



Pertemuan Spiritual di Ruang Digital: Studi Fenomenologis atas Interaksi Da'i dan Followers dalam Dakwah Islam

Tua Dalimunthe¹, Zilfaroni²

¹²UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan

tuadalimunthe123@gmail.com; zilfa83@gmail.com

ABSTRACT

The development of digital dakwah has created new ways for Muslims to experience, access, and engage in religious practices online. This study examines followers' spiritual experiences within YouTube preaching by focusing on three core aspects: spiritual presence, negotiated authority, and the emergence of virtual majelis as collective religious spaces. A phenomenological analysis reveals that da'i-follower relations in digital spaces produce spiritual experiences that are no longer dependent on physical gatherings, but mediated through emotional intimacy via the screen, interactive prayers, and responsive communication perceived as conveying spiritual closeness. Religious authority is also constructed dialogically rather than hierarchically, with legitimacy being granted based on authentic communication, empathy, and perceived sincerity in preaching style. Moreover, YouTube functions as a virtual majelis that enables collective piety through live chat, shared rituals, and simultaneous emotional expressions, forming a community of faith connected without physical presence. These findings indicate that digital dakwah is not merely a form of religious broadcasting but a dynamic theological space that is interactive, participatory, and affective. The digital sphere thus becomes a new locus of Islamic

spirituality, facilitating the reinterpretation of religious experience and dakwah relations within the context of contemporary technology.

Keywords: *Digital Dakwah, Virtual Majelis, Religious Authority, Spiritual Presence, Digital Phenomenology.*

ABSTRAK

Perkembangan dakwah digital telah membentuk cara baru umat Muslim mengalami, mengakses, dan berinteraksi dengan praktik keagamaan secara daring. Penelitian ini mengkaji pengalaman spiritual pengikut dakwah di YouTube dengan menyoroti tiga aspek utama: kehadiran spiritual, negosiasi otoritas, dan pembentukan majelis virtual sebagai ruang kolektif keagamaan. Analisis fenomenologis menunjukkan bahwa relasi da'i–pengikut di ruang digital menghadirkan bentuk pengalaman keagamaan yang tidak lagi bergantung pada pertemuan fisik, melainkan dimediasi oleh keintiman emosional melalui layar, doa interaktif, serta respons verbal yang dianggap membawa kedekatan ruhani. Otoritas keagamaan juga terbentuk secara dialogis, bukan secara hierarkis, di mana legitimasi da'i dinilai berdasarkan keotentikan komunikasi, empati, serta gaya penyampaian yang dianggap tulus. Selain itu, YouTube berkembang menjadi majelis virtual yang memungkinkan praktik kesalehan kolektif melalui live chat, ritual bersama, dan respons emosional serentak, membentuk komunitas iman yang saling terhubung meski tanpa kehadiran fisik. Temuan ini menegaskan bahwa dakwah digital bukan sekadar penyebaran pesan keagamaan, melainkan ruang teologis baru yang bersifat interaktif, partisipatif, dan afektif. Ruang digital menjadi locus spiritual yang memfasilitasi tafsir ulang pengalaman beragama dan hubungan dakwah secara kolektif dalam lanskap teknologi kontemporer.

Kata kunci: Dakwah Digital, Majelis Virtual, Otoritas Keagamaan, Kehadiran Spiritual, Fenomenologi Digital

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan media sosial telah menghadirkan lanskap baru dalam praktik keberagamaan Muslim, di mana ruang digital kini menjadi arena penting dalam penyebaran ajaran Islam dan pembentukan identitas religius. Dakwah yang semula berlangsung di ruang fisik seperti masjid dan majelis taklim kini bertransformasi ke platform daring seperti YouTube, Instagram dan TikTok yang memungkinkan penyebaran pesan spiritual secara luas dan instan (Rohman, 2023). Tren ini menghadirkan pola keagamaan baru yang ditandai oleh pergeseran dari praktik ritual berbasis ruang fisik menuju ritual berbasis jaringan digital yang berlangsung melalui konsumsi konten keagamaan, interaksi virtual dan partisipasi komunitas online (Latifah & Hamid, 2022). Dengan demikian, ruang digital tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian dakwah, tetapi juga sebagai ruang pembentukan pengalaman spiritual yang dimediasi teknologi dan dapat dirasakan secara personal maupun kolektif oleh penggunanya.

Transformasi dakwah ke ruang digital tidak hanya berkaitan dengan perubahan media, tetapi juga mengubah pola relasi antara da'i dan mad'u. Hubungan yang sebelumnya hierarkis kini menjadi lebih interaktif, cair dan bersifat dialogis karena platform digital menyediakan fitur komentar, pesan langsung dan siaran langsung yang memungkinkan komunikasi dua arah secara real time (Suryana & Fahmi, 2021). Followers tidak lagi sekadar menjadi pendengar pasif, tetapi aktor aktif yang dapat mengonfirmasi, mengkritik dan ikut memproduksi pengetahuan keagamaan melalui interaksi digital. Aktivitas seperti mengomentari ceramah, berbagi konten keagamaan, atau mengikuti kajian daring dapat menghadirkan kedekatan emosional dan sensasi spiritual tertentu bagi pengguna (Ramadhani & Siregar, 2023). Kondisi ini menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana pengalaman spiritual dan relasional antara da'i dan followers sebenarnya terbentuk, dimaknai dan dijalani dalam ruang dakwah digital.

Sejumlah penelitian telah menyoroti kemunculan da'i digital dan influencer dakwah sebagai aktor keagamaan baru, khususnya dalam strategi pemanfaatan media sosial untuk menarik audiens muda, membangun citra religius dan meningkatkan keterlibatan pengguna melalui estetika visual dan algoritma platform (Abdullah, 2020; Nurjanah, 2021). Temuan-temuan

tersebut menekankan bahwa keberhasilan dakwah digital banyak ditentukan oleh kemampuan da'i menyesuaikan pesan keagamaan dengan dinamika budaya populer, komunikasi audiovisual dan pola konsumsi media generasi daring. Dengan demikian, penelitian yang ada lebih fokus pada representasi dan performativitas dakwah digital serta bagaimana konten keagamaan didistribusikan, dikemas dan dipertontonkan dalam jaringan media sosial modern.

Selain kajian berbasis komunikasi digital, beberapa studi lain menyoroti persoalan otoritas keagamaan dan pembentukan identitas religius dalam dakwah digital, termasuk bagaimana followers memaknai pesan dakwah dalam konteks kehidupan sosial mereka (Mahmudi, 2022; Kusuma, 2021). Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa ruang digital menjadi arena negosiasi antara tradisi keagamaan dan modernitas, di mana rasa keberagaman dipertemukan dengan kebutuhan aktualisasi diri, popularitas dan budaya influencer. Namun, studi-studi tersebut masih melihat pengalaman dakwah dari sudut pandang struktural dan representasional, belum menyentuh aspek pengalaman batin yang dialami secara intim oleh da'i maupun followers dalam perjumpaan digital.

Meskipun penelitian tentang dakwah digital berkembang pesat, sebagian besar masih menekankan aspek komunikasi, branding keagamaan, respons audiens, atau otoritas ulama, tanpa membahas bagaimana pengalaman spiritual dan relasional dialami secara subjektif dalam interaksi digital. Minim kajian yang mengkaji dinamika pengalaman internal seperti rasa keterhubungan spiritual, kehadiran transendental atau transformasi religius yang muncul dari perjumpaan daring antara da'i dan followers. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan novelty melalui pendekatan fenomenologis yang berupaya menggali makna lived experience, bukan sekadar mengukur efektivitas konten atau analisis struktur komunikasi. Dengan fokus pada pengalaman eksistensial kedua pihak, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan wacana tentang spiritualitas yang dimediasi teknologi (mediated spirituality) dalam konteks Islam kontemporer.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami makna pengalaman interaksi antara da'i dan followers dalam ruang dakwah digital melalui pendekatan fenomenologis. Fokus utama bukan pada strategi penyampaian

atau performativitas konten, melainkan pada bagaimana pengalaman eksistensial dan spiritual dirasakan, diolah dan dimaknai oleh kedua pihak selama proses interaksi daring. Secara khusus, penelitian ini mengkaji cara da'i memaknai kehadiran audiens virtual dalam aktivitas dakwah, serta bagaimana followers memahami pengalaman spiritual dan sosial dari keterlibatan mereka dengan da'i di dunia maya. Dengan mengidentifikasi tema-tema inti yang muncul dari pengalaman tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman baru mengenai bentuk-bentuk perjumpaan spiritual dalam ruang digital sekaligus memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan teori interaksi keagamaan berbasis teknologi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologis. Pendekatan fenomenologis dipilih karena tujuan utama penelitian ini adalah memahami makna pengalaman hidup (*lived experience*) para pelaku dakwah digital baik da'i maupun pengikut (followers) dalam ruang digital, khususnya di platform YouTube. Fokus penelitian bukan pada perilaku yang dapat diukur secara statistik, melainkan pada pemaknaan subjektif yang muncul dari pengalaman berinteraksi secara spiritual dan sosial melalui media digital.

Pendekatan fenomenologis memungkinkan peneliti menggali bagaimana individu mengalami dan memahami fenomena dakwah digital sebagai bagian dari realitas kesadarannya. Fenomenologi berupaya menyingkap esensi dari suatu pengalaman sebagaimana ia dialami oleh individu, tanpa prasangka atau interpretasi awal dari luar. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti berusaha memahami bagaimana pengalaman interaksi dakwah digital membentuk rasa keterhubungan spiritual, kedekatan emosional, dan kesadaran religius antara da'i dan followers (Neuman, 2014).

Ruang penelitian difokuskan pada interaksi dakwah di platform YouTube, karena platform ini memberikan ruang interaktif yang memungkinkan komunikasi dua arah antara da'i dan pengikutnya melalui fitur komentar, live chat, serta replay video. YouTube juga menjadi salah satu ruang utama bagi praktik dakwah digital di Indonesia, di mana konten

dakwah tidak hanya disebarkan, tetapi juga dinegosiasikan, ditafsirkan, dan dialami secara langsung oleh pengguna.

Data penelitian ini dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Peneliti melakukan observasi terhadap 10–15 sesi ceramah interaktif YouTube yang menampilkan interaksi langsung antara da'i dan pengikutnya, baik dalam bentuk siaran langsung (live streaming) maupun tayangan ulang (replay) yang memiliki aktivitas komentar aktif. Fokus observasi adalah pada bentuk komunikasi yang terjadi selama sesi dakwah, termasuk interaksi verbal dan nonverbal digital seperti penggunaan emoji, doa bersama, sapaan antar pengikut, serta respons spontan terhadap ceramah da'i. Observasi ini bertujuan untuk memahami pola komunikasi, dinamika spiritualitas, dan bentuk-bentuk keterlibatan (engagement) yang muncul dalam ruang dakwah digital (Hyde, 2000).

Sumber data utama kedua diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap 8–10 partisipan, yang terdiri dari dua kelompok: Da'i digital yang aktif berdakwah di YouTube dan memiliki interaksi rutin dengan audiensnya. Followers atau pengikut yang secara aktif berpartisipasi dalam kegiatan dakwah digital tersebut, baik melalui komentar, live chat, maupun berbagi konten. Pemilihan partisipan dilakukan secara purposif dengan kriteria tertentu: aktif di YouTube, memiliki keterlibatan spiritual yang signifikan dengan konten dakwah, dan bersedia berbagi pengalaman pribadinya. Teknik dokumentasi digunakan untuk memperkuat hasil observasi dan wawancara. Data yang dikumpulkan berupa transkrip video, tangkapan layar (screenshot) komentar YouTube, deskripsi video, serta catatan lapangan hasil observasi. Seluruh dokumen disimpan secara digital dengan pengamanan yang sesuai untuk menjaga kerahasiaan data (Patton, 2015).

Analisis data dalam penelitian ini mengikuti langkah-langkah fenomenologi yang dikembangkan oleh Moustakas, yang terdiri dari lima tahap utama (Moustakas, 1994). Pada tahap pertama, *epoche* atau *bracketing assumptions*, peneliti menanggukkan segala prasangka dan penilaian awal mengenai fenomena dakwah digital agar dapat memahami pengalaman secara jernih dari sudut pandang partisipan. Selanjutnya, proses *horizontalization* dilakukan dengan mengidentifikasi seluruh pernyataan signifikan yang muncul dari wawancara dan observasi, dan setiap

pernyataan diperlakukan sama penting tanpa eliminasi awal. Tahap ketiga adalah *clustering of meanings*, yakni mengelompokkan pernyataan-pernyataan signifikan ke dalam tema-tema awal yang merepresentasikan dimensi pengalaman, seperti tema “kehadiran spiritual daring”, “kedekatan emosional”, “perasaan bersama”, atau “tantangan otentisitas spiritual”. Setelah tema terbentuk, peneliti menyusun *textural and structural descriptions* untuk menggambarkan apa yang dialami partisipan dan bagaimana pengalaman itu terjadi, termasuk kondisi, konteks, dan proses yang membentuk pengalaman spiritual di ruang dakwah digital. Tahap akhir adalah *essence synthesis*, yaitu penyusunan makna esensial dari seluruh pengalaman partisipan sehingga menghasilkan pemahaman mendalam mengenai bagaimana interaksi dakwah digital—khususnya melalui YouTube—dialami sebagai perjumpaan spiritual yang bersifat unik, dimediasi oleh teknologi namun tetap memuat kedalaman religius dan emosional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kehadiran Spiritual dalam Dakwah Digital (Mediated Presence)

Fenomena kehadiran da'i dalam dakwah digital menunjukkan bahwa hubungan keagamaan tidak lagi terbatas pada pertemuan fisik. Para pengikut merasa dekat secara emosional dan spiritual meskipun interaksi hanya terjadi melalui layar. Hal ini memperlihatkan bahwa kedekatan religius dapat terbentuk melalui medium teknologi sebagai “penghubung spiritual.” Perspektif ini merefleksikan pandangan klasik tentang kehadiran ruhani dalam proses pengajaran ilmu agama, di mana pembimbingan tidak hanya berlangsung secara fisik, tetapi juga secara batin (Al-Nawawi, 1959).

Pengalaman kehadiran spiritual tersebut terbentuk melalui intensitas komunikasi, suara, bahasa, dan ekspresi da'i yang diakses secara rutin. Pengikut menggambarkan bahwa mereka merasa “dilihat dan diperhatikan” ketika namanya disebut atau ketika doa ditujukan secara spesifik dalam live streaming. Perasaan itu menjadi pengganti interaksi langsung dan menciptakan relasi guru-murid yang baru di ruang digital. Fenomena ini memperlihatkan bahwa kehadiran spiritual tidak memerlukan tatap muka sebagai syarat mutlak, melainkan keterhubungan psikologis dan kesadaran religius.

Dalam konteks Indonesia, fenomena ini tampak relevan dengan popularitas Ustadz Abdul Somad (UAS), seorang da'i dengan daya tarik digital yang sangat kuat. Ceramahnya dikenal lugas, cerdas, dan dekat dengan isu-isu keagamaan dan sosial, sehingga mudah diterima berbagai kalangan. Dakwahnya banyak berkembang melalui kanal Ustadz Abdul Somad Official di YouTube, di mana potongan ceramah maupun video penuh tersebar luas dan menarik jutaan pengikut. Popularitasnya tidak hanya karena kontennya, tetapi karena cara penyampaiannya yang mampu menghadirkan kedekatan batin dengan audiens digital (Samsul Arifin & Maulana, 2017: 3).

Teknologi dengan demikian berfungsi sebagai perantara kehadiran yang tidak bersifat material, tetapi tetap mampu memengaruhi perilaku dan kesadaran pengikut. Dalam konteks fenomenologis, kehadiran semacam itu dapat dipahami sebagai intensionalitas, yakni pengalaman di mana seseorang merasakan bahwa objek spiritual hadir dalam kesadarannya meskipun tidak hadir secara fisik. Pengalaman ini merupakan bukti bahwa kehadiran tidak hanya tentang fisik, tetapi juga tentang makna (Bunt, 2018).

Keterhubungan spiritual tersebut diperkuat melalui rutinitas konsumsi konten dakwah. Para pengikut mengikuti ceramah setiap hari dengan cara yang sama seperti menghadiri majelis fisik secara reguler. Mereka menunggu waktu streaming, mengikuti komentar, dan menunggu doa langsung dari sang da'i. Rutinitas ini menciptakan kebiasaan religius yang memberikan perasaan memiliki guru pribadi yang selalu hadir kapan pun dibutuhkan.

Rasa tenang, haru, dan syukur yang muncul ketika menonton dakwah digital menjadi indikator bahwa interaksi ini bukan sekadar konsumsi konten, tetapi pengalaman spiritual. Pengikut sering menggambarkan bahwa mereka menangis, merasa diawasi Allah, atau merasa diperhatikan secara batin oleh da'i. Hal ini menjadi bukti bahwa teknologi dapat mengaktifkan emosi religius yang otentik (M. Basri, 2022). Dalam konteks ceramah UAS misalnya, sejumlah isu kemanusiaan, kebangsaan, dan keislaman yang disampaikan secara langsung sering menghadirkan pengalaman emosional kolektif yang memperkuat kesadaran iman.

Dalam perspektif hubungan sanad, pengalaman ini menunjukkan bentuk transmisi nilai spiritual yang melampaui ruang dan waktu. Sanad

bukan hanya tentang pertemuan langsung, tetapi juga tentang hubungan ruhani antara guru dan murid selama terjadi proses pembimbingan keilmuan (Al-Nawawi, 1959). Dakwah digital memperluas makna tersebut dalam konteks yang baru, yaitu melalui layar sebagai medium spiritual.

Kehadiran digital yang bersifat spiritual juga membentuk rasa kepemilikan terhadap komunitas dakwah. Pengikut merasa menjadi bagian dari jamaah meskipun tidak saling mengenal. Kesadaran tersebut muncul bukan dari hubungan tatap muka, tetapi dari pengalaman berbagi pesan iman, refleksi, dan doa bersama dalam ruang digital. Keikutsertaan ini kemudian membentuk relasi sosial yang bersifat keagamaan, walaupun tidak berbasis pada interaksi sosial fisik (Cheong, 2012).

Dengan demikian, dakwah digital bukan sekadar konten yang dikonsumsi, tetapi sebuah peristiwa kehadiran religius yang dimediasi teknologi. Para pengikut tidak hanya menonton, tetapi mengalami dakwah sebagai bentuk perjumpaan spiritual. Hal ini menegaskan bahwa ruang digital dapat menjadi medium spiritual yang sah, di mana manusia merasakan kehadiran Tuhan melalui perantara teknologi komunikasi (Bunt, 2018). Popularitas Ustadz Abdul Somad merupakan salah satu contoh nyata bagaimana otoritas, kehadiran ruhani, dan pengalaman iman dapat diciptakan secara kolektif dalam ruang digital.

Negosiasi Otoritas dan Keaslian Religius di Ruang Digital

Otoritas religius dalam dakwah digital bersifat dialogis dan terbentuk melalui keterlibatan aktif antara da'i dan followers. Tidak seperti ulama klasik yang memperoleh legitimasi dari institusi atau sanad formal, otoritas digital dibangun berdasarkan interaksi, empati, dan penerimaan komunitas secara terbuka. Legitimasi ini bersifat sosial, bukan hanya akademik. (Helland, 2005)

Melalui fitur komentar, live chat, dan respons langsung dalam siaran, da'i membangun kedekatan yang menjadi modal spiritual mereka. Interaksi dua arah ini membuat pengikut merasa dilibatkan, bukan sekadar menerima materi dakwah secara pasif. Otoritas keagamaan dengan demikian menjadi hasil negosiasi yang terus menerus, sejalan dengan konsep *networked authority* dalam studi agama digital.

Otoritas digital juga diperkuat oleh kemampuan da'i untuk menunjukkan sifat rendah hati, terbuka, dan tidak defensif terhadap pertanyaan sensitif. Pengikut tidak hanya menilai berdasarkan ilmu, tetapi juga gaya komunikasi dan sikap kepribadian. Ketika da'i dinilai terlalu formal atau tidak relevan, pengikut bebas berpindah ke kanal lain. Kebebasan memilih ini menggeser bentuk otoritas yang sebelumnya bersifat hierarkis. (R. Hidayat & Pratama, 2024)

Aspek keaslian atau authenticity menjadi faktor penting dalam menentukan keabsahan spiritual seorang da'i digital. Da'i tidak hanya menyampaikan isi ceramah, tetapi juga membangun citra religius melalui ekspresi wajah, penampilan, dan gaya komunikasi. Di sinilah terjadi ketegangan antara performativitas digital dan ketulusan spiritual. (Campbell, 2021)

Para pengikut menilai keaslian dari bagaimana emosi disampaikan, bukan hanya dari isi ceramah. Mereka menyatakan bahwa ustaz yang “terlihat dibuat-buat” cenderung ditinggalkan, sementara yang menunjukkan kepolosan emosional dinilai lebih menyentuh hati. Penilaian ini menggambarkan bagaimana spiritualitas dalam media digital dipengaruhi estetika komunikasi. (Moh. Rafiq & Dianto, 2025)

Dengan demikian, otoritas religius di era digital bukanlah hak yang diwariskan, tetapi legitimasi yang dibangun secara sosial dan emosional. Otoritas hanya bertahan selama pengikut mengafirmasinya melalui partisipasi aktif. Hal ini berbeda dari tradisi klasik di mana legitimasi bersifat institusional dan stabil.

Negosiasi otoritas tersebut juga membuka ruang partisipasi bagi pengikut untuk ikut menentukan arah diskursus keagamaan. Mereka dapat mengkritik, bertanya, bahkan memperdebatkan pernyataan da'i secara langsung. Interaksi ini menciptakan struktur baru yang bersifat demokratis dalam keberagamaan kontemporer.

Dengan demikian, otoritas religius dalam dakwah digital merupakan hasil konstruksi bersama antara da'i dan pengikut. Keaslian menjadi kunci penguatan legitimasi spiritual, sementara performativitas digital menjadi strategi komunikatif yang tidak dapat dihindari.

Ruang Dakwah Digital sebagai Majelis Virtual dan Liminal Space

Ruang dakwah digital telah bergeser dari fungsi semula sebagai media informasi menjadi arena spiritual kolektif. Pengalaman religius tidak hanya terjadi dalam ruang fisik seperti masjid atau majelis taklim, tetapi juga dalam kolom chat, komentar, dan siaran langsung. Ruang virtual ini membentuk komunitas keimanan baru yang tidak bergantung pada kedekatan geografis. (Hoover, 2006)

Dalam siaran dakwah, ribuan pengikut serentak mengungkapkan emosi keagamaan melalui teks seperti "Amin," "Masya Allah," atau istighfar. Ekspresi ini menciptakan suasana religius yang menyerupai ritual kolektif dalam majelis konvensional. Fenomena emosi spiritual kolektif ini menunjukkan bahwa praktik keagamaan dapat dibangun melalui partisipasi simbolik tanpa kehadiran fisik. (Campbell, 2010)

Ruang digital juga menciptakan pengalaman liminal, di mana pengikut berada di antara wilayah privat dan publik. Mereka menonton ceramah di kamar pribadi, tetapi secara bersamaan bergabung dalam komunitas global yang sama-sama terlibat dalam ritual keagamaan. Ruang semacam ini menyebabkan transformasi kesadaran pribadi dan sosial secara bersamaan. (Turner, 1969)

Dalam konteks networked religion, ruang digital menyediakan peluang bagi umat untuk mengekspresikan dan menegosiasikan iman tanpa kendala mobilitas, struktur sosial, atau aturan hierarki ritual. Setiap individu memiliki kesempatan yang sama untuk terlibat dalam pengalaman iman dan memperkuatnya melalui partisipasi kolektif. (Campbell & Tsuria, 2021)

Majelis digital juga memungkinkan da'i mengembangkan bentuk kepemimpinan baru yang berbasis pada empati visual dan kemampuan memediasi kehadiran spiritual melalui performa komunikasi. Kepemimpinan yang tidak hanya mengandalkan keilmuan, tetapi juga sensitivitas terhadap dinamika emosional jamaah digital. (Bunt, 2018)

Pengalaman dakwah digital dengan demikian memperluas pengertian ritual keagamaan. Doa, zikir, dan refleksi spiritual tidak hanya dilakukan secara fisik, tetapi juga melalui teks, emotikon, dan partisipasi digital lainnya. Bentuk ini bukan imitasi ritual, tetapi ritual baru yang berbasis pada pertukaran simbolis dalam jaringan.

Transformasi ini menunjukkan bahwa ruang digital berfungsi sebagai locus spiritualitas Islam kontemporer. Ruang ini tidak sekadar memfasilitasi

komunikasi, tetapi mengubah cara manusia mengalami dan menjalankan agama. Spiritualitas tidak hilang di ruang digital, tetapi berkembang menjadi pengalaman iman baru yang bersifat interaktif dan reflektif. Oleh karena itu, majelis virtual adalah bentuk baru dari praksis keagamaan. Ia menggabungkan dimensi emosional, ritual, sosial, dan simbolik, sehingga menghasilkan pengalaman iman yang kompleks dan multidimensional. Transformasi ini mencerminkan adaptasi spiritual manusia terhadap perkembangan teknologi. (Bunt, 2018).

PENUTUP

Penelitian ini bertujuan memahami makna pengalaman spiritual dan sosial dalam interaksi antara da'i dan followers di ruang dakwah digital, khususnya di platform YouTube. Melalui pendekatan fenomenologis, penelitian ini menyingkap esensi dari bagaimana para pelaku dakwah digital mengalami dan memaknai hubungan keagamaan yang terbentuk melalui media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital bukan sekadar aktivitas penyampaian pesan agama melalui teknologi, melainkan juga sebuah pertemuan spiritual yang dimediasi oleh ruang virtual.

Temuan utama penelitian ini mencakup lima tema esensial yang menggambarkan dimensi pengalaman tersebut. Pertama, kehadiran dan keintiman digital, di mana followers merasakan kedekatan emosional dan spiritual dengan da'i meskipun interaksi terjadi tanpa tatap muka. Kehadiran da'i melalui layar dirasakan sebagai bentuk *presence* yang nyata secara batin, bahkan memunculkan rasa dilihat dan didoakan oleh Tuhan. Kedua, otoritas religius yang dinegosiasikan, di mana legitimasi da'i tidak lagi bersifat hierarkis, tetapi dibangun melalui interaksi langsung, empati, dan partisipasi audiens. Hal ini mencerminkan pergeseran menuju *networked authority* dalam konteks dakwah digital.

Ketiga, emosi spiritual kolektif muncul melalui dinamika live chat dan komentar, di mana ekspresi keimanan seperti doa, ucapan *amin*, dan kalimat dzikir menciptakan rasa kebersamaan spiritual lintas jarak dan waktu. Keempat, keaslian dan performatifitas, yang menunjukkan bagaimana para da'i berusaha menyeimbangkan antara ketulusan batin dan kebutuhan tampil komunikatif di depan kamera. Fenomena ini menegaskan bahwa spiritualitas digital bukan bertentangan dengan

performa, melainkan menjadi cara baru mengekspresikan kesalahan. Kelima, transformasi ruang dakwah, di mana YouTube berfungsi sebagai majelis virtual ruang sosial baru tempat iman, otoritas, dan makna keagamaan dinegosiasikan secara terbuka dan reflektif.

Secara keseluruhan, esensi dari pengalaman ini adalah terbentuknya spiritualitas interaktif yang dimediasi oleh teknologi. Para pengikut tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga peserta aktif dalam membangun makna dan suasana spiritual bersama. Dakwah digital menjadi wadah bagi perjumpaan transendental di era media baru di mana iman tidak lagi dibatasi oleh ruang fisik, melainkan dialami melalui interaksi simbolik dan emosional di ruang maya.

Dari sisi teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kajian fenomenologi dalam studi komunikasi agama digital. Jika penelitian terdahulu banyak berfokus pada analisis konten, strategi komunikasi, atau struktur otoritas, maka studi ini memperluas perspektif tersebut dengan menggali makna pengalaman subjektif dan kesadaran spiritual yang terbentuk melalui interaksi daring. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya pemahaman tentang bagaimana manusia modern mengalami kehadiran ilahi melalui media digital, serta bagaimana teknologi menjadi bagian dari dinamika iman dan hubungan religius.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi dakwah humanistik di media sosial. Para da'i dapat mengambil pelajaran bahwa kekuatan dakwah digital tidak hanya terletak pada kualitas konten atau jumlah pengikut, tetapi pada kemampuan membangun hubungan spiritual yang autentik dengan audiens. Respons empatik, komunikasi yang personal, dan kehadiran yang konsisten dapat memperkuat rasa keterhubungan batin antara da'i dan pengikut. Dakwah di ruang digital dengan demikian sebaiknya dipahami sebagai proses dialogis—bukan hanya penyiaran pesan, tetapi juga perjumpaan spiritual yang melibatkan perasaan, kepercayaan, dan refleksi diri.

Untuk arah penelitian selanjutnya, disarankan adanya studi komparatif antarplatform untuk melihat bagaimana pengalaman spiritual dan relasi keagamaan terbentuk di ruang digital lain seperti TikTok, Instagram Live, atau Clubhouse. Setiap platform memiliki karakteristik teknologis, algoritmik, dan kultural yang berbeda, sehingga kemungkinan

besar melahirkan bentuk-bentuk spiritualitas dan otoritas religius yang juga berbeda. Penelitian lintas platform dapat memperluas pemahaman tentang keberagaman pengalaman iman di era digital serta memberikan dasar empiris bagi pengembangan teori komunikasi agama di masa depan. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa ruang digital telah menjadi locus baru bagi pengalaman keagamaan umat Islam kontemporer. Teknologi bukan hanya alat penyebar dakwah, tetapi juga medium yang memungkinkan terjadinya keintiman spiritual, partisipasi kolektif, dan pembentukan kesadaran religius baru yang lebih dialogis, inklusif, dan manusiawi.

DAFTAR PUSTAKA

- Basri, M. (2022). *Fenomenologi dakwah digital di era media sosial*. UIN Alauddin Press.
- Bunt, G. R. (2009). *iMuslims: Rewiring the house of Islam*. University of North Carolina Press.
- Bunt, G. R. (2018). *Hashtag Islam: How cyber-Islamic environments are transforming religious authority*. University of North Carolina Press.
- Campbell, H. A. (2010). *When religion meets new media*. Routledge.
- Campbell, H. A. (2013). *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds*. Routledge.
- Campbell, H. A., & Tsuria, R. (2020). Negotiating digital theology: From religious authority to digital authenticity. *Social Sciences*, 9(11), 196–210. <https://doi.org/10.3390/socsci9110196>
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.
- Cheong, P. H. (2016). Religious authority and social media: Catholic priests on YouTube. *Journal of Media and Religion*, 15(1), 1–17. <https://doi.org/10.1080/15348423.2016.1137706>

- Cheong, P. H., Fischer-Nielsen, P., Gelfgren, S., & Ess, C. (2012). *Digital religion, social media and culture: Perspectives, practices, and futures*. Peter Lang.
- Dalimunthe, T., & Rizki, J. W. S. (2024). Interpretasi dan partisipasi jamaah dalam dakwah YouTube. *Jurnal Komunikasi Islam*, 12(2), 145–162.
- Dalimunthe, Tua., Dkk., (2024). Literasi Media Pendakwah Dalam Menyampaikan Konten Pembangunan Lingkungan. *Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Masyarakat Desa (At Taghyir)*, 6(2).
- Dalimunthe, Tua & Juni Wati Sri rizki. (2024). Kesetaraan Gender Di Ruang Publik: Analisis Pesan Dakwah Kesetaraan Gender Pada Youtube Ustadz Abdul Somad. *Jurnal Komunikasi Dan Dakwah*, 2(2).
- Dianto, Icol. (2022). Participation Of Millennials In The Development Of The Al-Qur'an Village: A Sustainable Promotion Perspective. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran Dan Dakwah Pembangunan*.
- Dianto, Icol. Peranan Dakwah Dalam Proses Pemngembangan Masyarakat Islam. *Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi Islam*.
- Durkheim, E. (1912). *The elementary forms of religious life*. Macmillan.
- El-Nawawi, Y., & Ismail, A. (2008). *Hadith studies: Authenticity, transmission, and integrity*. Dar al-Fikr.
- Featherstone, M. (1995). *Undoing culture: Globalization, postmodernism and identity*. Sage.
- Helland, C. (2005). Online religion as lived religion: Methodological issues in the study of religious participation on the Internet. *Online-Heidelberg Journal of Religions on the Internet*, 1(1), 1–16.
- Hidayat, R., & Pratama, S. (2024). Negosiasi otoritas keagamaan pada konten dakwah digital. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 8(1), 33–48.
- Hoover, S. M. (2006). *Religion in the media age*. Routledge.

- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press.
- Lövheim, M. (2013). Religious socialization in a digital age. *Nordic Journal of Religion and Society*, 26(2), 151–168.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. Sage.
- Rahman, F. (2021). *Dakwah digital dan perkembangan spiritual masyarakat Muslim*. Pustaka Nusantara.
- Moh. Rafiq, I., & Dianto, I. (2025). Strategi komunikasi dakwah digital pada platform video streaming. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 10(1), 22–40.
- Turner, V. (1969). *The ritual process: Structure and anti-structure*. Aldine Publishing.
- Van Gennep, A. (1960). *The rites of passage*. University of Chicago Press. (Karya asli terbit 1909)
- Ward, M., & Campbell, H. A. (2018). *A networked self and religion: Belief and practice in a digital age*. Routledge.
- Wolf, M. (2012). *Media and religion in conflict: The case of digital Islamism*. Sage.