

Dakwah Digital dan Otoritas Keagamaan Baru: Studi Eksistensi Ustazah Halimah Alaydrus dalam Media Keagamaan Kontemporer

Nur Alhidayatillah¹, Julis Suriani², Edison³

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia¹⁻³

Email Korespondensi: nuralhidayatillah@uin-suska.ac.id, julissuriani@uin-suska.ac.id, edison@uin-suska.ac.id

Article received: 05 Januari 2026, Review process: 08 Februari 2026

Article Accepted: 17 Mei 2026, Article published: 27 Juli 2026

ABSTRACT

The transformation of digital media has reshaped Islamic da'wah practices while simultaneously giving rise to new forms of religious authority in virtual spaces. This study aims to analyze the da'wah communication strategies employed by Ustazah Halimah Alaydrus in digital media and to examine the contribution of social media to the construction of new religious authority in the contemporary era. This research employs a qualitative approach using a library research method. Data were collected through a systematic review of scholarly journal articles, books, conference proceedings, and digital documentation related to digital da'wah, da'wah communication, religious authority, and Ustazah Halimah Alaydrus's preaching activities across various social media platforms. The data were analyzed using thematic analysis through the processes of data reduction, categorization, interpretation, and systematic literature synthesis. The findings reveal that Ustazah Halimah Alaydrus's da'wah communication strategy is characterized by persuasive message delivery, the use of simple and accessible language, a storytelling approach, and the effective utilization of multimedia features tailored to the characteristics of digital media. Furthermore, interactions facilitated through social media foster the development of virtual communities, enhance audience engagement, and strengthen public trust and legitimacy toward the preacher. These findings demonstrate that social media functions not only as a medium for disseminating Islamic teachings but also as a space for producing and legitimizing new forms of religious authority through communication quality, content consistency, and active audience participation. This study contributes to the development of communication and da'wah management studies from the perspectives of Digital Religion and Mediatization of Religion, while providing practical implications for developing adaptive, credible, and audience-oriented digital da'wah strategies. Future research is recommended to employ digital ethnography or netnography to further explore the dynamics of interaction between preachers and audiences in digital environments.

Keywords: Digital da'wah, da'wah communication, social media, religious authority, Ustazah Halimah Alaydrus.

ABSTRAK

Transformasi media digital telah mengubah praktik dakwah Islam sekaligus melahirkan bentuk-bentuk baru otoritas keagamaan di ruang virtual. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi dakwah Ustazah Halimah Alaydrus dalam media digital serta mengkaji kontribusi media sosial terhadap pembentukan otoritas keagamaan baru di era kontemporer. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (library research). Data diperoleh melalui penelusuran dan analisis berbagai artikel

ilmiah, buku, prosiding, serta dokumentasi digital yang berkaitan dengan dakwah digital, komunikasi dakwah, otoritas keagamaan, dan aktivitas dakwah Ustazah Halimah Alaydrus pada berbagai platform media sosial. Analisis data dilakukan menggunakan analisis tematik melalui proses reduksi data, kategorisasi, interpretasi, dan sintesis literatur secara sistematis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah Ustazah Halimah Alaydrus dibangun melalui penyampaian pesan yang persuasif, penggunaan bahasa yang sederhana, pendekatan storytelling, serta pemanfaatan fitur multimedia yang sesuai dengan karakteristik media digital. Interaksi yang terbangun melalui media sosial mendorong terbentuknya komunitas virtual, meningkatkan keterlibatan audiens, serta memperkuat legitimasi dan kepercayaan publik terhadap figur pendakwah. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran dakwah, tetapi juga sebagai ruang produksi dan legitimasi otoritas keagamaan baru yang dibangun melalui kualitas komunikasi, konsistensi konten, dan partisipasi audiens. Penelitian ini memperkaya kajian komunikasi dan manajemen dakwah dalam perspektif Digital Religion dan Mediatization of Religion, serta memberikan implikasi bagi pengembangan strategi dakwah digital yang adaptif, kredibel, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat digital. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan etnografi digital atau netnografi untuk mengkaji dinamika interaksi pendakwah dan audiens secara lebih mendalam.

Kata Kunci: *Dakwah digital, komunikasi dakwah, media sosial, otoritas keagamaan, Ustazah Halimah Alaydrus*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam praktik keberagamaan. Transformasi media komunikasi menyebabkan aktivitas keagamaan tidak lagi terbatas pada ruang fisik seperti masjid, pesantren, dan majelis taklim, tetapi berkembang ke ruang virtual melalui berbagai platform digital. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran pola komunikasi agama, di mana media digital tidak hanya berfungsi sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga menjadi ruang produksi makna, pembentukan identitas keagamaan, dan negosiasi otoritas agama baru. Dalam konteks global, perkembangan internet dan media sosial telah mendorong munculnya fenomena digital religion, yaitu praktik keberagamaan yang berlangsung melalui interaksi antara teknologi digital dan pengalaman religius masyarakat (Campbell & Evolvi, 2019).

Perubahan tersebut semakin terlihat dalam konteks masyarakat Muslim kontemporer yang mengalami peningkatan penggunaan media digital sebagai sumber pengetahuan agama. Media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan berbagai platform digital lainnya telah menjadi ruang baru bagi masyarakat untuk memperoleh pemahaman keagamaan. Berdasarkan laporan Digital 2024 Global Overview Report, jumlah pengguna internet dunia telah mencapai lebih dari 5 miliar pengguna, dengan media sosial menjadi salah satu aktivitas digital yang paling banyak dilakukan masyarakat global (Kemp, 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa ruang digital telah berkembang menjadi arena sosial yang memiliki pengaruh besar terhadap cara masyarakat mencari informasi, termasuk informasi mengenai agama.

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia juga mengalami perubahan serupa. Dalam konteks dakwah Islam, perubahan ini melahirkan berbagai figur keagamaan digital yang mampu membangun hubungan dengan masyarakat melalui konten dakwah yang mudah diakses, komunikatif, dan sesuai dengan karakter generasi digital (Ulyan, 2023). Fenomena dakwah digital tidak hanya berkaitan dengan perpindahan media penyampaian pesan agama, tetapi juga berkaitan dengan perubahan posisi pendakwah dalam struktur sosial keagamaan. Kehadiran media sosial memungkinkan seseorang memperoleh legitimasi keagamaan tidak hanya melalui institusi formal seperti pesantren atau organisasi keagamaan, tetapi juga melalui kemampuan membangun jaringan digital dan mendapatkan kepercayaan publik. Hal ini menunjukkan munculnya bentuk baru otoritas keagamaan yang terbentuk melalui interaksi antara teknologi, popularitas, dan penerimaan masyarakat. Menurut (Hjarvard, 2021), proses mediatasi agama menyebabkan media memiliki peran semakin besar dalam membentuk cara masyarakat memahami, menjalankan, dan mengorganisasi kehidupan beragama.

Salah satu fenomena menarik dalam perkembangan dakwah digital di Indonesia adalah kemunculan Ustazah Halimah Alaydrus sebagai figur pendakwah perempuan yang memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai ruang penyampaian pesan keagamaan. Aktivitas dakwah digital beliau menunjukkan adanya perubahan pola komunikasi keagamaan, di mana penyampaian pesan agama tidak lagi bergantung sepenuhnya pada ruang dakwah konvensional, tetapi berkembang melalui media digital yang memungkinkan interaksi lebih luas dengan masyarakat. Penelitian mengenai komunikasi dakwah Ustazah Halimah Alaydrus di Instagram menunjukkan bahwa karakteristik dakwah beliau memiliki keunikan karena pesan agama disampaikan melalui kekuatan narasi, suara, dan konstruksi pesan tanpa menampilkan representasi visual dirinya secara langsung. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa otoritas dan kedekatan komunikatif dalam dakwah digital dapat dibangun melalui strategi komunikasi, konsistensi pesan, serta hubungan simbolik antara pendakwah dan audiens (Yuna & Sikumbang, 2023).

Eksistensi dakwah digital Ustazah Halimah Alaydrus juga memperlihatkan perubahan karakter hubungan antara pendakwah dan masyarakat. Dalam model dakwah konvensional, hubungan antara dai dan mad'u cenderung berlangsung secara langsung dan terbatas oleh ruang serta waktu. Namun, melalui media digital, hubungan tersebut menjadi lebih fleksibel karena audiens dapat mengakses, membagikan, serta memberikan respons terhadap pesan dakwah kapan saja (Hannan & Mursyidi, 2023). Penelitian mengenai dakwah digital di media sosial menunjukkan bahwa aspek interaksi, kedekatan komunikatif, dan kemampuan membangun komunitas virtual menjadi faktor penting dalam keberhasilan penyampaian pesan agama di ruang digital.

Kajian terdahulu mengenai dakwah digital di Indonesia sebagian besar masih berfokus pada analisis isi pesan dakwah, strategi komunikasi, atau efektivitas penggunaan media sosial sebagai sarana penyebaran agama. Beberapa penelitian menemukan bahwa media sosial memberikan peluang besar bagi pendakwah untuk

memperluas jangkauan dakwah serta membangun komunitas keagamaan secara virtual (Ramadhan, 2026). Namun, penelitian tersebut lebih banyak melihat media digital sebagai alat komunikasi, sementara aspek pengalaman sosial, proses pembentukan otoritas keagamaan, serta makna yang diberikan oleh pengguna terhadap figur dakwah digital masih belum banyak dikaji. Selain itu, penelitian terkait Ustazah Halimah Alaydrus sebelumnya lebih banyak menyoroti aspek pesan dakwah dan konstruksi komunikasi dalam konten media sosial. Pendekatan tersebut memberikan pemahaman mengenai bagaimana pesan agama dikemas, tetapi belum sepenuhnya menjelaskan bagaimana eksistensi seorang pendakwah perempuan terbentuk melalui praktik digital, bagaimana audiens memaknai kehadirannya, serta bagaimana media sosial berperan dalam membangun otoritas keagamaan baru.

Berdasarkan perspektif teori New Media McQuail, media digital tidak hanya dipahami sebagai teknologi komunikasi, tetapi sebagai ruang sosial yang memungkinkan terbentuknya hubungan baru antara komunikator dan komunikan (McQuail, 2011). Sementara itu, teori Mediatization of Religion Campbell menjelaskan bahwa agama mengalami transformasi ketika berinteraksi dengan logika media modern (Campbell, 2021). Kedua perspektif tersebut memberikan kerangka teoritis bahwa dakwah digital bukan sekadar proses penyampaian pesan agama, tetapi merupakan fenomena sosial yang melibatkan perubahan praktik keberagamaan, hubungan sosial, dan pembentukan otoritas agama dalam masyarakat kontemporer. Meskipun perkembangan dakwah digital semakin luas, fenomena ini juga menghadirkan berbagai persoalan yang perlu dikaji secara lebih mendalam. Ruang digital memungkinkan munculnya banyak sumber informasi keagamaan dengan tingkat kredibilitas yang beragam. Kondisi tersebut menyebabkan masyarakat menghadapi tantangan dalam menentukan sumber pengetahuan agama yang dianggap terpercaya. Selain itu, keberhasilan seorang pendakwah dalam ruang digital tidak hanya ditentukan oleh isi pesan agama, tetapi juga oleh bagaimana identitas, gaya komunikasi, simbol keagamaan, dan hubungan sosial dibangun melalui media. Oleh karena itu, terdapat ruang penelitian yang penting untuk menggali pengalaman, interpretasi, dan proses sosial yang melatarbelakangi fenomena tersebut.

Berdasarkan fenomena dan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis eksistensi dakwah digital dan otoritas Keagamaan Baru Ustazah Halimah Alaydrus dalam media keagamaan kontemporer. Penelitian ini berfokus pada bagaimana strategi komunikasi dakwah ustazah halimah alaydrus dalam media digital dan kontribusi media sosial terhadap pembentukan otoritas keagamaan baru di era kontemporer. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi Islam, studi media digital, dan sosiologi agama dengan memberikan pemahaman mengenai transformasi praktik dakwah dalam era digital. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pendakwah, lembaga keagamaan, dan pengelola media Islam dalam mengembangkan strategi komunikasi dakwah yang relevan dengan karakter masyarakat digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (*library research*). Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian adalah menganalisis konstruksi otoritas keagamaan baru yang dibangun melalui praktik dakwah digital Ustazah Halimah Alaydrus berdasarkan berbagai sumber ilmiah dan dokumen digital, tanpa melakukan interaksi langsung dengan subjek penelitian. Studi pustaka memungkinkan peneliti mengkaji suatu fenomena secara mendalam melalui penelusuran, evaluasi, dan interpretasi berbagai literatur yang relevan sehingga menghasilkan sintesis konseptual mengenai perkembangan dakwah digital dan transformasi otoritas keagamaan di era media baru. Dalam penelitian kualitatif, studi pustaka merupakan pendekatan yang menempatkan berbagai dokumen ilmiah sebagai sumber utama data penelitian (Sari & Asmendri, 2020). Penelitian dilaksanakan selama Januari hingga April 2026. Karena menggunakan studi pustaka, lokasi penelitian tidak merujuk pada wilayah geografis tertentu, melainkan pada ruang digital (*digital space*) sebagai lokasi pengumpulan data (Haryono et al., 2023). Data diperoleh melalui berbagai pangkalan data ilmiah seperti Google Scholar, Scopus, Dimensions, Crossref, Garuda, DOAJ, dan portal jurnal nasional maupun internasional, serta dari media digital resmi Ustazah Halimah Alaydrus, seperti YouTube, Instagram, Facebook, TikTok, dan situs web yang mempublikasikan materi dakwah beliau. Pemanfaatan ruang digital sebagai lokasi penelitian sejalan dengan karakteristik penelitian kepustakaan kontemporer yang memanfaatkan sumber elektronik sebagai data utama. Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder (Robert K Yin, 2021). Data primer berupa artikel ilmiah yang membahas dakwah digital, komunikasi Islam, media baru, otoritas keagamaan, serta publikasi yang mengkaji Ustazah Halimah Alaydrus. Sementara itu, data sekunder meliputi buku ilmiah, prosiding, laporan penelitian, disertasi, tesis, regulasi, berita akademik, serta dokumentasi digital berupa video ceramah, transkrip kajian, unggahan media sosial, podcast, dan publikasi resmi yang relevan dengan fokus penelitian. Penggunaan berbagai jenis sumber tersebut bertujuan memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai fenomena yang diteliti.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur secara sistematis (*systematic literature searching*). Peneliti menetapkan kata kunci seperti digital dakwah, digital religion, religious authority, Islamic influencers, media sosial Islam, Ustazah Halimah Alaydrus, dan otoritas keagamaan digital. Selanjutnya dilakukan proses identifikasi, seleksi, penyaringan, serta evaluasi terhadap literatur berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditentukan meliputi artikel ilmiah yang diterbitkan pada periode 2020–2026, membahas dakwah digital, media sosial Islam, komunikasi dakwah, dan otoritas keagamaan, baik pada jurnal nasional terakreditasi maupun jurnal internasional bereputasi. Analisis data menggunakan analisis tematik (Hadi & Afandi, 2021). Seluruh dokumen yang telah terseleksi dibaca secara berulang untuk memperoleh pemahaman menyeluruh terhadap isi literatur. Selanjutnya dilakukan proses pengkodean terhadap konsep-konsep penting, pengelompokan kode ke dalam tema-tema utama, identifikasi hubungan antartema,

hingga penyusunan interpretasi mengenai eksistensi Ustazah Halimah Alaydrus sebagai representasi otoritas keagamaan baru dalam media keagamaan kontemporer. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengidentifikasi pola-pola konseptual yang muncul secara konsisten dari berbagai sumber. Untuk memperkuat interpretasi, hasil analisis kemudian dibandingkan dengan teori-teori mengenai dakwah digital, komunikasi Islam, mediatization of religion, dan otoritas keagamaan digital. Proses ini dilakukan melalui teknik sintesis konseptual sehingga diperoleh pemahaman yang utuh mengenai bagaimana media digital membentuk legitimasi, kredibilitas, serta pengaruh Ustazah Halimah Alaydrus dalam ruang keagamaan kontemporer

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Komunikasi Dakwah Ustazah Halimah Alaydrus Dalam Media Digital

Hasil penelitian dengan melihat sintesis berbagai literatur menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah Ustazah Halimah Alaydrus dibangun melalui pendekatan yang adaptif terhadap karakteristik media digital tanpa menghilangkan substansi ajaran Islam. Berbagai penelitian memperlihatkan bahwa keberhasilan dakwah beliau tidak semata-mata ditentukan oleh intensitas penggunaan media sosial, tetapi oleh kemampuan mengelola pesan dakwah agar sesuai dengan karakteristik audiens digital. Media sosial dimanfaatkan sebagai ruang komunikasi yang memungkinkan penyebaran pesan keagamaan berlangsung secara cepat, luas, dan berkelanjutan, sehingga dakwah tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu (Cholillah & Arju, 2024). Salah satu pola yang konsisten ditemukan adalah penekanan pada komunikasi persuasif yang berorientasi pada pembinaan akhlak. Materi dakwah didominasi oleh tema cinta kepada Allah dan Rasulullah, pembinaan keluarga, pendidikan perempuan, penyucian jiwa (tazkiyatun nafs), serta pembentukan akhlak. Berbeda dengan model dakwah yang menonjolkan perdebatan hukum atau polemik keagamaan, Halimah Alaydrus lebih banyak menggunakan narasi reflektif dan pendekatan spiritual sehingga pesan dakwah lebih mudah diterima oleh berbagai kelompok masyarakat, khususnya perempuan dan generasi muda. Pendekatan tersebut membentuk citra dakwah yang inklusif, edukatif, dan menenangkan (Fitriani, 2024).

Keberhasilan komunikasi dakwah tidak hanya berasal dari isi pesan, tetapi juga dari gaya penyampaian (*communication style*). Ustazah Halimah Alaydrus menggunakan bahasa yang sederhana, santun, dialogis, dan mudah dipahami oleh audiens dengan latar belakang yang beragam. Teknik storytelling melalui kisah para nabi, sahabat, ulama, maupun pengalaman kehidupan sehari-hari menjadi strategi utama untuk menghubungkan nilai-nilai Islam dengan realitas sosial kontemporer. Pola komunikasi tersebut menciptakan hubungan emosional antara pendakwah dan audiens sehingga pesan dakwah tidak hanya dipahami secara kognitif, tetapi juga diterima secara afektif (Yuna & Sikumbang, 2023). Materi dakwah disajikan dalam bentuk video pendek, potongan ceramah, kutipan inspiratif, ilustrasi visual, serta dokumentasi kajian yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing platform, seperti Instagram, YouTube, dan TikTok. Pengemasan konten yang

ringkas, visual yang sederhana, dan konsistensi tema memungkinkan pesan dakwah lebih mudah dibagikan (shareable) dan direproduksi oleh pengguna media sosial. Dengan demikian, audiens tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai penyebar pesan dakwah melalui mekanisme berbagi ulang (re-sharing) pada jejaring digital

Temuan tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah Ustazah Halimah Alaydrus sejalan dengan konsep Komunikasi Dakwah yang menempatkan dakwah sebagai proses penyampaian nilai-nilai Islam melalui pendekatan yang hikmah, persuasif, dan sesuai dengan kondisi mad'u. Dalam konteks media digital, strategi komunikasi tidak lagi hanya berorientasi pada penyampaian informasi keagamaan, tetapi juga pada pengelolaan hubungan dengan audiens melalui pemanfaatan fitur-fitur media sosial. Dengan demikian, fungsi media bergeser dari sekadar saluran komunikasi menjadi ruang interaksi yang memungkinkan proses dakwah berlangsung secara partisipatif. Temuan ini juga mendukung teori new media yang menjelaskan bahwa teknologi digital mengubah pola komunikasi dari hubungan tatap muka menjadi komunikasi yang dimediasi oleh teknologi. Dalam dakwah digital, komunikasi berlangsung secara asinkron maupun sinkron melalui komentar, siaran langsung, dan berbagai fitur interaktif lainnya. Kondisi tersebut memungkinkan terbentuknya hubungan sosial baru antara pendakwah dan audiens yang tidak lagi dibatasi oleh kedekatan geografis, tetapi oleh intensitas interaksi digital. Hal ini menjelaskan mengapa dakwah Halimah Alaydrus mampu menjangkau audiens lintas daerah bahkan lintas negara melalui platform media sosial

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yuna dan Sikumbang (2023) yang menyatakan bahwa komunikasi dakwah Halimah Alaydrus di Instagram berhasil membangun kedekatan sosial melalui konsistensi pesan, penggunaan bahasa yang lembut, dan interaksi simbolik yang berlangsung secara terus-menerus di ruang digital (Yuna & Sikumbang, 2023). Demikian pula, penelitian (Cholillah & Arju, 2024) menunjukkan bahwa praktik dakwah Halimah Alaydrus mencerminkan proses mediatisasi agama, yaitu ketika media tidak hanya menjadi sarana penyebaran agama, tetapi juga membentuk cara masyarakat memahami dan mengonsumsi ajaran Islam. Di sisi lain, penelitian ini memperluas temuan sebelumnya dengan menunjukkan bahwa efektivitas strategi komunikasi dakwah tidak hanya dipengaruhi oleh bentuk penyampaian pesan, tetapi juga oleh kemampuan melakukan manajemen dakwah digital.

Manajemen tersebut tampak melalui konsistensi produksi konten, pemilihan platform yang sesuai dengan karakteristik audiens, pengelolaan tema secara berkelanjutan, serta pemanfaatan algoritma media sosial untuk memperluas jangkauan dakwah. Dengan demikian, keberhasilan dakwah digital bukan hanya persoalan retorika, tetapi juga hasil dari pengelolaan komunikasi yang terencana dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Dari perspektif manajemen dakwah, temuan ini memberikan implikasi bahwa lembaga dakwah maupun pendakwah perlu mengembangkan strategi komunikasi berbasis media digital yang tidak hanya berorientasi pada penyampaian materi, tetapi juga pada pengelolaan hubungan

dengan audiens. Konsistensi konten, pemahaman terhadap karakteristik platform, serta kemampuan membangun komunikasi yang dialogis menjadi faktor penting dalam meningkatkan efektivitas dakwah di era digital. Dengan demikian, strategi komunikasi dakwah tidak lagi dipahami sebagai aktivitas penyampaian pesan semata, melainkan sebagai proses pengelolaan komunikasi yang berkelanjutan untuk membangun kepercayaan, keterlibatan, dan keberlanjutan dakwah di ruang digital.

Kontribusi Media Sosial Terhadap Pembentukan Otoritas Keagamaan Baru Di Era Kontemporer

Hasil sintesis literatur menunjukkan bahwa perkembangan media sosial telah mengubah pola pembentukan otoritas keagamaan dalam masyarakat Muslim kontemporer. Jika pada masa sebelumnya legitimasi seorang pendakwah lebih banyak diperoleh melalui institusi formal seperti pesantren, organisasi keagamaan, atau majelis taklim, maka pada era digital media sosial menjadi ruang baru yang memungkinkan lahirnya figur-figur keagamaan dengan pengaruh yang luas. Dalam konteks ini, eksistensi Ustazah Halimah Alaydrus memperlihatkan bahwa media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran dakwah, tetapi juga sebagai ruang produksi, distribusi, dan reproduksi otoritas keagamaan. Berbagai platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok memungkinkan pesan dakwah menjangkau audiens lintas wilayah, usia, dan latar belakang sosial sehingga memperluas pengaruh pendakwah di luar ruang dakwah konvensional.

Sintesis berbagai penelitian memperlihatkan bahwa interaksi digital menjadi elemen utama dalam pembentukan otoritas keagamaan. Berbeda dengan media konvensional yang cenderung bersifat satu arah, media sosial menghadirkan komunikasi yang lebih dialogis melalui fitur komentar, siaran langsung (live streaming), berbagi konten (sharing), serta penyebaran ulang (reposting) (Campbell, 2021). Interaksi tersebut menciptakan ruang partisipasi yang memungkinkan audiens tidak hanya menerima materi dakwah, tetapi juga memberikan respons, mengajukan pertanyaan, berbagi pengalaman religius, bahkan merekomendasikan konten kepada pengguna lain. Pola komunikasi dua arah ini memperkuat hubungan emosional antara pendakwah dan audiens, sekaligus membangun komunitas virtual yang memiliki ketertarikan terhadap nilai-nilai dakwah yang disampaikan.

Selanjutnya menjelaskan bahwa *engagement digital* menjadi indikator penting dalam memperkuat legitimasi seorang pendakwah di ruang virtual. Tingginya jumlah pengikut (followers), tayangan (views), komentar, tanda suka (likes), dan penyebaran ulang (shares) bukan sekadar menunjukkan popularitas, tetapi juga merefleksikan tingkat penerimaan publik terhadap materi dakwah (Anshori et al., 2025). Dalam kasus Ustazah Halimah Alaydrus, konsistensi penyampaian materi yang berorientasi pada akhlak, spiritualitas, dan pembinaan keluarga mendorong terbentuknya loyalitas audiens. Loyalitas tersebut kemudian berkembang menjadi kepercayaan (trust) yang memperkuat posisi beliau sebagai salah satu rujukan keagamaan di ruang digital. Hal ini sejalan dengan perspektif digital religion yang dikemukakan oleh Heidi Campbell menjelaskan bahwa ruang digital tidak sekadar

menjadi media penyampaian ajaran agama, tetapi telah berkembang menjadi ruang sosial tempat praktik keagamaan, pembentukan identitas religius, dan legitimasi otoritas berlangsung secara simultan.

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang umumnya menitikberatkan pada efektivitas media sosial sebagai sarana penyebaran dakwah, hasil penelitian ini menawarkan perspektif yang lebih luas yang mana ungsi media sosial tidak berhenti pada aspek distribusi pesan, tetapi juga berperan dalam membentuk legitimasi sosial, kredibilitas religius, dan pengakuan publik terhadap seorang pendakwah. Dengan demikian, media sosial berfungsi sebagai arena pembentukan otoritas keagamaan baru yang sebelumnya lebih banyak ditentukan oleh institusi formal. Dengan demikian media sosial membuka ruang yang lebih luas bagi pendakwah perempuan untuk memperoleh pengakuan publik. Sebelum berkembangnya media digital, ruang dakwah perempuan relatif lebih terbatas dibandingkan pendakwah laki-laki karena faktor budaya, akses, maupun struktur kelembagaan. Namun, media sosial memberikan kesempatan yang lebih setara bagi perempuan untuk menyampaikan gagasan keagamaan kepada masyarakat luas. Eksistensi Ustazah Halimah Alaydrus menunjukkan bahwa otoritas keagamaan perempuan dapat dibangun melalui konsistensi produksi konten, kualitas pesan dakwah, kredibilitas personal, dan kemampuan menjalin hubungan dengan audiens, bukan semata-mata melalui posisi dalam struktur kelembagaan keagamaan.

SIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa eksistensi Ustazah Halimah Alaydrus dalam media keagamaan kontemporer merupakan representasi dari transformasi dakwah Islam di era digital yang ditandai oleh perubahan strategi komunikasi dan mekanisme pembentukan otoritas keagamaan. Berdasarkan hasil sintesis berbagai literatur, strategi komunikasi dakwah yang diterapkan tidak hanya berorientasi pada penyampaian ajaran Islam, tetapi juga pada pengelolaan komunikasi yang adaptif terhadap karakteristik media digital. Penyampaian pesan yang persuasif, penggunaan bahasa yang sederhana dan reflektif, pemanfaatan storytelling, serta konsistensi penyajian konten pada berbagai platform media sosial menjadi faktor penting dalam membangun kedekatan emosional dengan audiens. Selain itu, media sosial berperan sebagai ruang interaktif yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pendakwah dan audiens, sehingga membentuk komunitas virtual yang aktif serta memperkuat legitimasi dan kepercayaan publik terhadap figur pendakwah. Temuan ini menegaskan bahwa otoritas keagamaan di era digital tidak lagi semata-mata bersumber dari legitimasi kelembagaan atau pendidikan formal, tetapi juga dibangun melalui kualitas komunikasi, konsistensi produksi konten, intensitas interaksi, dan pengakuan kolektif dari komunitas digital.

Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian komunikasi dan manajemen dakwah dengan menunjukkan bahwa pembentukan otoritas keagamaan di ruang digital merupakan hasil interaksi antara strategi komunikasi

dakwah, karakteristik media sosial, dan partisipasi audiens, yang selaras dengan perspektif Digital Religion dan manajemen dakwah yang dapat memberikan implikasi bagi pendakwah, lembaga dakwah, dan organisasi keagamaan untuk mengembangkan strategi komunikasi digital yang terencana, adaptif, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat digital, tanpa mengurangi substansi nilai-nilai keislaman. Penelitian ini terbatas pada studi pustaka (*library research*), penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan etnografi digital (*digital ethnography*), netnografi, atau studi kasus dengan melibatkan analisis interaksi langsung di media sosial maupun wawancara dengan pengelola akun dan audiens.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga artikel ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kontribusi dalam proses penyusunan penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada QAZI: Journal Of Islamic Studies.

DAFTAR RUJUKAN

- Anshori, I., Mukhlis, Z., & Novita, A. (2025). Identity , Cult , and Charisma: The Contestation of Online Da ' wah on @ halimahalaydrus ' s Instagram Account. *Al-Tahrir Jurnal Pemikiran Islam*, 25(1). <https://doi.org/10.21154/tahrir.v25i1.9977>
- Campbell, H. A. (2021). Digital Religion Understanding Religious Practice In New Media Worlds. In *London: Routledge*.
- Campbell, H. A., & Evolvi, G. (2019). Contextualizing current digital religion research on emerging technologies. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(1), 5–17. <https://doi.org/10.1002/hbe2.149>
- Cholillah, & Arju, A. N. (2024). Mediatisasi Agama dalam Dakwah Halimah Alaydrus di Media Sosial Instagram. *Al-Qudwah Jurnal Studi Al-Qur'an Dan Hadis*, 2(1), 83–98. <https://doi.org/10.24014/alqudwah.v2i1.29092>
- Fitriani, A. (2024). Analisis Isi Pesan Dakwah pada Video Instagram @halimahalaydrus.
- Hadi, N. F., & Afandi, N. K. (2021). Kajian Pustaka dalam Penelitian Pendidikan. *Sultra Educational Journal*, 1(3), 64–71.
- Hannan, A., & Mursyidi, A. F. (2023). Social Media and the Fragmentation of Religious Authority among Muslims in Contemporary Indonesia. *Digital Muslim Review*, 1(2).
- Haryono, E., Suprihatiningsih, S., & Septian, D. (2023). Haryono, Eko . "Metodologi Penelitian Kualitatif Di Perguruan Tinggi Keagamaan. *An-Nuur*, 3(2).
- Hjarvard, S. (2021). The mediatization of religion A theory of the media as agents of religious change. *Northern Lights*, 6(1), 9–26. <https://doi.org/10.1386/nl.6.1.9/1>
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Global Overview Report*.

-
- McQuail, D. (2011). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). SAGE Publications.
- Ramadhan, M. (2026). Transformasi Dakwah Islam Di Era Digital : Peluang Dan Tantangan Dalam Masyarakat Virtual. *Qaulan Baligha : Jurnal Ilmu Manajemen Dakwah*, 3(1), 29–47.
- Robert K Yin. (2021). Case study research and applications: Design and methods. In *Sage Publications*.
- Sari, M., & Asmendri, A. (2020). Penelitian kepustakaan (library research) dalam penelitian pendidikan . *Natural Science: Jurnal Penelitian Bidang IPA Dan Pendidikan IPA*, 6(1), 41–53.
- Ulyan, M. (2023). Digital Da ' wah and Religious Authority : A Narrative Review of Islamic Preaching in the Social Media Era. *Sinergi International Journal of Islamic Studies*, 1(3), 110–123.
- Yuna, T. F., & Sikumbang, A. T. (2023). Beyond Visuals : Komunikasi Dakwah Ustazah Halimah Alaydrus di Instagram. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia (JSai)*, 4(2), 160–177. <https://doi.org/10.22373/jsai.v4i2.2766>