi juga oleh daya tarik penyampaian, jumlah interaksi (*engagement*), serta visibilitas konten dalam ruang digital. Dengan demikian, terjadi transformasi dari otoritas epistemik berbasis keilmuan menuju otoritas yang semakin dipengaruhi oleh visibilitas digital dan mekanisme algoritmik platform.

Ketiga, budaya hukum masyarakat Muslim mengalami percepatan dalam karakteristiknya. Akses terhadap informasi keagamaan yang cepat, instan, dan berbasis rekomendasi algoritmik mendorong terbentuknya budaya hukum yang lebih responsif, tetapi sekaligus berpotensi mengurangi proses verifikasi keilmuan yang mendalam. Hal ini menciptakan ruang baru bagi fragmentasi pemahaman hukum Islam di tingkat masyarakat.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Fadilla, dan Indriyani³⁰ yang menunjukkan adanya kecenderungan sebagian masyarakat Muslim memanfaatkan platform digital dan layanan berbasis kecerdasan buatan sebagai sumber rujukan keagamaan karena dianggap lebih cepat, mudah diakses, dan responsif dibandingkan mekanisme konsultasi konvensional. Fenomena ini mengindikasikan bahwa proses pencarian informasi keagamaan tidak lagi sepenuhnya berpusat pada lembaga keagamaan formal, tetapi mulai berlangsung melalui berbagai platform digital yang menyediakan akses informasi secara instan.

Kondisi tersebut diperkuat oleh perkembangan ekosistem media sosial yang memungkinkan berbagai aktor keagamaan, mulai dari lembaga fatwa, pendakwah digital, influencer Muslim, hingga platform berbasis kecerdasan buatan, hadir sebagai sumber rujukan yang dapat diakses secara bersamaan oleh masyarakat. Dalam situasi demikian, masyarakat tidak hanya berhadapan dengan otoritas keagamaan yang bersifat institusional, tetapi juga dengan berbagai bentuk otoritas yang memperoleh pengaruh melalui mekanisme distribusi informasi digital. Oleh karena itu, transformasi otoritas hukum Islam pada era media sosial lebih tepat dipahami sebagai pergeseran pola akses dan pembentukan kepercayaan terhadap sumber otoritas keagamaan daripada sebagai penggantian sepenuhnya otoritas institusional oleh otoritas digital.

Dengan demikian, data empiris APJII (2025) menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya mereorganisasi pola akses informasi keagamaan, tetapi juga mengindikasikan perubahan mendasar dalam struktur legal consciousness masyarakat Muslim. Dalam konteks ini, budaya hukum tidak lagi terbentuk semata melalui relasi vertikal antara otoritas keagamaan dan masyarakat, melainkan melalui konfigurasi interaksi yang semakin dipengaruhi oleh platform digital dan logika algoritmik. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pembentukan kesadaran hukum masyarakat Muslim kontemporer berlangsung dalam lingkungan sosial yang semakin terdigitalisasi.

Dari perspektif sosiologi hukum, perubahan tersebut mengindikasikan terjadinya transformasi *legal consciousness* masyarakat Muslim. Kesadaran hukum tidak lagi dibentuk terutama melalui hubungan hierarkis antara masyarakat dan otoritas keagamaan formal, melainkan melalui proses interaksi yang berlangsung secara berulang dalam ruang digital. Akibatnya, proses internalisasi norma hukum Islam menjadi semakin dipengaruhi oleh pola konsumsi informasi, algoritma rekomendasi, dan preferensi pengguna terhadap sumber-sumber keagamaan tertentu. Dengan demikian, perubahan

³⁰ Fadilla and Indriyani, "When Algorithms Shape Trust: The Capitalist Transformation of Digital Islamic Da'wah in Indonesia."

otoritas hukum Islam pada era media sosial bukan hanya persoalan teknologi komunikasi, tetapi juga menunjukkan perubahan mendasar dalam mekanisme pembentukan kesadaran hukum dan perilaku keberagamaan masyarakat Muslim kontemporer.

5. Model *Platform-Mediated Religious Authority*

Temuan penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya mengubah pola distribusi informasi keagamaan, tetapi juga mengubah mekanisme pembentukan otoritas hukum Islam dalam ruang publik. Hal ini menandai pergeseran konseptual dari *institution-centered authority* menuju *platform-mediated religious authority*, di mana legitimasi hukum tidak hanya ditopang oleh otoritas epistemik, tetapi juga oleh mekanisme visibilitas digital yang menentukan distribusi perhatian publik. Dalam konteks tersebut, penelitian ini menawarkan konsep *platform-mediated religious authority* sebagai model konseptual untuk menjelaskan pembentukan otoritas hukum Islam di era media sosial.

Berdasarkan keseluruhan analisis, penelitian ini menawarkan konsep *platform-mediated religious authority* sebagai model konseptual untuk menjelaskan pembentukan otoritas hukum Islam di era media sosial. Model ini berangkat dari temuan bahwa otoritas hukum Islam kontemporer tidak lagi sepenuhnya ditentukan oleh legitimasi institusional maupun oleh visibilitas algoritmik secara terpisah. Otoritas terbentuk melalui interaksi antara tiga unsur utama, yaitu legitimasi normatif yang dihasilkan melalui proses ijtihad, mekanisme distribusi digital yang dimediasi oleh platform, serta partisipasi pengguna yang menentukan tingkat penerimaan dan reproduksi otoritas dalam ruang publik digital.

Berbeda dengan model *institutional authority* yang menempatkan lembaga keagamaan sebagai pusat otoritas, maupun model *algorithmic authority* yang menekankan dominasi sistem rekomendasi digital, konsep *platform-mediated religious authority* memandang platform digital sebagai arena mediasi yang mempertemukan berbagai sumber legitimasi. Dalam model ini, otoritas hukum Islam tidak dipahami sebagai atribut yang dimiliki secara eksklusif oleh suatu institusi atau aktor tertentu, melainkan sebagai hasil interaksi dinamis antara otoritas keilmuan, infrastruktur teknologi, dan respons pengguna dalam ekosistem komunikasi digital.

Model tersebut menjelaskan bahwa keberhasilan suatu fatwa memperoleh pengaruh sosial pada era media sosial ditentukan tidak hanya oleh kualitas argumentasi hukum yang mendasarinya, tetapi juga oleh kemampuan fatwa tersebut beradaptasi dengan mekanisme distribusi informasi digital. Oleh karena itu, masa depan otoritas hukum Islam tidak bergantung pada pilihan antara mempertahankan otoritas institusional atau menerima

otoritas algoritmik, melainkan pada kemampuan mengintegrasikan keduanya dalam struktur komunikasi digital yang terus berkembang.

D. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan media sosial telah mendorong terjadinya rekonfigurasi otoritas hukum Islam dalam masyarakat Muslim kontemporer. Otoritas hukum Islam tidak lagi beroperasi secara eksklusif melalui struktur kelembagaan tradisional yang bertumpu pada ulama, pesantren, dan lembaga fatwa, tetapi berlangsung dalam ekosistem komunikasi digital yang dimediasi oleh platform media sosial. Perubahan tersebut tidak menghilangkan pentingnya legitimasi keilmuan dan ijtihad institusional sebagai dasar pembentukan hukum Islam, tetapi mengubah mekanisme distribusi dan penerimaan otoritas hukum di ruang publik.

Penelitian ini juga menemukan bahwa hubungan antara ijtihad institusional dan otoritas algoritmik lebih tepat dipahami sebagai hubungan koeksistensi yang saling memengaruhi daripada hubungan yang bersifat substitutif. Legitimasi normatif tetap bersumber dari proses ijtihad yang memenuhi standar metodologis hukum Islam, sedangkan legitimasi sosial semakin dipengaruhi oleh visibilitas digital yang dibentuk melalui sistem rekomendasi platform. Dalam konteks tersebut, algoritma tidak berfungsi sebagai produsen hukum Islam, tetapi sebagai mekanisme yang memengaruhi sirkulasi, jangkauan, dan tingkat penerimaan fatwa dalam ruang publik digital.

Dari perspektif sosiologi hukum, transformasi tersebut berimplikasi pada perubahan budaya hukum dan kesadaran hukum masyarakat Muslim. Akses yang semakin luas terhadap informasi keagamaan mendorong pluralisasi sumber otoritas, memperluas partisipasi publik, serta mengubah pola pembentukan kepercayaan terhadap sumber hukum Islam. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini menawarkan konsep *platform-mediated religious authority* sebagai model konseptual yang menjelaskan bahwa otoritas hukum Islam di era media sosial terbentuk melalui interaksi antara legitimasi normatif hasil ijtihad, mekanisme distribusi digital berbasis platform, dan partisipasi pengguna dalam ruang publik digital. Dengan demikian, transformasi otoritas hukum Islam pada era media sosial pada hakikatnya merupakan perubahan struktur legitimasi hukum yang memperlihatkan semakin eratnya hubungan antara hukum, teknologi, dan masyarakat dalam kehidupan Muslim kontemporer.

Referensi

- Amalia, Izza. "Authority Fragmentation in the Digital Age: A Social Network Analysis of Islamic Scholars and Influencers' Networks in Indonesia." *Jurnal Pendidikan Islam* 6, no. 1 (2026): 1–2.
- Atallah, S. "From Sanad to Algorithms: The Transformation of Islamic Authority in Contemporary Digital Spaces." *Al-Ghazali: Journal of Islamic Education and Studies* 9, no. 1 (2026).

- Bunt, Garry R. *Islamic Algorithms: Online Influence in the Muslim Metaverse*. Polity Press, 2024.
- Campbell, Heidi A, and Wendi Bellar. *Digital Religion: The Basics*. Routledge, 2022.
- Cotterrell, Roger. *Law, Culture and Society: Legal Ideas in the Mirror of Social Theory*. Routledge, 2021.
- Eickelman, Dale F, and Jon W Anderson. "New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere." Bloomington: Indiana University Press, 2003.
- Fadilla, Siti, and Putri Isma Indriyani. "When Algorithms Shape Trust: The Capitalist Transformation of Digital Islamic Da'wah in Indonesia." *Surau Journal of Islamic Studies* 1, no. 2 (2025): 86–103.
- Fakhrurroji, and Acep Muslim. *Media Sosial Dan Otoritas Keagamaan Di Indonesia*. Bandung: Lekkas, 2023.
- Friedman, Lawrence M. *The Legal System: A Social Science Perspective*. Quid Pro Books, 2019.
- Gillespie, Tarleton. "The Relevance of Algorithms." In *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society*, 167–94, 2014.
- Hallaq, Wael B. *An Introduction to Islamic Law*. Cambridge University Press, 2009.
- Hosen, Nadirsyah. "Online Fatwa in Indonesia: From Fatwa Shopping to Googling a Kiai." In *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*. ISEAS Publishing, 2008.
- Indonesia, Majelis Ulama. "MUI Report," 2025.
- Jaidi, Muhammad, A Hafiz Anshary AZ, and Muhammad Salis Ridwan. "Algorithmic Authority and Digital Fatwas: Reconfiguring Islamic Knowledge in Southeast Asia and Europe." *Indonesian Journal of Digital Islamic Studies (IJDIS)* 1, no. 1 (2025).
- Kamali, Mohammad Hashim. *Shari'ah Law: An Introduction*. Oxford: Oneworld, 2008.
- Nisa, Eva F. "Creative and Lucrative Da'wa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia." *Asiascape: Digital Asia* 5, no. 1–2 (2018): 68–99.
- Tarigan, Azhari Akmal. *Sejarah Sosial Hukum Islam: Dinamika Fikih Pada Abad Pertengahan*. Bandung: Cita Pustaka Media Perintis, 2013.
- Turner, Bryan S. *Religious Authority and the New Media*. Routledge, 2001.