

Dari Diagnosis Sosial ke Transformasi: Rekonstruksi Analisis Sosial untuk Dakwah di Masyarakat Algoritmik

Nanda Ayu Rizwatun Nimah, Ali Hasan Siswanto

¹ bimbingan dan konseling islam

² universitas Kiai Kaji Achmad Siddiq Jember

^{1*}nandaayu784@email.com²alihasan_siswanto@uinkhas.ac.id

Abstrak

Transformasi masyarakat menuju ekosistem digital-algoritmik telah mengubah ruang, aktor, otoritas, dan mekanisme produksi serta distribusi pesan dakwah. Perubahan tersebut menimbulkan persoalan akademik karena metode analisis sosial dalam studi dakwah masih cenderung berorientasi deskriptif dan diagnostik, terutama pada pemetaan karakteristik mad'u dan identifikasi masalah sosial. Pendekatan tersebut belum sepenuhnya menjelaskan keterkaitan antara struktur sosial, agency, relasi kuasa, serta mediasi platform dan algoritma dalam proses dakwah transformatif. Artikel ini bertujuan merekonstruksi analisis sosial sebagai fondasi metodologis dakwah transformatif di masyarakat algoritmik. Secara teoritis, artikel memadukan perspektif sosiologi dakwah, teori structure-agency, relasi kuasa, digital religion, dan platform society. Penelitian menggunakan metode **critical integrative literature review** melalui identifikasi, seleksi, kategorisasi, dan sintesis kritis terhadap literatur yang relevan. Argumen utama artikel menunjukkan bahwa analisis sosial dakwah perlu bergeser dari sekadar diagnosis kondisi masyarakat menuju pendekatan transformasional yang menghubungkan pemetaan sosial, diagnosis akar masalah, analisis aktor dan kuasa, mediasi algoritmik, intervensi dakwah, serta transformasi sosial. Kontribusi ilmiah artikel terletak pada rekonstruksi konseptual analisis sosial dakwah yang menempatkan struktur, agency, kuasa, dan algoritma sebagai unsur integral dalam menjelaskan mekanisme transformasi sosial melalui dakwah.

Kata Kunci: analisis sosial; dakwah transformatif; masyarakat algoritmik; relasi kuasa; agency; digital religion; transformasi sosial.

PENDAHULUAN

Perubahan struktur masyarakat pada dua dekade terakhir telah menggeser cara agama diproduksi, dimediasi, disebarkan, dan dinegosiasikan dalam ruang publik. Perkembangan internet, media sosial, perangkat seluler, dan platform digital tidak sekadar menyediakan saluran baru bagi komunikasi keagamaan, tetapi turut membentuk lingkungan sosial baru tempat otoritas, identitas, pengetahuan, dan praktik keagamaan dikonstruksi. Dalam konteks ini, dakwah tidak lagi berlangsung hanya melalui institusi keagamaan, masjid, pesantren, majelis taklim, atau pertemuan tatap muka, tetapi juga melalui YouTube, Instagram, TikTok, podcast, dan berbagai ruang digital yang memungkinkan produksi serta konsumsi pesan agama berlangsung secara simultan dan partisipatif. Evolvi menunjukkan bahwa agama digital tidak tepat dipahami sebagai pemindahan sederhana praktik keagamaan dari ruang offline ke ruang online, sebab keduanya semakin berkelindan dalam ruang yang termediasi dan bersifat hibrida.[1] Perspektif tersebut penting bagi studi dakwah karena masyarakat yang menjadi sasaran dakwah telah mengalami perubahan dari komunitas yang relatif teritorial menuju jaringan sosial yang bersifat cair, terhubung, dan berlapis. Perubahan ini semakin signifikan ketika digitalisasi dipahami sebagai proses sosio-teknis yang mencakup datafikasi, algoritmisasi, dan platformisasi, yang secara bersama-sama mengubah mekanisme produksi, seleksi, distribusi, dan visibilitas informasi.[2] Dalam masyarakat demikian, pesan dakwah tidak beredar dalam ruang yang netral. Visibilitas suatu pesan dipengaruhi oleh arsitektur platform, pola interaksi

pengguna, sistem rekomendasi, metrik keterlibatan, dan logika ekonomi perhatian. Akibatnya, dakwah berhadapan dengan realitas sosial yang jauh lebih kompleks dibandingkan konteks ketika metode analisis sosial dakwah terutama digunakan untuk memetakan karakteristik mad'u, kebutuhan masyarakat, struktur sosial, dan problem sosial secara konvensional. Bahkan, perkembangan masyarakat digital telah menghasilkan perubahan dalam konstruksi otoritas keagamaan. Penelitian mengenai hubungan agama, otoritas, dan media sosial memperlihatkan bahwa media digital dapat memengaruhi hubungan antara otoritas keagamaan, partisipasi sosial, dan tindakan kolektif.[3] Dalam konteks Indonesia, perkembangan tersebut mempunyai arti khusus karena Islam hidup dalam masyarakat yang plural, memiliki jaringan organisasi keagamaan yang kuat, serta mengalami penetrasi media sosial yang luas. Karena itu, perubahan ruang dakwah harus dibaca sebagai perubahan sosial-historis yang menyentuh bukan hanya teknik penyampaian pesan, melainkan juga struktur sosial tempat dakwah bekerja. Pertanyaan fundamentalnya kemudian bukan lagi sekadar bagaimana pesan dakwah dapat disampaikan secara efektif, tetapi bagaimana dakwah dapat memahami struktur masyarakat yang berubah, mengidentifikasi relasi kuasa yang membentuk persoalan sosial, serta menerjemahkan pemahaman tersebut menjadi proses transformasi sosial yang berkelanjutan.

Dalam lima tahun terakhir, *state of the art* kajian agama digital menunjukkan perkembangan yang semakin multidisipliner. Studi tentang *digital religion* telah bergerak dari pendekatan yang memandang internet sebagai ruang terpisah menuju pemahaman bahwa praktik keagamaan online dan offline saling berkelindan. Evolvi, misalnya, mengembangkan gagasan *hypermediated religious spaces* untuk menjelaskan bahwa pengalaman keagamaan kontemporer terbentuk melalui hubungan kompleks antara ruang material, ruang digital, teknologi, dan praktik sosial.[4] Perspektif ini kemudian diperkuat oleh kajian tentang digitalisasi agama yang melihat masyarakat jaringan sebagai lingkungan yang mengubah pengalaman religius dan membentuk bentuk-bentuk baru komunikasi keagamaan.[5] Pada saat yang sama, penelitian mengenai otoritas keagamaan menunjukkan bahwa legitimasi agama semakin dinegosiasikan melalui lingkungan digital. Astor, Khir-Allah, dan Martínez-Cuadros menunjukkan bahwa otoritas Islam digital tidak hanya dibangun oleh figur *influencer*, tetapi juga oleh situs, halaman media sosial, dan sumber keagamaan anonim yang memperoleh visibilitas dan pengaruh melalui mekanisme digital.[6] Temuan tersebut penting karena menunjukkan bahwa perubahan otoritas tidak dapat dijelaskan hanya melalui oposisi sederhana antara ulama tradisional dan pendakwah digital. Otoritas merupakan hasil interaksi antara kredensial keilmuan, identitas, jaringan sosial, popularitas, karakter platform, dan pola konsumsi pengguna. Perkembangan kajian tentang algoritma juga memperluas medan analisis tersebut. Sierocki, misalnya, menunjukkan bahwa algoritma dalam komunikasi keagamaan tidak hanya merupakan perangkat teknis, tetapi juga memperoleh makna sosial dan epistemik dalam cara aktor agama memahami distribusi dan visibilitas pesan.[7] Bahkan penelitian di bidang *New Media & Society* mengenai *algorithmic conspirativity* memperlihatkan bahwa pengguna dapat memaknai sistem algoritmik sebagai mekanisme yang secara personal memilih dan menyampaikan pesan tertentu kepada mereka, menunjukkan bahwa algoritma dapat masuk ke dalam proses pembentukan persepsi, makna, dan perilaku.[8] Dengan demikian, literatur mutakhir telah menghasilkan tiga perkembangan penting. Pertama, agama dipahami sebagai praktik yang semakin termediasi dan hibrida. Kedua, otoritas keagamaan dipahami sebagai sesuatu yang dinegosiasikan melalui jaringan sosial dan platform. Ketiga, algoritma mulai diperlakukan sebagai bagian dari kondisi struktural yang memengaruhi visibilitas dan sirkulasi pesan. Namun, perkembangan tersebut masih lebih banyak ditemukan dalam kajian *digital religion*, otoritas keagamaan, komunikasi agama, dan media studies secara terpisah. Sementara itu, studi mengenai metode analisis sosial untuk dakwah belum sepenuhnya mengintegrasikan temuan-temuan tersebut ke dalam suatu kerangka teoritis yang menjelaskan bagaimana dakwah membaca struktur sosial sekaligus melakukan transformasi terhadapnya. Dengan kata lain, *state of the art* telah berhasil menjelaskan bagaimana teknologi mengubah ruang dan otoritas agama, tetapi belum memadai dalam menjelaskan bagaimana pengetahuan tentang perubahan tersebut dapat dikonstruksi menjadi metode analisis sosial bagi dakwah transformatif.

Celah penelitian tersebut menghasilkan persoalan teoritis yang lebih mendasar. Sebagian pendekatan analisis sosial dalam dakwah masih cenderung menempatkan masyarakat sebagai objek diagnosis: masyarakat dipetakan berdasarkan karakteristik sosialnya, persoalan diidentifikasi, kebutuhan mad'u ditentukan, kemudian strategi komunikasi dirancang. Model demikian tetap memiliki relevansi, tetapi menjadi

problematis ketika struktur sosial yang hendak dianalisis sendiri telah mengalami digitalisasi, platformisasi, dan algoritmisasi. Dalam masyarakat algoritmik, masalah sosial tidak hanya muncul dari institusi dan relasi sosial konvensional, tetapi juga dari mekanisme distribusi perhatian, visibilitas digital, pembentukan jejaring, *filtering*, dan pengurutan informasi. Karena itu, menganalisis masyarakat tanpa menganalisis infrastruktur digital yang ikut membentuk masyarakat berarti mengabaikan sebagian struktur yang memproduksi realitas sosial kontemporer. Demikian pula, menganalisis dakwah hanya berdasarkan efektivitas pesan, jumlah *views*, *likes*, komentar, atau tingkat *engagement* berisiko menyempitkan makna keberhasilan dakwah menjadi keberhasilan komunikasi. Padahal, dakwah transformatif semestinya tidak berhenti pada perubahan pengetahuan atau sikap individual, tetapi berkaitan dengan kemampuan masyarakat memahami akar persoalan, membangun kesadaran kritis, memperkuat *agency*, dan mengubah relasi sosial yang tidak adil. Di sinilah terdapat *research gap* yang hendak diisi artikel ini: belum tersedia kerangka analisis sosial dakwah yang secara sistematis menghubungkan **struktur sosial, agency, relasi kuasa, mediasi algoritmik, dan transformasi sosial** dalam satu konstruksi teoritis. Literatur mengenai agama digital telah memperlihatkan pentingnya mediasi teknologi; literatur tentang otoritas telah menunjukkan perubahan sumber legitimasi; sementara literatur tentang algoritma telah memperlihatkan bagaimana visibilitas dan distribusi informasi dikondisikan oleh sistem platform. Akan tetapi, ketiga perkembangan tersebut belum secara memadai diterjemahkan ke dalam pertanyaan metodologis dakwah: bagaimana hasil diagnosis terhadap struktur, aktor, kuasa, dan algoritma dapat menentukan bentuk intervensi dakwah; melalui mekanisme apa intervensi tersebut dapat meningkatkan *agency* masyarakat; dan bagaimana perubahan tersebut dapat dipahami sebagai transformasi sosial. Kesenjangan ini menjadi semakin penting karena masyarakat digital tidak hanya menghasilkan diversifikasi akses terhadap pengetahuan agama, tetapi juga memperluas arena kontestasi makna dan legitimasi. Studi tentang otoritas Islam digital menunjukkan bahwa visibilitas dan pengaruh dapat diperoleh melalui mekanisme yang berbeda dari legitimasi keilmuan konvensional.[9] Oleh sebab itu, analisis sosial dakwah perlu bergerak dari pertanyaan “siapa mad'u dan apa kebutuhannya?” menuju pertanyaan yang lebih kritis: **struktur apa yang membentuk persoalan sosial, aktor mana yang memiliki agency, bagaimana kuasa bekerja, bagaimana platform mengatur visibilitas, dan ruang transformasi apa yang dapat dibangun melalui dakwah?** Rumusan masalah artikel ini dengan demikian adalah: **bagaimana metode analisis sosial dapat direkonstruksi agar mampu menjelaskan hubungan antara struktur sosial, agency, relasi kuasa, mediasi algoritmik, dan transformasi sosial dalam praktik dakwah transformatif?** Pertanyaan tersebut sekaligus menggeser posisi analisis sosial dari instrumen pendahuluan bagi perencanaan dakwah menjadi basis epistemologis bagi dakwah yang berorientasi pada perubahan sosial.

Artikel ini berargumen bahwa **analisis sosial untuk dakwah perlu direkonstruksi dari model diagnostik-deskriptif menuju model transformasional yang menghubungkan diagnosis sosial dengan intervensi dan perubahan struktur sosial**. Tesis utama tersebut dibangun atas asumsi bahwa dakwah transformatif tidak dapat dipisahkan dari konteks struktur sosial yang melahirkan persoalan masyarakat, *agency* aktor yang mengalami dan merespons persoalan tersebut, relasi kuasa yang menentukan produksi pengetahuan dan legitimasi, serta infrastruktur algoritmik yang mengatur sirkulasi dan visibilitas pesan di ruang digital. Dengan kerangka tersebut, analisis sosial tidak berhenti pada *social mapping*, tetapi bergerak melalui rangkaian **social diagnosis, actor-agency analysis, power analysis, algorithmic mediation analysis, transformative intervention, dan social transformation**. Kontribusi teoretis artikel ini terletak pada tiga aspek. Pertama, artikel memperluas konsepsi analisis sosial dalam studi dakwah dengan memasukkan algoritma dan platform sebagai bagian dari struktur sosial yang perlu dianalisis, bukan sekadar sebagai media komunikasi. Kedua, artikel menghubungkan perspektif *structure-agency* dan relasi kuasa dengan kajian *digital religion* sehingga perubahan otoritas dan praktik dakwah dapat dibaca sebagai proses sosial yang melibatkan manusia sekaligus infrastruktur teknologi. Ketiga, artikel menawarkan pergeseran indikator keberhasilan dakwah dari sekadar jangkauan pesan dan keterlibatan audiens menuju kemampuan dakwah menghasilkan kesadaran kritis, penguatan *agency*, partisipasi, pemberdayaan, dan transformasi sosial. Kebaruan artikel dengan demikian bukan semata-mata menawarkan daftar dimensi baru dalam analisis sosial dakwah, melainkan mengusulkan **mekanisme teoritis** yang menjelaskan bagaimana hasil analisis sosial diterjemahkan menjadi intervensi dakwah dan bagaimana intervensi tersebut berpotensi menghasilkan

transformasi. Argumentasi ini sekaligus memperluas kajian sosiologi dakwah dari orientasi komunikasi menuju orientasi *praxis*: dakwah dipahami sebagai proses interpretasi kritis terhadap realitas sosial sekaligus tindakan yang diarahkan untuk mengubah realitas tersebut. Dengan demikian, artikel ini menempatkan analisis sosial sebagai jembatan epistemologis antara pemahaman terhadap masyarakat dan praksis transformasi sosial. Posisi tersebut penting bagi pengembangan Studi Islam karena memungkinkan nilai-nilai normatif Islam tidak berhenti pada formulasi moral, tetapi diterjemahkan melalui pembacaan struktur sosial, relasi kuasa, dan kondisi digital ke dalam agenda pemberdayaan masyarakat. Dalam konteks masyarakat algoritmik, rekonstruksi tersebut menjadi semakin relevan karena transformasi sosial tidak hanya berlangsung di antara manusia dan institusi, tetapi juga melalui sistem teknologi yang mengatur bagaimana realitas sosial dilihat, diprioritaskan, dan diperdebatkan. Dengan demikian, kontribusi utama artikel ini adalah menawarkan fondasi konseptual bagi **analisis sosial transformatif dalam dakwah** yang mampu mempertemukan dimensi normatif Islam, struktur sosial, agency, kuasa, teknologi digital, dan orientasi perubahan sosial dalam satu kerangka teoritis yang koheren.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-konseptual dengan desain **critical integrative literature review** untuk merekonstruksi metode analisis sosial bagi dakwah transformatif dalam konteks masyarakat digital-algoritmik. Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian bukan mengukur hubungan antarvariabel secara statistik atau mendeskripsikan satu komunitas dakwah tertentu, melainkan mengembangkan sintesis teoritis dari berbagai tradisi keilmuan yang relevan. Dalam studi agama digital, perkembangan metodologis menunjukkan pergeseran dari penelitian yang semata-mata mendeskripsikan praktik keagamaan online menuju pendekatan yang lebih integratif, yang memperhatikan hubungan antara teknologi, budaya, struktur sosial, praktik keagamaan, dan pengalaman pengguna.[1] Karena itu, *critical integrative literature review* dipandang lebih sesuai daripada *systematic literature review* yang hanya berorientasi pada pemetaan hasil penelitian. Metode ini memungkinkan peneliti tidak hanya mengidentifikasi temuan terdahulu, tetapi juga membandingkan asumsi epistemologis, konsep, unit analisis, dan keterbatasan berbagai pendekatan untuk kemudian membangun proposisi teoritis baru. Secara metodologis, proses penelitian diarahkan pada lima aktivitas utama, yaitu identifikasi masalah konseptual, penelusuran literatur, seleksi dan evaluasi sumber, analisis tematik-kritis, dan sintesis konseptual. Pilihan tersebut sejalan dengan pandangan Wilson dan Anagnostopoulos bahwa penelitian berbasis tinjauan kualitatif membutuhkan kejelasan tujuan, kriteria kualitas, konteks penelitian, proses sintesis, dan reflektivitas peneliti.[2] Dengan demikian, literatur dalam penelitian ini tidak ditempatkan sebagai pelengkap argumentasi, tetapi sebagai **data konseptual** yang memungkinkan peneliti membangun hubungan antara teori sosiologi klasik, teori agama digital, studi platform, dan konsep dakwah transformatif. Orientasi metodologis tersebut sekaligus memungkinkan penelitian mempertahankan karakter interdisipliner Studi Islam tanpa kehilangan ketelitian analitis yang dibutuhkan dalam penelitian sosial kontemporer.

Sumber data penelitian terdiri atas **empat kelompok korpus utama**, yaitu sumber normatif Islam, karya intelektual Islam klasik dan kontemporer, literatur teori sosial, serta artikel ilmiah mutakhir mengenai dakwah dan agama digital. Sumber normatif Islam meliputi Al-Qur'an dan hadis yang digunakan untuk mengidentifikasi prinsip-prinsip normatif mengenai perubahan sosial, keadilan, kemaslahatan, pemberdayaan, amar ma'ruf, dan tanggung jawab sosial. Ayat-ayat yang berkaitan dengan perubahan masyarakat, misalnya QS. al-Ra'd [13]: 11, serta prinsip keadilan sosial dalam QS. al-Nahl [16]: 90, diperlakukan sebagai **sumber normatif-konseptual**, bukan sebagai data empiris mengenai perilaku masyarakat. Hadis digunakan secara selektif dengan memperhatikan validitas dan konteks penggunaannya. Korpus kedua berupa kitab klasik dan karya pemikiran Islam yang relevan dengan hubungan agama dan perubahan sosial, seperti karya al-Ghazali, Ibn Khaldun, dan pemikir Muslim kontemporer mengenai dakwah, masyarakat, dan kemaslahatan. Korpus ketiga terdiri atas karya pemikir sosial seperti Max Weber, Pierre Bourdieu, Michel Foucault, Manuel Castells, serta pemikir kontemporer dalam bidang *digital religion*, *mediatization*, dan *platform society*. Korpus keempat merupakan artikel jurnal bereputasi yang diterbitkan

terutama pada periode 2021–2026 dan diperoleh melalui penelusuran basis data akademik seperti Scopus, Web of Science, ScienceDirect, SpringerLink, Wiley, Taylor & Francis, dan penerbit akademik lain yang relevan. Penelusuran diarahkan pada kombinasi kata kunci seperti **“social analysis,” “transformative da’wah,” “Islamic da’wah,” “digital religion,” “religious authority,” “algorithmic mediation,” “platform society,” “religious mediatization,” “social transformation,”** dan **“Islam and digital technology.”** Pemilihan periode mutakhir dimaksudkan untuk memastikan bahwa rekonstruksi teori tidak hanya bertumpu pada konsep klasik, tetapi juga merespons perubahan sosial-teknologis terbaru. Studi bibliometrik mengenai hubungan Islam dan teknologi digital menunjukkan bahwa publikasi mengenai bidang tersebut meningkat dan semakin berorientasi pada platform digital, ekspresi keagamaan, serta pembentukan komunitas.[3] Dengan demikian, sumber data dipilih secara purposif berdasarkan relevansi teoritis, kualitas akademik, kontribusi konseptual, dan keterkaitannya dengan pertanyaan penelitian.

Proses pengumpulan dan pengolahan data dilakukan secara bertahap melalui **literature identification, screening, extraction, coding, comparison, dan synthesis**. Pada tahap pertama, seluruh sumber yang relevan diidentifikasi berdasarkan kata kunci dan hubungan langsung dengan fokus penelitian. Pada tahap kedua, dilakukan *screening* dengan mempertimbangkan judul, abstrak, kata kunci, tahun publikasi, reputasi penerbit, dan relevansi teoritis. Artikel yang hanya membahas penggunaan media sosial sebagai instrumen komunikasi tanpa memberikan kontribusi terhadap pemahaman struktur sosial, otoritas, agency, kuasa, atau transformasi tidak dijadikan sumber utama. Pada tahap ketiga, informasi dari setiap sumber diekstraksi ke dalam matriks analisis yang mencakup **konsep utama, asumsi teoritis, objek kajian, metode yang digunakan, temuan, keterbatasan, serta relevansinya terhadap analisis sosial dakwah**. Selanjutnya, data dikodekan secara tematik ke dalam kategori: **struktur sosial, agency, otoritas, kapital, relasi kuasa, wacana, jaringan, mediatization, platformisasi, algoritma, dakwah, pemberdayaan, dan transformasi sosial**. Strategi ini memungkinkan penelitian menghindari praktik *literature review* yang sekadar menyusun ringkasan penelitian sebelumnya. Literatur diperlakukan sebagai arena dialog teoritis, sehingga konsep dari satu tradisi dibandingkan dengan konsep dari tradisi lain untuk menemukan titik temu, kontradiksi, dan kekosongan konseptual. Pendekatan semacam ini relevan dengan perkembangan penelitian *digital religion* yang menunjukkan bahwa bidang tersebut semakin multidisipliner dan menggunakan beragam strategi metodologis untuk memahami hubungan agama dan teknologi.[4] Bahkan kajian metodologis mutakhir mengenai *digital religion* menunjukkan bahwa penelitian kontemporer bergerak menuju pendekatan yang lebih integratif karena batas antara ruang online dan offline semakin sulit dipisahkan.[5] Dalam penelitian ini, proses *coding* juga digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antarkonsep, bukan hanya frekuensi kemunculan tema. Misalnya, konsep *agency* tidak hanya dicatat sebagai kategori individual, tetapi dianalisis hubungannya dengan struktur sosial dan relasi kuasa; demikian pula algoritma tidak dipahami sekadar teknologi, tetapi dianalisis sebagai bagian dari kondisi struktural yang memengaruhi visibilitas dan distribusi pesan dakwah. Dengan cara tersebut, teknik analisis diarahkan dari **thematic categorization** menuju **theoretical integration**.

Analisis data menggunakan kombinasi **analisis isi kualitatif, analisis tematik, analisis komparatif-konseptual, dan sintesis kritis**. Analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi gagasan utama yang muncul dalam Al-Qur’an, hadis, karya intelektual Islam, serta literatur akademik. Analisis tematik kemudian digunakan untuk menemukan pola konseptual lintas sumber, khususnya mengenai struktur sosial, agency, kuasa, otoritas keagamaan, teknologi, dan transformasi sosial. Selanjutnya, analisis komparatif-konseptual dilakukan dengan mempertemukan teori-teori yang memiliki asumsi berbeda. Weber digunakan untuk membaca legitimasi dan otoritas; Bourdieu untuk memahami *field, capital, dan symbolic power*; Foucault untuk menganalisis relasi pengetahuan, wacana, dan kuasa; Castells untuk menjelaskan masyarakat jaringan; Campbell untuk memahami *digital religion*; sedangkan Hjarvard digunakan untuk menjelaskan *mediatization of religion*. Dialog antara teori tersebut kemudian dibandingkan dengan literatur empiris dan konseptual terbaru tentang Islam dan teknologi digital. Campbell menegaskan bahwa *digital religion* harus dipahami sebagai kajian mengenai bagaimana teknologi dan ruang digital berinteraksi dengan praktik keagamaan, identitas, komunitas, dan otoritas, bukan hanya sebagai pemindahan agama ke internet.[6] Temuan tersebut menjadi penting bagi penelitian ini karena memberikan dasar untuk memasukkan lingkungan digital sebagai bagian dari konteks sosial dakwah. Di sisi lain, kajian mutakhir tentang

metodologi *digital religion* menunjukkan pentingnya pendekatan yang mampu menghubungkan metode digital dengan konteks sosial dan budaya yang lebih luas.[7] Berdasarkan proses tersebut, penelitian melakukan **abductive theoretical synthesis**, yaitu bergerak secara iteratif antara konsep teoritis dan persoalan penelitian untuk menghasilkan formulasi konseptual yang paling mampu menjelaskan fenomena. Sintesis tidak dilakukan dengan memilih satu teori sebagai teori yang paling benar, tetapi dengan menentukan fungsi analitis masing-masing teori dan menghubungkannya dalam sebuah kerangka yang koheren. Hasil akhirnya berupa model konseptual yang menghubungkan **social mapping → social diagnosis → actor/agency analysis → power analysis → algorithmic mediation → transformative intervention → social transformation**. Model tersebut kemudian diuji secara konseptual melalui konsistensi internal, kesesuaian dengan literatur, kemampuan menjelaskan *research gap*, serta relevansinya terhadap tujuan dakwah transformatif. Dengan demikian, hasil analisis bukan berupa generalisasi statistik, melainkan **proposisi teoritis** yang dapat menjadi dasar penelitian empiris selanjutnya.

Metode *critical integrative literature review* dipilih secara akademik karena penelitian ini menghadapi persoalan yang bersifat **epistemologis dan teoritis**, bukan semata-mata empiris. Pertanyaan penelitian tidak diarahkan untuk mengetahui berapa banyak orang yang menggunakan media sosial untuk dakwah, platform mana yang paling populer, atau seberapa besar engagement suatu konten, melainkan untuk menjelaskan bagaimana analisis sosial dakwah dapat direkonstruksi ketika masyarakat mengalami perubahan struktural akibat digitalisasi, platformisasi, dan algoritmisasi. Pendekatan literatur integratif memungkinkan penelitian mempertemukan sumber normatif Islam dengan teori sosial dan temuan penelitian kontemporer tanpa mereduksi salah satunya. Hal ini penting bagi Studi Islam karena rekonstruksi metode dakwah tidak cukup dibangun dari teori komunikasi modern saja, tetapi juga membutuhkan orientasi normatif yang bersumber dari tradisi keislaman. Pada saat yang sama, sumber normatif tidak dapat digunakan secara langsung untuk menjelaskan mekanisme sosial kontemporer tanpa dialog dengan teori sosiologi dan studi digital. Karena itu, posisi metodologis penelitian ini adalah **interdisipliner-kritis**: sumber Islam menyediakan orientasi normatif, teori sosial menyediakan perangkat eksplanatif, sedangkan literatur digital menyediakan konteks perubahan sosial-teknologis. Pilihan ini memiliki dasar kuat dalam perkembangan penelitian agama digital. Campbell menunjukkan bahwa studi *digital religion* telah berkembang menjadi bidang interdisipliner yang memerlukan kombinasi perspektif teoritis dan metodologis untuk memahami agama dalam lingkungan media hibrida.[8] Kajian terbaru mengenai pemetaan metodologi *digital religion* juga memperlihatkan penggunaan *systematic literature review* dan analisis tematik untuk mengidentifikasi perkembangan teori dan metode di bidang tersebut.[9] Penelitian ini mengambil langkah berbeda dengan menggunakan *critical integrative review*, sebab tujuan utamanya bukan hanya memetakan apa yang telah diteliti, tetapi **mengonstruksi hubungan teoritis baru dari hasil dialog antartradisi keilmuan**. Validitas konseptual dijaga melalui *source triangulation*, yaitu membandingkan sumber normatif Islam, karya pemikir klasik, teori sosial kontemporer, dan temuan jurnal mutakhir; *theoretical triangulation*, yaitu menggunakan lebih dari satu perspektif teoritis; serta *reflexive analysis*, yaitu mempertimbangkan posisi dan asumsi peneliti dalam proses sintesis. Dengan demikian, metode ini memungkinkan artikel menghasilkan kontribusi yang tidak berhenti pada kesimpulan bahwa teknologi telah mengubah dakwah, tetapi menjelaskan **bagaimana perubahan struktur sosial, agency, kuasa, dan mediasi algoritmik harus diterjemahkan ke dalam metode analisis sosial yang berorientasi pada transformasi**. Oleh karena itu, keluaran metodologis penelitian berupa rekonstruksi konseptual dan proposisi teoritis, sementara pengujian empiris terhadap model tersebut dapat menjadi agenda penelitian lanjutan melalui wawancara mendalam, etnografi digital, *digital trace analysis*, *focus group discussion*, atau studi kasus komunitas dakwah tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saling meniadakan, tetapi sebagai bentuk intervensi yang dapat dipilih berdasarkan diagnosis. perspektif ini memperluas pengertian efektivitas dakwah. Efektivitas tidak hanya berarti kemampuan pesan menghasilkan perubahan sikap individual, tetapi juga kemampuan intervensi memperluas agensi masyarakat

dan mengubah kondisi yang menyebabkan persoalan. Kajian mutakhir tentang dakwah transformatif di Indonesia menunjukkan pentingnya dimensi pemberdayaan dan kelembagaan dalam memperluas dampak dakwah pada bidang sosial-ekonomi dan pendidikan.⁸ Dengan demikian, intervensi dakwah harus memiliki orientasi *problem-solving* sekaligus *capacity-building*. Masyarakat tidak hanya dibantu menyelesaikan masalah tertentu, tetapi diperkuat agar memiliki kemampuan mengidentifikasi masalah berikutnya, membangun jaringan, mengambil keputusan, dan mempertahankan perubahan. Inilah titik yang membedakan dakwah transformatif dari dakwah yang hanya bersifat responsif: orientasinya bukan sekadar mengurangi gejala, tetapi membangun kapasitas subjek sosial untuk memproduksi perubahan secara berkelanjutan.

Konsekuensi lebih lanjut dari kerangka tersebut adalah perlunya **mengukur transformasi secara multidimensional**, karena perubahan sosial tidak dapat direduksi menjadi indikator komunikasi. Model yang diajukan dalam artikel ini karena itu menghubungkan tujuh tahapan: **social mapping → social diagnosis → actor/agency analysis → power analysis → algorithmic mediation → transformative intervention → social transformation**. Rangkaian tersebut bukan urutan mekanis yang selalu linear, melainkan siklus reflektif. Hasil intervensi dapat menghasilkan informasi baru yang mengharuskan pemetaan sosial diperbarui; perubahan aktor dapat mengubah relasi kuasa; perubahan algoritma Analisis sosial dalam dakwah transformatif perlu ditempatkan bukan sebagai tahap pendahuluan yang hanya berfungsi mengumpulkan informasi mengenai kondisi mad'u, melainkan sebagai perangkat epistemologis untuk memahami bagaimana realitas sosial dibentuk, dipertahankan, diperdebatkan, dan dapat diubah. Titik berangkatnya adalah asumsi bahwa realitas masyarakat tidak pernah bersifat netral dan statis. Ia merupakan hasil interaksi antara struktur sosial, tindakan aktor, distribusi sumber daya, relasi kuasa, konstruksi pengetahuan, serta kondisi material yang memungkinkan sebagian kelompok memiliki kemampuan lebih besar untuk menentukan apa yang dianggap penting, benar, dan layak didengar. Dalam konteks masyarakat digital, kompleksitas tersebut semakin meningkat karena ruang sosial keagamaan tidak hanya dibentuk oleh institusi, komunitas, dan interaksi tatap muka, tetapi juga oleh infrastruktur platform, logika algoritmik, metrik keterlibatan, dan mekanisme visibilitas. Evolvi menunjukkan bahwa praktik keagamaan digital tidak tepat dipahami sebagai ruang virtual yang terpisah dari kehidupan nyata, sebab praktik online dan offline saling berkelindan melalui ruang keagamaan yang termediasi secara kompleks.¹ Dengan demikian, analisis sosial untuk dakwah harus bergeser dari pertanyaan sederhana “apa masalah masyarakat?” menuju pertanyaan yang lebih kritis: bagaimana masalah tersebut diproduksi, siapa yang memperoleh manfaat dari struktur yang ada, siapa yang dirugikan, aktor mana yang mempunyai kapasitas untuk mengubah keadaan, serta bagaimana teknologi ikut menentukan distribusi perhatian dan otoritas? Pergeseran tersebut penting karena dakwah transformatif pada hakikatnya tidak hanya bertujuan mengubah pengetahuan atau sikap individual, tetapi juga mengembangkan kapasitas masyarakat untuk memahami struktur kehidupannya dan bertindak sebagai subjek perubahan. Pandangan ini sejalan dengan kajian mutakhir mengenai dakwah transformatif di Indonesia yang mengkritik reduksi dakwah pada aktivitas tabligh semata dan menekankan dimensi irsyad, tadbir, tathwir, serta tamkin sebagai bagian dari proses perubahan sosial.² Oleh karena itu, analisis sosial harus dipahami sebagai jembatan antara pengetahuan mengenai realitas dan praksis perubahan; tanpa jembatan tersebut, dakwah berisiko menghasilkan respons moral terhadap gejala sosial tanpa menyentuh mekanisme struktural yang memproduksi gejala tersebut.

Implikasi pertama dari kerangka tersebut adalah perlunya membedakan antara **gejala sosial, masalah sosial, dan akar struktural masalah**. Dalam praktik dakwah, fenomena seperti rendahnya literasi keagamaan, konflik antarkelompok, kemiskinan, intoleransi, marginalisasi, atau kecenderungan masyarakat mengikuti tokoh agama tertentu sering kali langsung dibaca sebagai masalah yang membutuhkan penyampaian pesan keagamaan. Padahal, gejala yang tampak pada permukaan belum tentu menunjukkan sebab yang sesungguhnya. Misalnya, rendahnya literasi keagamaan tidak hanya dapat disebabkan oleh kurangnya pengetahuan agama, tetapi juga oleh perubahan pola konsumsi informasi, keterbatasan akses terhadap sumber otoritatif, fragmentasi ruang publik, serta dominasi konten yang dirancang untuk memperoleh perhatian secara cepat. Dalam perspektif analisis sosial kritis, pertanyaan mengenai “mengapa” harus ditempatkan setelah pemetaan mengenai “apa”, sehingga diagnosis tidak berhenti pada kategorisasi fenomena. Al-Qur'an sendiri menyediakan dasar epistemologis bagi sikap kritis terhadap informasi melalui QS. al-Hujurat [49]: 6: يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Prinsip *tabayyun* dalam ayat tersebut tidak sekadar relevan sebagai etika menerima berita, tetapi dapat dibaca sebagai prinsip metodologis dalam dakwah: informasi sosial harus diverifikasi, konteksnya diperiksa, sumbernya ditelusuri, dan dampaknya terhadap kelompok sosial dipertimbangkan sebelum tindakan dilakukan. Dengan demikian, analisis sosial dakwah harus menghasilkan diagnosis yang mampu membedakan antara persoalan yang tampak dan mekanisme yang mendasarinya. Dalam masyarakat digital, kebutuhan ini semakin mendesak karena lingkungan informasi memungkinkan pesan agama bergerak secara cepat, berulang, dan terfragmentasi. Campbell menunjukkan bahwa studi agama digital telah berkembang dari perhatian awal terhadap penggunaan internet menuju kajian yang lebih kompleks mengenai hubungan agama, teknologi, komunitas, identitas, dan praktik sosial.³ Artinya, *mad'u* tidak lagi tepat diposisikan sebagai penerima pesan yang homogen. Ia merupakan subjek yang berada dalam lingkungan informasi yang berbeda-beda, memiliki pengalaman sosial yang beragam, dan menafsirkan pesan berdasarkan jaringan sosial serta pengalaman digitalnya. Diagnosis sosial yang baik karena itu bukan sekadar menghasilkan daftar kebutuhan *mad'u*, tetapi menjelaskan hubungan kausal dan struktural antara kondisi sosial, produksi pengetahuan, pola komunikasi, dan kapasitas bertindak.

Tahap berikutnya adalah **analisis aktor dan agensi**, karena transformasi sosial tidak berlangsung secara otomatis setelah suatu masalah berhasil diidentifikasi. Setiap persoalan sosial melibatkan aktor yang memiliki kepentingan, sumber daya, strategi, dan kapasitas tindakan yang berbeda. Dalam kerangka Weberian, tindakan sosial harus dipahami melalui makna yang diberikan aktor terhadap tindakannya, sedangkan dalam perspektif Bourdieu, posisi aktor tidak dapat dilepaskan dari kepemilikan berbagai bentuk modal dan posisinya dalam suatu arena. Karena itu, dalam dakwah transformatif, masyarakat tidak seharusnya diposisikan semata sebagai “objek dakwah” atau *mad'u* yang memiliki kekurangan dan perlu diperbaiki oleh *da'i*. Relasi tersebut perlu direkonstruksi menjadi hubungan yang lebih dialogis, di mana masyarakat dipahami sebagai subjek yang memiliki pengetahuan lokal, pengalaman hidup, jaringan sosial, dan kapasitas untuk memproduksi perubahan. Hal ini mempunyai konsekuensi metodologis yang signifikan: analisis sosial perlu memetakan bukan hanya kelompok yang mengalami masalah, tetapi juga kelompok yang memiliki sumber daya, institusi, jaringan, otoritas, serta kemampuan untuk memengaruhi keputusan sosial. Dalam konteks digital, aktor tersebut semakin beragam. Selain ulama, dai, organisasi keagamaan, lembaga pendidikan, dan komunitas lokal, terdapat influencer, kreator konten, pengelola platform, moderator, administrator komunitas, bahkan pengguna anonim yang dapat memproduksi dan mendistribusikan pengetahuan keagamaan. Studi mengenai otoritas Islam digital menunjukkan bahwa otoritas keagamaan tidak hanya dibangun melalui identitas personal tokoh, tetapi juga dapat muncul melalui laman, kanal, dan jaringan digital yang memperoleh popularitas serta pengaruh tanpa selalu bergantung pada figur individual.⁴ Temuan tersebut menunjukkan bahwa konsep agensi dalam dakwah perlu diperluas. Agensi tidak lagi hanya berarti kemampuan seorang dai untuk menyampaikan pesan, tetapi mencakup kemampuan berbagai aktor untuk memproduksi, memilih, menyebarkan, menafsirkan, menolak, dan mengubah pesan keagamaan. Dalam kerangka ini, keberhasilan dakwah transformatif tidak dapat diukur hanya dari seberapa banyak pesan diterima audiens, melainkan dari sejauh mana masyarakat memperoleh kapasitas untuk memahami persoalan, membangun solidaritas, mengambil keputusan, dan melakukan tindakan kolektif.

Analisis aktor kemudian harus dilanjutkan menjadi **analisis relasi kuasa**, sebab keberadaan banyak aktor tidak berarti bahwa semua aktor memiliki posisi yang setara. Di sinilah analisis sosial dakwah perlu melampaui pendekatan fungsional yang melihat masyarakat sebagai sistem yang secara relatif harmonis. Realitas sosial juga mengandung kontestasi mengenai siapa yang berhak berbicara, siapa yang dianggap memiliki pengetahuan yang sah, siapa yang memperoleh akses terhadap sumber daya, serta siapa yang dapat menentukan agenda publik. Foucault membantu memperjelas bahwa kekuasaan bekerja bukan hanya melalui larangan atau dominasi langsung, tetapi juga melalui produksi pengetahuan, normalisasi, klasifikasi, dan pembentukan rezim kebenaran. Dalam konteks dakwah, pertanyaan penting bukan hanya “apa isi pesan agama?”, tetapi juga “siapa yang memiliki otoritas untuk menyampaikan pesan tersebut, melalui institusi apa, dengan legitimasi apa, kepada audiens mana, dan melalui mekanisme distribusi seperti apa?” Pertanyaan ini menjadi semakin penting ketika otoritas keagamaan mengalami perubahan akibat media digital. Penelitian Astor, Khir-Allah, dan Martínez-Cuadros memperlihatkan bahwa otoritas Islam digital tidak selalu bergantung pada figur personal; anonimitas dan bentuk-bentuk kehadiran digital tertentu dapat menjadi

bagian dari proses produksi otoritas.⁵ Pada titik ini, dakwah transformatif menghadapi dilema epistemik: visibilitas digital tidak selalu identik dengan kompetensi keilmuan, sementara kompetensi keilmuan juga tidak secara otomatis menghasilkan visibilitas. Ketika algoritma dan metrik popularitas ikut menentukan konten yang terlihat, distribusi perhatian menjadi bagian dari struktur kekuasaan baru. Karena itu, analisis sosial dakwah harus memetakan **siapa yang memiliki modal pengetahuan, modal sosial, modal ekonomi, modal simbolik, dan modal digital**, kemudian melihat bagaimana modal tersebut dikonversikan menjadi otoritas. Analisis semacam ini mencegah dakwah terjebak dalam asumsi bahwa perubahan sosial cukup dilakukan dengan menambah produksi pesan. Jika struktur yang menentukan distribusi suara tidak dianalisis, peningkatan produksi konten justru dapat memperkuat ketimpangan visibilitas dan memperbesar dominasi aktor tertentu.

Dimensi kuasa tersebut menjadi semakin kompleks ketika dakwah memasuki **masyarakat algoritmik**. Algoritma bukan aktor sosial dalam pengertian konvensional, tetapi ia merupakan bagian dari infrastruktur yang mengatur kemungkinan suatu pesan ditemukan, direkomendasikan, disebar, atau tenggelam dalam arus informasi. Karena itu, algoritma sebaiknya dipahami sebagai mediator struktural yang bekerja melalui aturan teknis, data pengguna, desain platform, sistem rekomendasi, dan metrik keterlibatan. Penelitian tentang *algorithmic conspiratoriality* menunjukkan bahwa pengguna dapat memaknai rekomendasi algoritmik sebagai sesuatu yang personal dan bermakna secara spiritual, sehingga algoritma bukan sekadar alat distribusi informasi, tetapi dapat ikut membentuk cara pengguna memberikan makna terhadap pengalaman digitalnya.⁶ Dalam konteks dakwah, kondisi tersebut mengubah persoalan dari sekadar “bagaimana membuat konten yang menarik” menjadi “bagaimana memahami struktur yang menentukan mengapa suatu konten menjadi terlihat dan konten lain menjadi tidak terlihat.” Apabila ukuran keberhasilan dakwah hanya ditentukan oleh *views*, *likes*, *shares*, atau jumlah pengikut, maka dakwah secara tidak sadar dapat mengadopsi logika platform sebagai standar keberhasilan religius. Padahal, metrik digital hanya mengukur bentuk keterlibatan tertentu dan tidak dengan sendirinya membuktikan terjadinya perubahan sosial. Sebuah video keagamaan dapat memperoleh jutaan tayangan tanpa menghasilkan perubahan dalam hubungan sosial, distribusi sumber daya, partisipasi masyarakat, atau pemberdayaan kelompok rentan. Sebaliknya, intervensi dakwah yang menghasilkan perubahan sosial mungkin memiliki visibilitas digital yang rendah. Oleh sebab itu, analisis sosial transformatif harus memisahkan antara **visibility**, **engagement**, dan **transformation**. Visibilitas menunjukkan apakah pesan hadir dalam ruang perhatian; keterlibatan menunjukkan bagaimana audiens merespons; sedangkan transformasi berkaitan dengan perubahan kapasitas, relasi sosial, struktur kesempatan, dan kondisi kehidupan. Perbedaan tersebut penting agar dakwah tidak terjebak dalam *metric reductionism*, yaitu kecenderungan menyamakan angka keterlibatan digital dengan keberhasilan sosial. Dalam perspektif ini, algoritma bukan sesuatu yang harus ditolak secara total, tetapi harus dibaca secara kritis sebagai kondisi struktural yang perlu dipahami dan dinegosiasikan oleh aktor dakwah.

Selanjutnya, integrasi antara **normativitas Islam dan analisis sosial** harus menjadi ciri khas analisis dakwah, bukan sekadar tambahan legitimasi religius setelah analisis sosial selesai. Al-Qur'an memberikan prinsip-prinsip normatif yang dapat menjadi orientasi dalam menentukan arah transformasi, tetapi prinsip tersebut perlu diterjemahkan melalui pembacaan kontekstual terhadap realitas sosial. QS. al-Nahl [16]: 125 menegaskan: *ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بَالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ*. Konsep *hikmah*, *mau'izhah hasanah*, dan *mujādalah bi al-latī hiya ahsan* dapat dipahami sebagai prinsip komunikasi, tetapi dalam kerangka transformatif ia juga mengandung prinsip epistemologis: metode dakwah harus disesuaikan dengan konteks, karakter audiens, struktur persoalan, dan tujuan perubahan. Tafsir al-Tabari menekankan dimensi kebijaksanaan dan argumentasi dalam mengajak manusia kepada jalan Allah, sementara tafsir kontemporer seperti M. Quraish Shihab mengaitkan *hikmah* dengan pengetahuan terhadap keadaan dan penggunaan cara yang sesuai dengan kondisi pihak yang diajak. Dengan demikian, normativitas Islam tidak semestinya berhadapan secara dikotomis dengan analisis sosial. Keduanya dapat membentuk hubungan dialektis: nilai Islam menentukan horizon etis transformasi, sedangkan analisis sosial membantu menjelaskan bentuk konkret ketidakadilan, marginalisasi, dan hambatan struktural yang harus direspons. Saraka, Monarshi, dan Shabrina menunjukkan bahwa dakwah transformatif di Indonesia perlu melampaui *tabligh* menuju pendidikan, kelembagaan, pemberdayaan, dan pembangunan sosial.⁷ Secara teoritis, temuan tersebut memperkuat gagasan bahwa dakwah harus dipahami sebagai praksis yang menghubungkan nilai,

pengetahuan, tindakan, dan perubahan. Namun, pembacaan transformatif juga harus menghindari kecenderungan menjadikan teori sosial sebagai pengganti sumber normatif Islam. Rekonstruksi analisis sosial yang ditawarkan dalam penelitian ini justru menempatkan keduanya dalam relasi produktif: Al-Qur'an dan Sunnah memberikan orientasi nilai mengenai keadilan, kemaslahatan, penghormatan terhadap martabat manusia, dan tanggung jawab sosial, sedangkan teori sosial menyediakan perangkat untuk memahami bagaimana nilai tersebut dapat diaktualisasikan dalam struktur masyarakat tertentu.

Atas dasar integrasi tersebut, **intervensi dakwah** perlu dipahami sebagai konsekuensi logis dari diagnosis sosial, bukan sebagai tahap terpisah yang dilakukan setelah penelitian selesai. Jika diagnosis menemukan persoalan literasi keagamaan, intervensinya tidak selalu berupa ceramah tambahan; jika menemukan kemiskinan, responsnya tidak cukup berupa nasihat kesabaran; dan jika menemukan polarisasi digital, jawabannya tidak cukup berupa seruan moral agar masyarakat "rukun". Bentuk intervensi harus mengikuti mekanisme persoalan yang telah diidentifikasi. Karena itu, analisis sosial transformatif menghasilkan hubungan yang bersifat kondisional: **masalah berbeda membutuhkan strategi perubahan yang berbeda**. Ketika akar persoalan berada pada keterbatasan pengetahuan, strategi dapat diarahkan pada pendidikan dan literasi; ketika persoalan berhubungan dengan ketimpangan akses, intervensi perlu mengarah pada pemberdayaan dan penguatan jaringan; ketika persoalan diproduksi oleh relasi kuasa yang tidak seimbang, strategi perlu mencakup advokasi, organisasi masyarakat, dan negosiasi institusional; sementara ketika persoalan diperkuat oleh logika algoritmik, dakwah perlu mengembangkan literasi platform, strategi distribusi yang etis, dan kemampuan membaca struktur digital. Dengan demikian, *da'wah bil-lisān* dan *da'wah bil-hāl* tidak perlu diposisikan sebagai dua pilihan yang dapat mengubah distribusi perhatian; dan perubahan struktur sosial dapat menghasilkan persoalan baru yang membutuhkan diagnosis ulang. Dengan demikian, analisis sosial dakwah bersifat *iterative* dan reflektif. Indikator perubahan juga perlu bergerak dari **visibility** → **engagement** → **awareness** → **agency** → **participation** → **empowerment** → **transformation**. Dua indikator pertama relevan untuk mengevaluasi komunikasi digital, tetapi tidak memadai untuk menyimpulkan transformasi. *Awareness* menunjukkan perubahan pemahaman; *agency* menunjukkan meningkatnya kapasitas mengambil keputusan; *participation* menunjukkan keterlibatan dalam tindakan sosial; *empowerment* menunjukkan peningkatan kemampuan mengakses dan mengendalikan sumber daya; sedangkan *transformation* menunjuk pada perubahan yang lebih mendalam pada relasi sosial, institusi, kesempatan, atau distribusi sumber daya. Dalam konteks tafsir digital, penelitian Rhafik dan kolega menunjukkan bahwa produksi dan legitimasi tafsir di ruang digital semakin dipengaruhi oleh hubungan antara otoritas keagamaan, partisipasi audiens, dan mediasi algoritmik.⁹ Temuan tersebut memperkuat alasan bahwa evaluasi dakwah harus memperhitungkan bukan hanya isi pesan, tetapi juga struktur yang mengatur sirkulasi dan penerimaannya. Dengan demikian, transformasi sosial dapat dipahami sebagai hasil interaksi antara pesan normatif, kapasitas aktor, struktur kesempatan, dan kondisi mediasi. Kerangka ini sekaligus mencegah dua reduksionisme: reduksionisme komunikasi yang menganggap dakwah berhasil ketika pesan tersebar luas, dan reduksionisme struktural yang menganggap perubahan hanya mungkin melalui perubahan institusi. Transformasi justru muncul melalui hubungan dinamis antara struktur dan agensi.

Pada akhirnya, pembahasan ini menunjukkan bahwa kontribusi utama rekonstruksi analisis sosial untuk dakwah bukan terletak pada penambahan satu teknik baru dalam membaca masyarakat, melainkan pada perubahan **posisi epistemologis analisis sosial dalam keseluruhan praksis dakwah**. Analisis sosial tidak lagi berada di awal sebagai kegiatan pemetaan, sementara dakwah ditempatkan di akhir sebagai aktivitas penyampaian pesan. Keduanya harus diintegrasikan dalam siklus pengetahuan dan tindakan: membaca realitas, memahami akar masalah, mengenali aktor, mengidentifikasi relasi kuasa, memahami mediasi teknologi, merancang intervensi, mengevaluasi perubahan, kemudian kembali membaca realitas yang telah berubah. Dengan konstruksi demikian, dakwah transformatif dapat menghindari dua ekstrem. Ekstrem pertama adalah normativisme yang hanya mengulang pesan ideal tanpa analisis terhadap struktur sosial yang menghambat aktualisasinya. Ekstrem kedua adalah teknokratisme sosial yang sangat kuat dalam membaca struktur tetapi kehilangan orientasi etis dan spiritual Islam. Posisi yang ditawarkan adalah sintesis kritis antara normativitas dan analisis sosial, antara nilai dan praksis, serta antara komunikasi dan pemberdayaan. Dalam masyarakat algoritmik, sintesis tersebut menjadi semakin penting karena perubahan sosial keagamaan berlangsung pada ruang yang *simultaneously* material, sosial, digital, dan simbolik. Evolvi menegaskan keterjalanan ruang online dan offline dalam praktik agama, sementara Campbell menunjukkan bahwa studi

digital religion kini semakin bergerak menuju perhatian pada kompleksitas hubungan agama dan teknologi.¹⁰ Karena itu, kebaruan konseptual penelitian ini sebaiknya tidak diklaim sebagai sekadar “model baru” yang menambah daftar dimensi analisis sosial, melainkan sebagai **mekanisme transformasional** yang menjelaskan bagaimana hasil diagnosis sosial dapat diterjemahkan menjadi peningkatan agensi, pembacaan relasi kuasa, navigasi terhadap mediasi algoritmik, dan akhirnya intervensi yang berorientasi pada perubahan sosial. Dalam kerangka tersebut, analisis sosial menjadi fondasi epistemologis sekaligus metodologis bagi dakwah transformatif: ia menentukan apa yang harus diketahui, bagaimana realitas harus ditafsirkan, siapa yang harus dilibatkan, relasi apa yang perlu dinegosiasikan, intervensi apa yang relevan, dan indikator apa yang dapat digunakan untuk menilai perubahan. Dengan demikian, dakwah tidak lagi dipahami terutama sebagai proses memindahkan pesan dari dai kepada mad'u, tetapi sebagai praksis sosial-reflektif yang memungkinkan nilai-nilai Islam diterjemahkan menjadi kapasitas kolektif untuk membaca, merespons, dan mentransformasikan realitas.

KESIMPULAN

Penelitian ini menjawab pertanyaan mengenai bagaimana analisis sosial dapat direkonstruksi agar mampu mendukung dakwah yang bersifat transformatif dalam masyarakat algoritmik. Hasil analisis menunjukkan bahwa analisis sosial untuk dakwah tidak lagi memadai apabila berhenti pada pemetaan karakteristik mad'u, identifikasi kebutuhan, atau deskripsi persoalan sosial. Analisis tersebut perlu bergerak secara integratif melalui rangkaian **social mapping, social diagnosis, actor/agency analysis, power analysis, algorithmic mediation, transformative intervention, dan social transformation**. Rangkaian tersebut menempatkan realitas sosial sebagai hasil interaksi antara struktur, agensi, relasi kuasa, teknologi, dan konstruksi pengetahuan. Dengan demikian, dakwah transformatif bukan sekadar proses penyampaian nilai Islam kepada masyarakat, melainkan proses praksis yang menghubungkan pembacaan kritis terhadap realitas dengan peningkatan kapasitas masyarakat untuk memahami, menegosiasikan, dan mengubah kondisi sosialnya. Dalam masyarakat algoritmik, pendekatan tersebut menjadi semakin relevan karena produksi dan distribusi wacana keagamaan tidak hanya ditentukan oleh dai dan lembaga keagamaan, tetapi juga oleh arsitektur platform, algoritma rekomendasi, ekonomi perhatian, dan perubahan pola otoritas keagamaan.

Kontribusi utama penelitian ini terletak pada pengembangan **kerangka analisis sosial transformatif untuk dakwah** yang mengintegrasikan perspektif sosiologi klasik dan kontemporer dengan kajian agama digital. Kerangka ini menghubungkan konsep tindakan sosial dan legitimasi Weber, arena dan modal Bourdieu, relasi kuasa dan produksi pengetahuan Foucault, masyarakat jaringan Castells, serta konsep *digital religion* dengan kebutuhan praktis dakwah transformatif. Kontribusi tersebut menghasilkan pergeseran dari orientasi komunikasi menuju orientasi transformasi: keberhasilan dakwah tidak cukup dinilai berdasarkan *visibility, engagement*, atau jumlah penerima pesan, tetapi perlu dilihat dari perubahan *awareness, agency, participation, empowerment*, dan kondisi sosial yang lebih luas. Kebaruan penelitian ini dengan demikian bukan semata-mata terletak pada penambahan “algoritma” sebagai satu dimensi baru dalam analisis sosial, tetapi pada **mekanisme transformasional** yang menjelaskan bagaimana diagnosis sosial dapat diterjemahkan menjadi analisis agensi dan kuasa, bagaimana keduanya dipahami dalam lingkungan algoritmik, serta bagaimana pengetahuan tersebut digunakan untuk merancang intervensi yang berorientasi pada perubahan sosial. Posisi ini memperluas pemahaman tentang dakwah dari aktivitas penyampaian pesan menuju praksis sosial-reflektif yang menghubungkan normativitas Islam dengan kondisi empiris masyarakat.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian menggunakan pendekatan konseptual dan kajian literatur sehingga kerangka yang dihasilkan belum diuji secara langsung melalui penelitian lapangan pada komunitas dakwah tertentu. Oleh karena itu, hubungan antara tahapan analisis sosial yang dirumuskan dan perubahan sosial yang dihasilkan masih berada pada tingkat proposisi teoretis. Kedua, kompleksitas masyarakat algoritmik membuat mekanisme platform, sistem rekomendasi, dan distribusi perhatian terus mengalami perubahan sehingga kerangka analisis perlu terus diperbarui mengikuti perkembangan teknologi. Ketiga, konteks Indonesia yang memiliki keragaman organisasi Islam, tradisi keagamaan, kelas sosial, wilayah geografis, dan pola penggunaan media digital menyebabkan penerapan kerangka ini tidak dapat dilakukan secara seragam. Keterbatasan tersebut sekaligus menjadi dasar bagi arah penelitian selanjutnya. Studi empiris dapat menguji kerangka melalui *case study*, etnografi digital, *mixed methods*, atau penelitian aksi-partisipatoris pada berbagai komunitas dakwah. Penelitian mendatang

juga dapat mengembangkan indikator empiris untuk mengukur hubungan antara *engagement* digital dan perubahan pada tingkat agensi, partisipasi, serta pemberdayaan masyarakat.

Arah riset selanjutnya terutama perlu bergerak dari **rekonstruksi konseptual menuju validasi empiris dan pengembangan instrumen analisis**. Penelitian komparatif dapat menguji bagaimana mekanisme analisis sosial transformatif bekerja pada pesantren, organisasi keagamaan, komunitas urban, kelompok pemuda Muslim, maupun komunitas marginal dengan karakteristik digital yang berbeda. Penelitian juga dapat mengkaji secara lebih spesifik bagaimana algoritma memengaruhi distribusi otoritas keagamaan, bagaimana dai dan komunitas menegosiasikan logika platform, serta kondisi apa yang membuat keterlibatan digital berkembang menjadi tindakan kolektif dan pemberdayaan. Pada tingkat metodologis, penelitian masa depan dapat mengombinasikan analisis jaringan sosial, etnografi digital, analisis wacana, wawancara mendalam, dan *digital trace analysis* untuk menguji hubungan antara struktur, agensi, kuasa, mediasi algoritmik, dan transformasi. Dengan demikian, agenda penelitian dakwah transformatif ke depan tidak hanya berfokus pada pertanyaan tentang bagaimana membuat dakwah lebih efektif menjangkau masyarakat, tetapi juga bagaimana dakwah dapat memperkuat kemampuan masyarakat menjadi subjek perubahan. Pergeseran tersebut membuka ruang bagi pengembangan sosiologi dakwah yang lebih kritis, reflektif, kontekstual, dan responsif terhadap perubahan teknologi, sekaligus tetap berakar pada orientasi etis Islam mengenai keadilan, kemaslahatan, martabat manusia, dan pemberdayaan sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah mendukung terlaksananya penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Lisfa Sentosa, Rahmat Hidayatullah, and Muria Khusnun Nisa. "Religion Studies in the Digital Age: Mapping Theories, Methodologies, and Approaches in Digital Religion Studies." *Ilmu Ushuluddin* 11, no. 2 (2024): 131–150. <https://doi.org/10.15408/iu.v11i2.44876>.
- Al-Zaman, Md. Sayeed. "Social Mediatization of Religion: Islamic Videos on YouTube." *Heliyon* 8, no. 3 (2022): e09083. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09083>.
- Astor, Avi, Ghufuran Khir-Allah, and Rosa Martínez-Cuadros. "Anonymity and Digital Islamic Authority." *Religions* 15, no. 12 (2024): 1507. <https://doi.org/10.3390/rel15121507>.
- Buckley, David T., Jason Gainous, and Kevin M. Wagner. "Is Religion the Opiate of the Digital Masses? Religious Authority, Social Media, and Protest." *Information, Communication & Society* 26, no. 4 (2023): 682–698. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1971279>.
- Campbell, Heidi A. "Looking Backwards and Forwards at the Study of Digital Religion." *Religious Studies Review* 50, no. 1 (2024): 83–87. <https://doi.org/10.1111/rsr.17062>.
- Ergen, Yunus. "Framing the Study of Digital Religion: Waves of Academic Research, Theoretical Approaches and Themes." *Journal of Media and Religion Studies* 6, no. 2 (2023): 137–166. <https://doi.org/10.47951/mediad.1363608>.
- Evolvi, Giulia. "Religion and the Internet: Digital Religion, (Hyper)mediated Spaces, and Materiality." *Zeitschrift für Religion, Gesellschaft und Politik* 6, no. 1 (2022): 9–25. <https://doi.org/10.1007/s41682-021-00087-9>.
- Fabriar, Silvia Riskha, and Muhammad Sulthon. "Religious Mediatization: A Shift in Hanan Attaki's Da'wa Practice in Digital Space." *Jurnal Dakwah Risalah* 36, no. 1 (2025). <https://doi.org/10.24014/jdr.v36i1.34853>.

- Hannan, Abd, and Ach Fatayillah Mursyidi. "Social Media and the Fragmentation of Religious Authority among Muslims in Contemporary Indonesia." *Digital Muslim Review* 1, no. 2 (2023): 84–104. <https://doi.org/10.32678/dmr.v1i2.10>.
- Kanthawala, Shaheen, et al. "Algorithmic Conspiratorship: Explicating Its Emergence, Dimensions, and Persuasibility." *New Media & Society* 27, no. 5 (2025): 2885–2910. <https://doi.org/10.1177/14614448231217425>.
- Latzer, Michael. "The Digital Trinity—Controllable Human Evolution—Implicit Everyday Religion: Characteristics of the Socio-Technical Transformation of Digitalization." *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 74, supplement 1 (2022): 331–354. <https://doi.org/10.1007/s11577-022-00841-8>.
- Rhafik, Muhammad Nur, Moh. Yardho, Abdullah Qohi, Nur Rohmat, Surya Saputra Mahmud, and Muhammad Ihsan Mahbub. "Qur'anic Exegesis in the Digital Sphere: The Dynamics of Authority, Audience, and Algorithms on Individual and Collective Platforms." *QiST: Journal of Quran and Tafseer Studies* 5, no. 2 (2026): 597–626. <https://doi.org/10.23917/qist.v5i2.17742>.
- Saraka, Muh. Yahya, Evri Rizqi Monarshi, and Nadya Shabrina. "Transformative Da'wah in Indonesia: Challenges of Equity and Opportunities for Synergy of Islamic Organizations and States." *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 19, no. 1 (2025). <https://doi.org/10.24090/komunika.v19i1.10570>.
- Sierocki, Radosław. "Algorithms and Faith: The Meaning, Power, and Causality of Algorithms in Catholic Online Discourse." *Religions* 15, no. 4 (2024): 431. <https://doi.org/10.3390/rel15040431>.
- Sumiala, Johanna. "Digital Religion: A Methodological Approach." In *The Oxford Handbook of Digital Religion*, edited by Heidi A. Campbell and Pauline Hope Cheong, 509–526. Oxford: Oxford University Press, 2022. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780197549803.013.24>.
- Syatar, Abdul, Baso Hasyim, Rahmatullah, Andi Tri Saputra, and M. Ilham. "Religious Authority in the Age of Instagram: Unveiling the Contestation of Islamic Discourses." *Jurnal Adabiyah* 24, no. 2 (2024): 182–201. <https://doi.org/10.24252/jad.v24i2a3>.
- Wahid, Soleh Hasan. "Exploring the Intersection of Islam and Digital Technology: A Bibliometric Analysis." *Social Sciences & Humanities Open* 10 (2024): 101085. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101085>.
- Wilson, Suzanne M., and Dorothea Anagnostopoulos. "Methodological Guidance Paper: The Craft of Conducting a Qualitative Review." *Review of Educational Research* 91, no. 5 (2021). <https://doi.org/10.3102/00346543211012755>.
- Zaluchu, Sonny Eli. "Digital Religion, Modern Society and the Construction of Digital Theology." *Transformation* 41, no. 4 (2024): 285–295. <https://doi.org/10.1177/02653788231223929>.
- Sumber Teoretis Klasik
- Bourdieu, Pierre. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Translated by Richard Nice. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1984.
- Bourdieu, Pierre. "The Forms of Capital." In *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, edited by John G. Richardson, 241–258. New York: Greenwood Press, 1986.
- Castells, Manuel. *The Rise of the Network Society*. 2nd ed. Chichester: Wiley-Blackwell, 2010.
- Foucault, Michel. *Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings, 1972–1977*. Edited by Colin Gordon. New York: Pantheon Books, 1980.

Foucault, Michel. *The Archaeology of Knowledge and the Discourse on Language*. Translated by A. M. Sheridan Smith. New York: Pantheon Books, 1972.

Hjarvard, Stig. *The Mediatization of Culture and Society*. London: Routledge, 2013.

Weber, Max. *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology*. Edited by Guenther Roth and Claus Wittich. Berkeley: University of California Press, 1978.

Sumber Islam

Al-Qur'an.

Al-Ṭabarī, Muḥammad ibn Jarīr. *Jāmi' al-Bayān 'an Ta'wīl Āy al-Qur'ān*. Beirut: Dār al-Fikr.

Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati.