

DEKONSTRUKSI SPIRITUALITAS DI ERA AKAL IMITASI: ANALISIS SOSIO-TEOLOGIS KRITIS ATAS FENOMENA HIJRAH, PERGESERAN OTORITAS, DAN BIAS ALGORITMA KEAGAMAAN DI INDONESIA

Roberto Arieza Martin Purba¹, Ahmad Luqman Hakim²

¹Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

²Universitas Padjadjaran, Bandung, Indonesia

Email: robertopurba.jurnal@gmail.com

Abstrak

Perkembangan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) telah mengubah cara masyarakat memperoleh dan memahami informasi keagamaan. Salah satu fenomena yang muncul adalah semakin banyaknya kutipan motivasi keagamaan yang diproduksi oleh AI dan disebarluaskan melalui media sosial. Fenomena ini mendorong munculnya “hijrah digital”, yaitu perubahan orientasi keagamaan yang dipengaruhi oleh konsumsi konten religius instan. Penelitian ini bertujuan menganalisis dampak penggunaan AI terhadap praktik keberagaman, otoritas keagamaan, dan pembentukan identitas religius di ruang digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif-analitis dan yuridis-empiris dengan mengkaji berbagai teori sosiologi media, literatur akademik, serta perspektif hukum Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa AI memberikan kemudahan dalam penyebaran pesan keagamaan, tetapi juga berpotensi menyederhanakan ajaran agama menjadi sekadar motivasi emosional. Selain itu, AI dapat menggeser peran otoritas keagamaan tradisional, memperkuat komodifikasi agama, dan menimbulkan bias informasi melalui algoritma media sosial. Dalam perspektif Islam, AI dapat dimanfaatkan sebagai sarana dakwah dan pembelajaran selama digunakan secara bijak, disertai verifikasi informasi, serta tetap berada di bawah bimbingan otoritas keagamaan yang kompeten. Oleh karena itu, diperlukan literasi digital dan pengawasan yang memadai agar pemanfaatan AI dalam bidang keagamaan dapat memberikan manfaat tanpa mengurangi kedalaman makna ajaran agama.

Kata Kunci: Kecerdasan Buatan, Hijrah Digital, Media Sosial, Otoritas Keagamaan, Dakwah Digital.

Abstract

The development of artificial intelligence (AI) has transformed the way society obtains and understands religious information. One emerging phenomenon is the increasing number of motivational religious quotes produced by AI and disseminated through social media. This phenomenon has led to the emergence of "digital hijrah," a shift in religious orientation influenced by the consumption of instant religious content. This study aims to analyze the impact of AI use on religious practices, religious authority, and the formation of religious identity in the digital space. The method used is a descriptive-analytical and juridical-empirical approach, examining various theories of media sociology, academic literature, and Islamic legal perspectives. The results show that AI facilitates the dissemination of religious messages, but also has the potential to simplify religious teachings into mere emotional motivation. Furthermore, AI can shift the role of traditional religious authorities, strengthen the commodification of religion, and create information bias through social media algorithms. From an Islamic perspective, AI can be utilized as a tool for da'wah and learning as long as it

is used wisely, accompanied by verification of information, and remains under the guidance of competent religious authorities. Therefore, digital literacy and adequate supervision are needed so that the use of AI in the religious field can provide benefits without diminishing the depth of meaning of religious teachings.

Keywords: *Artificial Intelligence, Digital Hijrah, Social Media, Religious Authority, Digital Da'wah.*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence* atau AI) yang telah berkembang sangat pesat telah merestrukturisasi secara mendasar lanskap sosiologis, teologis, dan komunikasi keagamaan di Indonesia (Khatimah & Isfandayani, 2023; Marwantika & Dauda, 2025). Agama yang dahulu banyak dipelajari melalui kitab suci, guru agama, majelis ilmu, pesantren, gereja, komunitas rohani, atau lembaga keagamaan formal, kini juga hadir dalam bentuk konten singkat di media sosial. Salah satu bentuk paling populer adalah kutipan motivasi keagamaan yang dibuat dengan bantuan AI. Ruang-ruang sakral konvensional yang dahulu menjadi episentrum transmisi pengetahuan spiritual seperti pesantren, majelis taklim, rumah ibadah, dan komunitas rohani kini mengalami disintermediasi oleh kehadiran agen-agen digital yang memproduksi konten keagamaan secara otomatis dan masif (Fakhruroji, 2019; Rahayu, 2024). Fenomena "hijrah karena AI" merupakan implikasi nyata dari pergeseran ini, di mana individu mengalami perubahan arah orientasi spiritual yang dipantik oleh konsumsi kutipan motivasi keagamaan instan yang diproduksi oleh algoritma siber (An Noor, 2025; Nurjaman dkk., 2025).

Meskipun teknologi ini menawarkan janji demokratisasi dan efisiensi akses terhadap pesan keagamaan, ia sekaligus menyimpan ambivalensi teologis yang sangat mendasar (Khatimah dkk., 2025; Supriatin dkk., 2025). Fenomena hijrah yang dimediasi oleh siber sering kali bergeser dari sebuah proses kontemplasi batin yang mendalam menjadi sebuah performa identitas visual di panggung digital (Nurjaman dkk., 2025; Rahayu & Riauan, 2022).

Fenomena ini tampak sederhana, tetapi sebenarnya menyimpan persoalan yang kompleks. Banyak orang membuat kutipan agama dengan bahasa yang indah, emosional, dan menyentuh, tetapi tidak selalu didasarkan pada pemahaman agama yang mendalam. AI dapat menghasilkan kalimat yang terdengar religius, tetapi belum tentu sesuai dengan tafsir, konteks kitab suci, atau tradisi keilmuan agama tertentu. Gejala ini ditandai dengan perubahan estetika pada profil media sosial, adopsi simbol pakaian tertentu, penghapusan jejak digital masa lalu, hingga penggunaan narasi pertobatan yang melankolis (Rahayu, 2024; Rahayu & Riauan, 2022).

Media sosial hari ini bekerja dengan logika kecepatan. Konten yang singkat, emosional, dan mudah dibagikan memiliki peluang lebih besar untuk viral. Dalam situasi ini, agama sering dikemas menjadi pesan-pesan pendek yang mudah dikonsumsi. Kutipan agama tidak lagi selalu lahir dari proses belajar yang panjang, tetapi dapat dibuat secara instan oleh AI. Contoh kutipan motivasi keagamaan yang sering diproduksi di media sosial antara lain "Allah tahu kamu lelah, tapi Allah juga tahu kamu kuat.", "Jangan sedih, mungkin Allah sedang menjauhkanmu dari sesuatu yang tidak baik untukmu.". Kutipan-kutipan seperti ini memiliki daya tarik besar karena menyentuh pengalaman emosional manusia modern: kesepian, kegagalan cinta, tekanan ekonomi, rasa bersalah, kehilangan arah, dan keinginan untuk berubah. AI mampu merangkai bahasa yang terasa personal, seolah-olah memahami luka batin pembacanya. Di media sosial, kutipan seperti ini sering menjadi pemantik perubahan identitas. Seseorang bisa merasa tersentuh, menangis, merasa berdosa, lalu menyatakan diri ingin "hijrah". Hijrah dalam konteks ini bukan hanya perpindahan spiritual, tetapi juga menjadi fenomena media: ditampilkan melalui pakaian, bio akun, unggahan kutipan, video pendek, musik sedih, dan narasi

pertobatan. Dalam memetakan pergeseran ini, nalar mediatisasi agama memperlihatkan bahwa adaptasi teknologi mengubah cara pesan keagamaan dibingkai dan dikonsumsi (Fakhruroji, 2021).

Masalah muncul ketika kutipan-kutipan tersebut dianggap sebagai representasi ajaran agama yang utuh. Padahal, agama tidak hanya berisi motivasi, tetapi juga hukum, etika, sejarah, tafsir, ritual, tanggung jawab sosial, dan kedisiplinan spiritual. Ketika agama dipersempit menjadi kalimat-kalimat menenangkan, maka agama berisiko berubah menjadi terapi emosional digital semata.

Fenomena ini juga memperlihatkan adanya perubahan otoritas. Dahulu, seseorang bertanya kepada ustaz, pendeta, pastor, biksu, guru spiritual, atau tokoh agama. Kini, seseorang dapat bertanya kepada AI, lalu menjadikan jawabannya sebagai bahan konten dakwah. Akibatnya, otoritas agama berpindah dari manusia berilmu kepada mesin bahasa dan algoritma media sosial. Oleh karena itu, tulisan ini menyajikan sebuah analisis sosio-teologis kritis multidimensional guna menelaah bagaimana "akal imitasi" ini bekerja, mendisrupsi otoritas keagamaan tradisional, memicu komodifikasi iman, serta memperkuat bias sosial melalui algoritma yang bekerja di balik layar (Adorno dkk., 2000; Nurjaman dkk., 2025).

B. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan ganda yang mengolaborasikan metode Deskriptif-Analitis dan Yuridis-Empiris guna membedah fenomena keagamaan digital di Indonesia secara holistik. Pendekatan Deskriptif-Analitis digunakan untuk memetakan, mendeskripsikan, dan mendekonstruksi realitas sosiologis serta pola komunikasi pengguna media sosial dalam mengonsumsi kutipan keagamaan berbasis AI (Saumantri dkk., 2023). Metode ini diperkuat dengan analisis teori sosial kritis kontemporer, meliputi Dramaturgi Erving Goffman (Rahayu & Riauan, 2022) Industri Budaya Theodor Adorno (Adorno dkk., 2000), Simulakra Jean Baudrillard (Saumantri dkk., 2023), serta teori *Uses and Gratifications* (Supriatin dkk., 2025). Melalui pendekatan ini, peneliti menganalisis motif audiens dan pergeseran representasi spiritualitas dari autentik menjadi performatif (Baudrillard, 1994; Supriatin dkk., 2025).

Sementara itu, pendekatan Yuridis-Empiris diterapkan untuk menguji produk hukum Islam (*ijtihad/fatwa*) dan respons kelembagaan ormas keagamaan (seperti MUI, NU, dan Muhammadiyah) terhadap perkembangan teknologi kecerdasan buatan (Khatimah dkk., 2025; Marwantika & Dauda, 2025). Aspek *yuridis* difokuskan pada penelaahan normatif dalil Al-Qur'an, hadis Nabi, kaidah-kaidah fikih (*qawa'id fighiyyah*), serta keputusan fatwa keagamaan resmi. Aspek *empiris* merujuk pada analisis data lapangan berupa studi kasus aplikasi spiritual komersial seperti Muslim AI Companion pada PT Muslimai Global Network (Nurjaman dkk., 2025).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Akselerasi Dakwah Digital dan Lahirnya Akal Imitasi

Karakteristik utama dari media sosial kontemporer adalah kepatuhannya pada logika kecepatan, penyederhanaan pesan, dan maksimalisasi keterlibatan emosional pengguna (Khatimah dkk., 2025; Nurjaman dkk., 2025). AI bekerja dengan mengolah pola bahasa. Ia dapat menghasilkan kalimat religius yang indah, tetapi tidak memiliki iman, pengalaman spiritual, atau tanggung jawab moral. AI tidak berdoa, tidak bertobat, tidak memahami penderitaan manusia secara eksistensial, dan tidak mengalami pergulatan rohani. Ia hanya menyusun kata berdasarkan pola data.

Dalam ekosistem yang serba cepat ini, pesan keagamaan yang kompleks dan multidimensi direduksi menjadi kutipan-kutipan mikro yang mudah dikonsumsi (Fakhruroji, 2015; Marwantika & Dauda, 2025). AI generatif bertindak sebagai motor penggerak utama

dalam memproduksi kutipan-kutipan emosional ini secara instan dan tanpa batas (An Noor, 2025; Khatimah dkk., 2025). Kutipan seperti "*Allah tahu kamu lelah, tapi Allah juga tahu kamu kuat*" atau "*Kadang Allah menghancurkan rencanamu agar kamu kembali kepada rencananya*" dirangkai sedemikian rupa dengan bahasa yang intim untuk menyentuh kerentanan psikologis manusia modern yang kerap dihadapkan pada alienasi sosial, kecemasan ekonomi, dan krisis eksistensial (Arifin dkk., 2025).

Penyederhanaan doktrin ini memicu apa yang disebut sebagai "paradoks dakwah digital" (*digital dawah paradox*), yaitu situasi di mana perluasan jangkauan pesan keagamaan terjadi secara simultan dengan distorsi makna teologis yang mendalam (An Noor, 2025; Marwantika & Dauda, 2025). Ketika ajaran agama dipadatkan hanya dalam batas kalimat menenangkan berlatar belakang visual senja atau rintik hujan, fungsi esensial agama sebagai penegak etika sosial, kedisiplinan ritual, dan hukum transendental bergeser menjadi sekadar instrumen terapi psikologis individual yang dangkal (Adorno dkk., 2000; Rahayu & Riauan, 2022). AI mampu meniru bahasa spiritual secara estetis, namun ia sepenuhnya absen dari dimensi iman, pengalaman batin, pertobatan yang tulus, serta tanggung jawab moral di hadapan Sang Pencipta (Marwantika & Dauda, 2025; Khatimah dkk., 2025). Pola pengemasan bahasa agama yang dangkal dan terfragmentasi ini memperlihatkan bagaimana media populer membingkai pesan keagamaan demi estetika visual (Fakhruroji dkk., 2020).

Secara normatif-teologis, tindakan mengadopsi atau menyebarluaskan narasi keagamaan instan yang diproduksi secara acak oleh mesin tanpa validasi keilmuan menabrak batasan etis yang digariskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Isra' ayat 36:

"وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا"

"Dan janganlah kamu mengikuti sesuatu yang tidak kamu ketahui. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati nurani, semua itu akan diminta pertanggungjawabannya."

Tafsir Al-Misbah menjelaskan bahwa ayat ini meletakkan tuntunan universal agar manusia tidak berucap, bertindak, atau meyakini suatu perkara keagamaan atas dasar prasangka buruk, ilusi, maupun informasi tanpa dasar metodologis yang valid (*ilmu*). Menurut penafsiran klasik Ibnu Katsir, larangan keras dalam ayat ini mencakup tindakan berkomentar atau menyebarkan dalil keagamaan yang bersumber dari ketidaktahuan (*jahalah*). AI generatif menyusun kalimat keagamaan bukan atas landasan pemahaman epistemologis, melainkan probabilitas statistik bahasa, sehingga menjadikannya rentan melahirkan kedustaan atas nama syariat apabila ditelan mentah-mentah oleh pengguna internet (Mustofa & Bin Salman, 2026).

2. Kontestasi Otoritas dan Sikap Ormas Keagamaan di Indonesia

Kehadiran AI telah mendisrupsi monopoli pengetahuan keagamaan yang selama ratusan tahun dipegang oleh para ulama dan lembaga keagamaan formal (Rahayu & Riauan, 2022). Berdasarkan hasil kajian sosiologis mutakhir, orientasi keagamaan generasi muda Indonesia hari ini tidak lagi merujuk pada fatwa kelembagaan resmi, melainkan sangat ditentukan oleh konten apa yang disuguhkan oleh algoritma siber ke dalam lini masa mereka (Nurjaman dkk., 2025; Khatimah dkk., 2025). Hal ini memicu keprihatinan mendalam dari organisasi keagamaan arus utama di Indonesia yang melihat adanya risiko delegitimasi peran ulama tradisional dan hilangnya konsep *sanad* keilmuan, yaitu silsilah transmisi pengetahuan yang sah dan teruji dari guru ke murid (Khatimah dkk., 2025; Marwantika & Dauda, 2025). Bergesernya monopoli pengetahuan agama dari para ulama tradisional ke arah populisme siber didorong kuat oleh demokratisasi akses informasi keagamaan di internet (Solahudin & Fakhruroji, 2019).

Guna merespons disrupsi ini, organisasi keagamaan di Indonesia menunjukkan spektrum sikap yang bervariasi, mulai dari yang bersikap akomodatif-progresif hingga yang bersikap sangat kritis dan hati-hati (Khatimah dkk., 2025; Marwantika & Dauda, 2025).

Kontestasi dan respons institusional ini dapat dipetakan secara terstruktur pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Matriks Perbandingan Tiga Organisasi dalam Menanggapi Perkembangan AI dalam Ranah Keagamaan

Organisasi/Lembaga Keagamaan	Sikap Dasar terhadap AI Keagamaan	Manifestasi Kebijakan & Tindakan	Fokus Isu & Kekhawatiran Utama
Majelis Ulama Indonesia (MUI)	Akomodatif-Regulatif (Khatimah dkk., 2025)	Mengkaji strategi kecerdasan artifisial untuk dakwah); Menekankan kehadiran fatwa di ruang siber (Khatimah dkk., 2025)	Hilangnya orientasi keagamaan pemuda ke lembaga resmi (Khatimah & Isfandayani, 2023); Perlunya etika penggunaan AI (Khatimah dkk., 2025)
Muhammadiyah	Progresif-Akomodatif (Marwantika & Dauda, 2025)	Mengembangkan platform internal seperti ChatMu GPT yang berbasis pada himpunan putusan tarjih Marwantika & Dauda, 2025).	Optimalisasi efisiensi dakwah bagi para santri dan ustadz dalam mempersiapkan khotbah Marwantika & Dauda, 2025).
Nahdlatul Ulama (NU)	Kritis-Pragmatis (Khatimah dkk., 2025)	Mengeluarkan keputusan fatwa resmi terkait batasan hukum AI.	Hilangnya sanad keilmuan tradisional Marwantika & Dauda, 2025); AI tidak memiliki kapasitas ijtihad atau kualifikasi mufti (Khatimah dkk., 2025)

Sumber: Data Diolah

Secara teologis-yuridis, ijtihad atau perumusan hukum syariat (*fatwa*) menuntut kualifikasi ketat yang tidak mungkin dimiliki oleh kecerdasan buatan. Dalam kajian ushul fikih, terdapat empat syarat utama bagi seorang *mufti/mujtahid* (Chairunnisa dkk., 2025):

1. Syarat Umum: Harus seorang *mukallaf* (muslim, baligh, dan berakal sehat).
2. Syarat Keilmuan: Memiliki kemampuan menganalisis dalil-dalil *sam'i* (Al-Qur'an dan Sunnah) serta *aqli* (nalar ijtihad), menguasai bahasa Arab beserta perangkat metodologinya (*istinbat*).
3. Syarat Kepribadian: Memiliki sifat '*adalah* (adil, bertakwa) dan dapat dipercaya (*tsiqah*), sehingga layak menjadi teladan moral masyarakat.
4. Syarat Maqashid: Memahami esensi kemaslahatan kemanusiaan di balik hukum syara'.

Karena AI hanyalah sebuah mesin pengolah data berbasis algoritma matematis tanpa kesadaran moral (*moral agency*), intuisi keagamaan, maupun rasa takut kepada Allah, ia secara mutlak tidak sah bertindak sebagai *mufti*. Penegasan ini selaras dengan Al-Qur'an Surah An-Nisa' ayat 59 yang memerintahkan umat untuk menundukkan kepatuhan hukum keagamaan kepada pemegang otoritas nyata (*ulul amri*) di antara manusia, bukan kepada entitas imitasi buatan manusia (Chairunnisa dkk., 2025; Khatimah dkk., 2025).

3. Teori Sosiologi dan Media dalam Membaca Fenomena Hijrah

Fenomena hijrah yang dimediasi oleh AI dan media sosial dapat dibedah secara komprehensif melalui empat kerangka teoretis sosiologi media modern (Rahayu & Riauan, 2022; Saumantri dkk., 2023).

Pertama, jika dianalisis melalui teori *Uses and Gratifications*, ketertarikan masyarakat terhadap kutipan keagamaan yang diproduksi AI didorong oleh upaya pemenuhan kebutuhan psikologis yang berlapis (Supriatin dkk., 2025). Teks-teks religius artifisial tersebut dikonsumsi secara aktif oleh pengguna internet karena mampu memuaskan kebutuhan afektif (memberikan kenyamanan emosional yang instan), kebutuhan integrasi personal (memperkuat citra diri sebagai sosok yang sedang memperbaiki diri), serta kebutuhan pelepasan ketegangan (*tension release*) di tengah beratnya tekanan hidup sehari-hari (Arifin dkk., 2025; Supriatin dkk., 2025).

Kedua, perspektif dramaturgi Erving Goffman memperlihatkan bagaimana hijrah digital bertransformasi menjadi sebuah pengelolaan kesan (*impression management*) di panggung depan (*front stage*) (Rahayu & Riauan, 2022). Akun media sosial bertindak sebagai panggung pentasan di mana sang aktor secara selektif menampilkan simbol-simbol kesalehan baru yang didesain secara estetis. Penggunaan kata-kata bijak yang diproduksi AI, perubahan bio akun keagamaan, dan gaya busana muslim modern dikonstruksikan sebagai penanda identitas kesalehan (Rahayu & Riauan, 2022; Kunkunrat et al., 2026). Konstruksi kesalehan visual ini tidak terlepas dari fenomena identitas sosial urban muslimah yang berusaha menampilkan gaya hidup yang modis sekaligus religius di media sosial (Fakhruroji & Rojiati, 2017). Namun, pentasan di panggung depan ini kerap mengalami kesenjangan dengan panggung belakang (*back stage*), yakni realitas kehidupan spiritual yang sesungguhnya yang tidak terekam oleh kamera siber (Rahayu & Riauan, 2022).

Persoalan dramaturgi kesalehan ini secara tajam dapat dikritik menggunakan sabda Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam dalam Hadis Riwayat Bukhari (No. 1) dan Muslim (No. 1907) mengenai Niat:

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى فَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ فَهِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ لِدُنْيَا يُصِيبُهَا أَوْ امْرَأَةٍ يَنْكِحُهَا فَهِجْرَتُهُ إِلَى مَا هَاجَرَ إِلَيْهِ

"*Sesungguhnya amalan itu tergantung pada niatnya, dan setiap orang akan mendapatkan apa yang ia niatkan. Barangsiapa yang hijrahnya karena Allah dan Rasul-Nya, maka hijrahnya kepada Allah dan Rasul-Nya. Dan barangsiapa yang hijrahnya karena dunia yang ingin diraihnya atau karena wanita yang ingin dinikahnya, maka hijrahnya kepada apa yang ia niatkan.*"

Sebab wurud (*asbabul wurud*) hadis ini merujuk pada kisah seorang lelaki yang ikut melakukan migrasi fisik dari Makkah ke Madinah bukan atas dasar ketulusan iman, melainkan demi menikahi seorang wanita bernama Ummu Qais, sehingga ia dijuluki "*Muhajir Ummu Qais*" (Lestari, 2017). Dalam sosiologi kontemporer siber, "*Ummu Qais digital*" bertransformasi menjadi metrik apresiasi maya: akumulasi pengikut, tanda suka, prestise siber, personal branding kesalehan, serta komodifikasi konten keagamaan (Saumantri dkk., 2023). Hadis ini mengingatkan bahwa transformasi spiritual yang hanya dimanifestasikan sebagai performa estetis di panggung depan media sosial tanpa kemurnian niat dalam hati hanya akan melahirkan kehampaan spiritual yang pragmatis.

Ketiga, teori industri budaya dari Theodor Adorno menelanjangi bagaimana pesan spiritual di era digital telah terkooptasi oleh nalar kapitalisme instrumental (Adorno dkk., 2000). Melalui AI, konten keagamaan diproduksi secara massal dengan format yang seragam, klise, dan aman bagi sistem pasar (Khatimah dkk., 2025). Secara praktis, komodifikasi agama ini diartikan sebagai transformasi nilai guna agama sebagai tuntunan hidup luhur menjadi sekadar nilai tukar sebagai komoditas yang diperdagangkan demi gengsi sosial atau kapitalisasi ekonomi (Fakhruroji, 2020). Nilai guna spiritualitas yang seharusnya berfungsi sebagai kritik

moral dan agen perubahan sosial ditransformasikan menjadi nilai tukar berupa metrik keterlibatan siber (*likes*, *share*, dan pengikut) (Adorno dkk., 2000). Pesan keagamaan dikomodifikasi menjadi komoditas pasar siber yang menenangkan batin secara individual namun menumpulkan kepekaan sosial umat terhadap ketidakadilan struktural.

Keempat, konsep simulakra dan simulasi Jean Baudrillard menjelaskan bahwa masyarakat modern hidup di dalam hiperealitas, di mana representasi digital telah menggantikan realitas konkret (Baudrillard, 1994; Saumantri & Zikrillah, 2020). AI memperkuat simulasi ini karena ia mampu merangkai kalimat spiritual yang sangat menyentuh tanpa didasari oleh pengalaman iman yang nyata (Saumantri dkk., 2023). Yang terjadi kemudian adalah sebuah "simulasi kesalehan", di mana tanda-tanda agama dikonsumsi bukan demi esensi transendentalnya, melainkan sebagai gaya hidup dan pembeda status sosial dalam masyarakat konsumen siber (Saumantri dkk., 2023). Spiritualitas yang dihasilkan bersifat semu karena tidak lagi memiliki rujukan nyata pada tradisi keilmuan agama yang autentik (Saumantri dkk., 2023).

4. Penetrasi Pasar Kapitalisme Spiritual: Kasus Muslim AI Companion

Pergeseran otoritas dan cara beragama masyarakat tidak hanya terjadi secara kultural, melainkan juga digerakkan secara sistematis oleh kekuatan ekonomi digital melalui kapitalisasi teknologi (Adorno dkk., 2000). Salah satu contoh nyata dari komodifikasi iman di era kontemporer ini adalah hadirnya aplikasi "Muslim AI Companion" yang dioperasikan oleh PT Muslimai Global Network, Jakarta. Dilansir dari laman *Voice of Asia (VOA)* Aplikasi ini berhasil menarik minat investor global seperti HASAN.VC karena kemampuannya merespons kebutuhan spiritual umat secara instan dan personal melalui agen-agen AI yang didesain memiliki empati tinggi.

Meskipun memosisikan diri sebagai mitra pendamping spiritual yang etis, aplikasi ini mengadopsi model bisnis kapitalistik berbasis langganan premium. Karisma generatif dari asisten pintar ini dikemas sebagai layanan komersial yang memungut biaya dari kebutuhan rohani penggunanya. Hal ini menegaskan kritik Adorno bahwa industri budaya siber selalu menyembunyikan kepentingan akumulasi modal di balik selubung bahasa yang religius dan menenangkan (Adorno dkk., 2000).

5. Bias Algoritma dan Pembungkaman Digital

Dampak sosial yang paling berbahaya dari penggunaan AI dalam moderasi konten keagamaan adalah munculnya bias tidak kasat mata (*unseen bias*) yang tertanam di dalam mesin (Nurjaman dkk., 2025). Bias algoritmik ini diperparah oleh kenyataan bahwa mayoritas sistem AI generatif dilatih menggunakan kumpulan data yang sangat bias terhadap tradisi teologi Barat (Rustanta, 2025). Bias epistemologis ini berisiko meminggirkan perspektif keagamaan dari belahan dunia selatan (*Global South*), termasuk tradisi sinkretis dan pluralistik yang tumbuh subur di Indonesia (Rustanta, 2025). Akibatnya, kelompok minoritas dan penganut aliran kepercayaan lokal tidak hanya menghadapi diskriminasi di dunia nyata, melainkan juga mengalami persekusi digital berupa penghapusan identitas mereka dari ruang imajinasi publik siber karena algoritma tidak mengidentifikasi eksistensi mereka (Nurjaman dkk., 2025).

Dari sudut pandang metodologi syariat, bias personalisasi dan fenomena *echo chambers* yang dibentuk oleh AI ini melanggar perintah *tabayyun* yang diwajibkan dalam Al-Qur'an Surah Al-Hujurat ayat 6:

"يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ"

"Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti (*tabayyun*) agar kamu tidak menimpakan

suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu."

Tafsir Al-Misbah memaparkan bahwa *tabayyun* bermakna meneliti informasi hingga tampak terang, jelas, dan berada di atas landasan fakta objektif (Mustofa & Bin Salman, 2026). Namun, personalisasi konten digital bekerja dengan cara sebaliknya: ia mengurung pengguna dalam gelembung informasi subjektif (*filter bubbles*) yang menyaring fakta seimbang dan menyuburkan prasangka buruk (*zhan*) antarkelompok agama (Nurjaman dkk., 2025). Tanpa adanya proses *tabayyun* aktif dari pengguna, algoritma AI yang memprioritaskan penyebaran konten polaritatif emosional berujung pada fitnah digital dan penyesalan sosial teologis (*nadamah*) (Kurniawati & Zumra, 2025).

6. Perspektif Teologis Maqasid Shariah dan Kaidah Fiqih terhadap Disrupsi AI

Guna memberikan evaluasi teologis-yuridis yang komprehensif, fenomena pemanfaatan AI dalam dakwah siber harus diuji menggunakan kacamata metodologis *Maqasid Shariah* (tujuan-tujuan luhur hukum Islam). Mengacu pada kerangka pemikiran sistemis yang digagas oleh Jasser Auda, setiap disrupsi teknologi harus diukur dari kontribusinya terhadap pelestarian dan pengembangan lima elemen dasar kemaslahatan manusia, yaitu penjagaan agama (*hifz ad-din*), penjagaan jiwa (*hifz an-nafs*), penjagaan akal (*hifz al-aql*), penjagaan keturunan (*hifz an-nasl*), dan penjagaan harta (*hifz al-mal*) (An Noor, 2025).

Dari dimensi *hifz ad-din* (penjagaan agama), AI di satu sisi memberikan kontribusi positif berupa perluasan jangkauan syiar keagamaan dan kemudahan akses belajar Al-Qur'an secara personal (Priyatna & Maseri, 2025). Namun, di sisi lain, jika AI digunakan tanpa supervisi ahli keagamaan yang kompeten, teknologi ini justru merusak esensi agama. Hal ini disebabkan oleh timbulnya fragmentasi pemahaman teologis, penyebaran informasi hukum keagamaan yang tidak tervalidasi, serta pendangkalan makna ibadah yang direduksi sekadar menjadi teks mekanis (Khatimah dkk., 2025; Marwantika & Dauda, 2025).

Dari dimensi *hifz al-aql* (penjagaan akal), ketergantungan yang berlebihan pada asisten pintar AI dalam memecahkan masalah keagamaan kontemporer berisiko melumpuhkan kapasitas berpikir kritis umat. Manusia sebagai makhluk yang dibekali akal budi diperintahkan untuk melakukan kontemplasi mendalam (*i'tibar*) atas realitas sosial (Chairunnisa dkk., 2025). Ketika individu menyerahkan seluruh otoritas penilaian moralnya kepada algoritma probabilistik mesin, terjadi proses depersonalisasi pemikiran yang mencederai fungsi intelektual manusia sebagai pemimpin di muka bumi (*khalifah fil-ardh*) (Priyatna & Maseri, 2025). Untuk menimbang hukum penggunaan kecerdasan buatan dalam memproduksi konten agama, kita dapat merujuk pada dua kaidah fikih utama (An Noor, 2025):

- a. Kaidah pertama tentang legalitas alat (*wasilah*):

"الأصل في الأشياء الإباحة حتى يدل الدليل على التحريم"

"Hukum asal segala sesuatu (yang bermanfaat) adalah mubah (boleh) sampai ada dalil yang menunjukkan keharamannya."

Sebagai sebuah teknologi berbasis pemrosesan data, kecerdasan buatan dikategorikan sebagai instrumen netral (*wasilah*) (Chairunnisa dkk., 2025). Penggunaannya dalam menganalisis topik dakwah, merapikan jadwal ibadah, atau menerjemahkan teks-teks keagamaan adalah mubah, bahkan bernilai ibadah jika ditujukan untuk kemaslahatan umat (*mashlahah*) (An Noor, 2025).

- b. Kaidah kedua tentang minimalisasi kerusakan (*mafsadah*):

"دَرْءُ الْمَفَاسِدِ مُقَدَّمٌ عَلَى جَلْبِ الْمَصَالِحِ"

"Mencegah kerusakan (kemaafsadatan) harus didahulukan daripada menarik kemaslahatan."

Meskipun AI menawarkan efisiensi tinggi dalam dakwah digital (sebagai bentuk *jalbul mashalih*), ia membawa risiko kerusakan epistemologis yang sangat besar, seperti bias

sektarian, delegitimasi otoritas ulama konvensional, penyesalan akibat hoaks keagamaan, serta komodifikasi iman (sebagai bentuk *mafsadah*) (An Noor, 2025). Berdasarkan kaidah ini, upaya membatasi peran otonom AI, melarang perumusan fatwa independen oleh mesin, serta menyaring konten sebelum dibagikan merupakan tindakan wajib demi mencegah kerusakan iman yang lebih luas di masyarakat.

7. Tantangan Regulasi dan Konstruksi Ijtihad Kolektif Digital

Kompleksitas dampak sosial dan teologis dari kehadiran AI di ranah keagamaan menuntut adanya respons taktis yang bersifat struktural dan regulative (Khatimah dkk., 2025). Indonesia saat ini tengah menghadapi celah hukum yang kritis, di mana instrumen pengawasan yang ada belum mampu menjangkau wilayah etika AI keagamaan (Khatimah dkk., 2025). Pemerintah dan lembaga keagamaan arus utama gencar mempromosikan moderasi beragama (*wasatiyyah*) sebagai perekat kerukunan nasional, namun visi ini sering kali dirusak oleh bias algoritma media sosial yang justru memprioritaskan penyebaran konten-konten keagamaan yang memicu (Khatimah dkk., 2025; Nurjaman dkk., 2025).

Guna menjembatani kekosongan regulasi ini, diperlukan pergeseran paradigma dari model dakwah konvensional menuju konstruksi "ijtihad kolektif digital" (Khatimah dkk., 2025). Konsep ini menuntut kolaborasi multi-stakeholder yang melibatkan para ulama lintas disiplin ilmu, ahli hukum syariat, sosiolog agama, serta para insinyur teknologi data siber (An Noor, 2025; Khatimah dkk., 2025). Ijtihad kolektif digital ini bertujuan untuk merumuskan standar etika pengkodean algoritma, memastikan dataset pelatihan AI keagamaan telah melewati sensor inklusivitas teologis, serta membangun sistem verifikasi konten keagamaan digital yang transparan dan akuntabel demi melindungi masyarakat dari penipuan spiritual dan pendangkalan iman di era akal imitasi (Khatimah dkk., 2025; Marwantika & Dauda, 2025).

D. KESIMPULAN

Fenomena "hijrah karena AI" mengonfirmasi adanya transformasi radikal dalam cara masyarakat modern mengonsumsi nilai-nilai spiritual (Khatimah dkk., 2025; Nurjaman dkk., 2025). Di bawah bayang-bayang akal imitasi, batas antara kedalaman iman yang autentik dan performa kesalehan artifisial menjadi semakin kabur (Rahayu & Riauan, 2022; Saumantri dkk., 2023). Melalui teori komunikasi dan media, fenomena ini dapat dipahami sebagai hasil pertemuan antara agama, teknologi, algoritma, dan ekonomi perhatian. McLuhan membantu kita memahami bahwa media membentuk cara manusia memahami agama (Tarigan, 2024).

AI telah berhasil menstandarisasi bahasa spiritual menjadi produk industri budaya siber yang memikat secara visual, namun ia sepenuhnya hampa dari dimensi tanggung jawab teologis dan pengalaman batin transendental (Adorno dkk., 2000; Khatimah dkk., 2025). Pergeseran otoritas dari ulama manusia yang memiliki sanad keilmuan jelas kepada mesin kecerdasan buatan berisiko melahirkan generasi beragama instan yang rentan terhadap manipulasi algoritma, bias sektarian, dan komodifikasi iman (Fakhrurroji, 2020; Khatimah dkk., 2025). Dengan demikian, persoalan utamanya bukan pada AI itu sendiri, tetapi pada cara manusia menggunakannya. AI dapat menjadi alat bantu dakwah, refleksi, dan pembelajaran. Namun jika digunakan tanpa ilmu, tanpa verifikasi, dan tanpa tanggung jawab, AI dapat menciptakan agama yang indah secara bahasa tetapi dangkal secara makna.

DAFTAR PUSTAKA

- Adorno, T. W., Livingstone, R., Adorno, T. W., & Adorno, T. W. (2000). *Problems of Moral Philosophy*. Polity Press.
- An Noor, S. M. (2025). *Digitalisasi dakwah berbasis artificial intelligence: Analisis hukum Islam terhadap penggunaan aplikasi berbasis AI sebagai media dakwah perspektif*

- maqashid syariah Jasser Auda* [Undergraduate, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim]. <http://etheses.uin-malang.ac.id/79860/>
- Arifin, D., Kholil, S., & Soiman, S. (2025). Da'wah Communication via Blogging: An Analytical Study on the Role of Blogs in Islamic Preaching. *Madania: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 15(1), 70–80. <https://doi.org/10.24014/jiik.v15i1.36652>
- ASIA, V. O. (2026, Mei 20). Muslim AI Companion Secures Early-Stage Investment from HASAN.VC to Expand Ethical AI for the Global Muslim Community. *Voice of ASIA*. <https://voiceofasean.com/newsroom/muslim-ai-companion-secures-early-stage-investment-from-hasan-vc-to-expand-ethical-ai-for-the-global-muslim-community/>
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and Simulation*. University of Michigan Press.
- Chairunnisa, M., Samad, D., & Mamad, F. S. (2025). Ijtihad Digital dan Fatwa di Era Artificial Intelligence. *TOFEDU: The Future of Education Journal*, 4(9), 5350–5358. <https://doi.org/10.61445/tofedu.v4i9.1349>
- Fakhruroji, M. (2015). Mediatization of religion in “texting culture”: Self-help religion and the shifting of religious authority. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 5(2), 231. <https://doi.org/10.18326/ijims.v5i2.231-254>
- Fakhruroji, M. (2019). Digitalizing Islamic lectures: Islamic apps and religious engagement in contemporary Indonesia. *Contemporary Islam*, 13(2), 201–215. <https://doi.org/10.1007/s11562-018-0427-9>
- Fakhruroji, M. (2021). *Mediatisasi agama: Konsep, kasus, dan implikasi*. Lekkas.
- Fakhruroji, M., & Rojiati, U. (2017). Religiously fashionable: Constructing identity of urban Muslimah in Indonesia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 33(1), 199–211.
- Fakhruroji, Moch. (2020). Komodifikasi Agama Sebagai Masalah Dakwah. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 5(16), 1–18. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v5i16.352>
- Fakhruroji, Moch., Rustandi, R., & Busro, B. (2020). Bahasa Agama di Media Sosial: Analisis Framing pada Media Sosial “Islam Populer.” *Jurnal Bimas Islam*, 13(2), 203–234. <https://doi.org/10.37302/jbi.v13i2.294>
- Khusnul Khatimah, Fanti Rahmania Ramli, & Kurniati Kurniati. (2025). Regulasi dan Tantangan Pemanfaatan AI dalam Moderasi Beragama. *Majelis: Jurnal Hukum Indonesia*, 2(4), 302–313. <https://doi.org/10.62383/majelis.v2i4.1356>
- Kurniawati, F., & Zumra, I. (2025). Pendidikan Moral Islam Sebagai Solusi Mengatasi Budaya Fitnah dan Tuduhan Palsu. *EL MAQASHID: Jurnal Syariah dan Studi Islam*, 1(3), 220–230.
- Kunkunrat, K., Priangani, A., & Achmad, W. (2026). The Relationship between Islamic Boarding Schools and Islamic Politics: Democratic Literacy Education for First-Time Voters in West Java. *Nazhruna: Jurnal Pendidikan Islam*, 9(2), 461–479.
- Lestari, L. (2017). EPISTEMOLOGI ILMU ASBAB AL-WURUD HADIS. *Jurnal Studi Ilmu-ilmu Al-Qur'an dan Hadis*, 16(2), 265. <https://doi.org/10.14421/qh.2015.1602-07>
- Marwantika, A. I., & Dauda, K. O. (2025). Da'wah in the Algorithmic Era: Investigating Bias and Validity of Islamic Artificial Intelligence Applications. *MUHARRIK: Jurnal Dakwah dan Sosial*, 8(2), 01–19. <https://doi.org/10.37680/muharrrik.v8i2.7730>
- Mustofa, A., & Bin Salman, A. M. (2026). Urgensi Tabayyun Sebagai Upaya Pencegahan Disinformasi (Hoax) Agama Menurut Q.S. Al-Isra Ayat 36 dan Q.S. Al-Hujurat Ayat 6: Analisis Tafsir Maudhu'i. *Al-Muhith: Jurnal Ilmu Qur'an dan Hadits*, 5(1), 188. <https://doi.org/10.35931/am.v5i1.5768>
- Nurjaman, H., Siregar, A., & Yasinta, J. (2025). Unseen Bias: How AI Shapes Religious Narratives in Digital Spaces. *Journal Of Middle East and Islamic Studies*, 12(2). <https://doi.org/10.7454/meis.v12i2.200>

- Priyatna, S. E., & Maseri, A. C. (2025). Penerapan AI dan Machine Learning dalam Pendidikan Islam: Tantangan Etika dan Pendekatan Integratif Berbasis Maqāṣid Al-Syarī'ah. *Tarbiyatuna: Jurnal Pendidikan Ilmiah*, 10(1), 119–136. <https://doi.org/10.55187/tarjpi.v10i1.6236>
- Rahayu, M. (2024). Dramaturgi di Media Sosial: Fenomena Penggunaan Second Account di Instagram pada Kalangan Mahasiswa. *Journal of Social Media and Message*, 2(2), 108–119. <https://doi.org/10.55985/jsmm.v2i2.238>
- Rahayu, M., & Riauan, M. A. I. (2022). dramaturgi dalam media sosial: Penggunaan Second Account di instagrampada Kalangan mahasiswa Forum studi islam (Fsi) universitas islam riau. *Komunikasi Anak Muda dan Perubahan Sosial*, 78.
- Rustanta, A. (2025). Transcultural religious communication in the age of artificial intelligence: Ethical challenges and opportunities for global harmony. *Journal of Socio-Cultural Sustainability and Resilience*, 3(1). <https://doi.org/10.61511/jscsr.v3i1.2025.2156>
- Saumantri, T., Hidayatulloh, T., & Meghatruh, D. D. (2023). Konsumerisme Beragama di Era Digital: Analisis Paradigma Postmodernisme Jean Baudrillard Terhadap Fenomena Beragama Umat Islam di Indonesia. *Islamadina : Jurnal Pemikiran Islam*, 24(2), 273. <https://doi.org/10.30595/islamadina.v24i2.14961>
- Saumantri, T., & Zikrillah, A. (2020). Teori Simulacra Jean Baudrillard Dalam Dunia Komunikasi Media Massa. *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 11(2), 247. <https://doi.org/10.24235/orasi.v11i2.7177>
- Supriatin, I., Syarifah, S., Susilawati, E., Supriadi, I., & Apriani, R. (2025). Formulasi Etika Kecerdasan Buatan (AI) Dalam Pendidikan Islam: Pendekatan Maqāṣid al-Sharī'ah dan Tafsir Tematik Al-Qur'an. *Halaqa: Journal of Islamic Education*, 1(2), 121–140. <https://doi.org/10.61630/hjie.v1i2.28>
- Tarigan, R. (2024). Media Pembawa Perubahan: Tinjauan atas Teori Ekologi Media [Media Bringing Change: A Review of Media Ecology Theory]. *Jurnal Lectura*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.19166/lectura.v1i1.8673>