**IKHBAR: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi**
Volume 1 Nomor 3 (2026) 160-172
DOI: 10.65823/ikhbar
http://journal.cahayasurya.com/ikhbar
ISSN 3110-3472 (Online)

# Dekonstruksi Komunikasi Mimbar: Redefinisi Imperatif Khabar dan Insha' dalam Praktik Penyiaran Islam Digital

**Santi Asmira[1]***
[1] Universitas Islam Depok, Indonesia
* asmirasanti20@gmail.com

**ABSTRACT**

*The advance of digital broadcasting technology has disrupted traditional pulpit communication structures and transformed how religious messages are constructed and disseminated. This study aims to critically analyze the deconstruction of pulpit communication through the imperative redefinition of khabar (informative/declarative sentences) and insha' (performative/imperative sentences) in Indonesian digital Islamic broadcasting. Employing a qualitative approach integrating Norman Fairclough's Critical Discourse Analysis with Digital Ethnography, this research dissects the textual discourse of dawah rhetoric, digital platform algorithmic mechanisms, and underlying socio-cultural dynamics. The findings reveal that the transformation of pulpit communication operates through three main domains: a shift in balaghah structure where doctrinal-oriented khabar transitions into personalized popular narratives; an expansion of insha' forms from hierarchical religious instructions to interactive engagement imperatives (such as likes, comments, and subscriptions); and a reconditioning of the communicative relationship between preachers and audiences from linear-authoritative patterns into hybridized, commodified dynamics. This phenomenon expands the reach of inclusive Islamic broadcasting while simultaneously triggering an erosion of rhetorical hermeneutics, discourse fragmentation, and the desacralization of the pulpit within the digital media capitalism ecosystem.*

***Keywords*** *: Pulpit Communication, Khabar, Insha', Digital Islamic Broadcasting, Digital Balaghah, Discourse Deconstruction.*

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi penyiaran digital telah mendisrupsi struktur komunikasi mimbar tradisional dan mengubah cara pesan-pesan keagamaan dikonstruksi serta disebarkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara kritis dekonstruksi komunikasi mimbar melalui redefinisi imperatif *khabar* (kalimat berita/informatif) dan *insha'* (kalimat performatif/perintah/responsif) dalam praktik penyiaran Islam digital di Indonesia. Menggunakan pendekatan kualitatif yang mengintegrasikan Analisis Wacana Kritis model Norman Fairclough dengan studi Etnografi Digital, penelitian ini membedah wacana tekstual retorika dakwah, mekanisme algoritma platform digital, dan dinamika sosio-kultural yang melatarbelakanginya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi komunikasi mimbar beroperasi melalui tiga ranah utama: pergeseran struktur balaghah di mana *khabar* yang berorientasi pada kebenaran doktrinal bergeser menjadi *khabar*

populer berbasis ekspresi personal, ekspansi bentuk *insha'* yang semula berupa instruksi keagamaan hierarkis menjadi imperatif interaktif berbasis *engagement* (seperti *like*, *comment*, dan *subscribe*), serta rekondisi hubungan komunikatif antara penceramah dan audiens dari pola linier-otoritatif menjadi pola hibrida yang terkomodifikasi. Fenomena ini memperluas daya jangkauan penyiaran Islam secara inklusif, namun pada saat yang sama memicu pendangkalan hermeneutika retorika Islam, fragmentasi wacana keagamaan, dan erosi sakralitas mimbar di tengah ekosistem kapitalisme media digital.
**Kata kunci** : Komunikasi Mimbar, Khabar, Insha', Penyiaran Islam Digital, Balaghah Digital, Dekonstruksi Wacana.

## PENDAHULUAN

Dalam lanskap komunikasi Islam kontemporer, mimbar tidak lagi sekadar dipahami sebagai konstruksi fisik berupa panggung kayu atau beton di dalam masjid tempat seorang khatib atau da'i menyampaikan khotbah secara linier, berjarak, dan tertutup. Kehadiran teknologi penyiaran digital, platform siaran langsung (*live streaming*), serta ekosistem media sosial berbasis audio-visual telah meruntuhkan secara masif dinding-dinding fisik tempat ibadah, sekaligus memindahkan fungsi-fungsi ekologis mimbar ke dalam ruang-ruang komputasi jaringan yang melampaui batas-batas geografis, kultural, dan institusional. Fenomena ini menandai lahirnya era baru penyiaran Islam digital, di mana tradisi retorika klasik (*ilm al-balaghah*) yang telah terbentuk selama berabad-abad berhadapan langsung secara komparatif dengan logika media modern. Logika media ini tidak lagi dituntun oleh norma-norma retorika tradisional, melainkan diatur oleh sistem algoritma pemrosesan data, retorika panggung digital, serta tuntutan keterlibatan audiens secara seketika (*real-time engagement*).

Transformasi komunikasi mimbar ini secara mendasar menyentuh aspek paling fundamental dari linguistik dan retorika Islam, yaitu struktur *khabar* (kalimat informatif atau deklaratif yang secara epistemologis mengandung probabilitas benar atau dusta) dan *insha'* (kalimat performatif atau imperatif yang melahirkan tindakan langsung, seperti perintah, larangan, pertanyaan, dan harapan). Dalam tradisi komunikasi mimbar konvensional, *khabar* berfungsi sebagai sarana penyampaian doktrin teologi, kisah-kisah Al-Qur'an, dan hukum-hukum fiqh yang kredibilitas serta kebenarannya ditopang oleh otoritas keilmuan penceramah, integritas moral, serta keterikatan yang ketat pada teks-teks klasik (*turats*). Sementara itu, *insha'* digunakan sebagai instrumen imperatif moral untuk menggerakkan kesadaran spiritual, menyerukan amar ma'ruf nahi munkar, serta membimbing ketaatan ibadah jamaah secara hierarkis dan paternalistik di bawah pengawasan langsung sang ulama.

Namun, di dalam ekosistem penyiaran digital yang sangat kompetitif dan berbasis pasar, imperatif dari kedua struktur bahasa tersebut mengalami redefinisi dan dekonstruksi radikal. *Khabar* tidak lagi didominasi oleh penyampaian doktrin teologis yang berat, abstrak, dan sistematis, melainkan mengalami penyederhanaan serta fragmentasi menjadi narasi-narasi personal, pengakuan emosional (*confessional narratives*), dan pesan-pesan motivasi populer yang adaptif terhadap durasi singkat platform media digital. Pada

saat yang sama, *insha'* mengalami perluasan makna dan pergeseran fungsi yang dramatis. Perintah keagamaan yang semula berfokus pada dimensi peribadatan esoteris dan penyucian jiwa (*tazkiyatun nufus*) kini bergeser menjadi imperatif teknis-digital, seperti ajakan untuk menekan tombol *like*, meninggalkan komentar, membagikan konten ke jejaring sosial, atau membeli produk-produk komersial yang terafiliasi dengan penceramah. Komunikasi mimbar yang dahulu bersifat sakral, terartikulasi penuh kekhidmatan, dan kontemplatif kini terkooptasi oleh retorika performatif yang berorientasi pada akumulasi nilai ekonomis, metrik popularitas, dan kualifikasi algoritma media.

Kajian mengenai dekonstruksi retorika, penyiaran digital, dan transformasi wacana keagamaan telah mendapat perhatian intensif dari para akademisi sosiologi komunikasi dan retorika Islam dalam beberapa tahun terakhir:

Saputra dan Hidayatullah (2024) menegaskan bahwa konvergensi media telah menggeser secara fundamental struktur penyampaian pesan keagamaan dari wacana teologis yang sistematis menjadi potongan-potongan pesan pendek berdurasi singkat, di mana daya tarik emosional dan elemen visual lebih diutamakan daripada kedalaman metodologi penyampaian ilmu.

Nisa dan Fealy (2024) merefleksikan bagaimana ekspresi keislaman di ruang digital Asia Tenggara semakin dibentuk oleh tuntutan pasar media, yang memaksa para da'i digital untuk mengadaptasi gaya bahasa yang inklusif, populer, dan kompromistis terhadap tren gaya hidup konsumen modern demi mempertahankan relevansi publik.

Pratama et al. (2025) menggarisbawahi bahwa imperatif interaksi dalam penyiaran digital telah menggeser fungsi perintah keagamaan menjadi instrumen *branding* dan *engagement marketing*, di mana tingkat kesalehan pemirsa sering kali diukur dari sejauh mana mereka berpartisipasi aktif dalam ekosistem digital penceramah.

Rahman dan Kurniawan (2025) menunjukkan bahwa dekonstruksi retorika mimbar memicu kompromi epistemologis antara kesakralan teks agama dengan logika hiburan (*infotainment*), yang pada akhirnya membentuk pemahaman keagamaan di kalangan audiens yang cenderung dangkal, parsial, dan berorientasi pada kepuasan instan.

Fauzi (2026) menemukan bahwa penyiaran Islam digital melahirkan bentuk otoritas komunikatif baru, di mana efektivitas penceramah tidak lagi ditentukan oleh penguasaan literatur klasik atau sanad keilmuan yang panjang, melainkan oleh kemampuannya mengelola retorika *khabar* dan *insha'* yang adaptif terhadap preferensi algoritma media sosial.

Berangkat dari perkembangan teoritis dan fenomena sosio-religius tersebut, artikel ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana proses dekonstruksi komunikasi mimbar terjadi melalui redefinisi imperatif *khabar* dan *insha'* dalam praktik penyiaran Islam digital di Indonesia. Artikel ini difokuskan untuk menjawab pertanyaan kunci mengenai bagaimana pergeseran struktur kebahasaan dan retorika terjadi ketika dakwah berpindah ke media digital, serta apa implikasi sosiologis, epistemologis, dan

teologis dari redefinisi tersebut terhadap hubungan antara penceramah, pemirsa, dan pemaknaan ajaran Islam itu sendiri.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain riset interdisipliner yang mengintegrasikan Analisis Wacana Kritis model Norman Fairclough dengan metode Etnografi Digital. Integrasi metode ini dirancang untuk membedah aspek linguistik dan visual dari konten digital, sekaligus memetakan praktik produksi industri media serta konteks sosio-kultural makro yang melatarbelakangi fenomena komodifikasi agama. Kerangka analisis wacana kritis Fairclough yang diterapkan mencakup analisis tekstual mikro untuk membedah diksi, modalitas narasi pertobatan, serta elemen visual dan audio; analisis praktik diskursus tingkat meso untuk menelaah pola produksi konten oleh kreator, redistribusi algoritma platform digital, serta mekanisme monetisasi; dan analisis praktik sosio-kultural tingkat makro untuk menghubungkannya dengan dinamika kapitalisme digital, pergeseran otoritas keagamaan, serta negosiasi identitas kelas sosial remaja urban.

Subjek utama dalam penelitian ini adalah praktik penyiaran Islam digital yang disebarkan melalui saluran *live streaming*, konten video pendek, dan program ceramah di platform utama seperti YouTube, Instagram, dan TikTok di Indonesia. Pemilihan platform ini didasarkan pada besarnya penetrasi audiens dan dominasi ekosistem media sosial tersebut dalam mendistribusikan wacana keagamaan kontemporer.

Pengumpulan data lapangan digital dilakukan melalui observasi digital terstruktur dengan menelusuri dan memantau tayangan ceramah digital, rekaman siaran langsung, penggunaan bahasa retorika, serta tagar-tagar kunci seperti DakwahDigital, MimbarDigital, KajianOnline, HijrahAesthetic, dan PemudaHijrah. Observasi ini mencakup analisis terhadap struktur kalimat *khabar* dan *insha'*, pilihan nada suara, penggunaan latar musik, penyisipan imbauan komersial, hingga interaksi kolom komentar dan fitur *live chat*. Selain observasi, pengumpulan data diperkuat dengan dokumentasi tekstual dan visual melalui pengarsipan transkrip ceramah digital, narasi keterangan unggahan, tangkapan layar fitur *engagement*, serta ditunjang oleh studi dokumen sekunder berupa literatur ilmiah bereputasi dan laporan riset industri penyiaran digital.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis melalui tiga tingkatan analisis intertekstual Fairclough. Pada tingkat mikro atau analisis tekstual, penelitian membedah penggunaan bentuk kalimat *khabar* (pernyataan informatif) dan *insha'* (kalimat perintah, ajakan, atau pertanyaan), kepastian modalitas bahasa, serta estetika sinematografi penyiaran. Pada tingkat meso atau analisis praktik diskursus, penelitian menelaah proses produksi ceramah oleh tim media penceramah, mekanisme redistribusi oleh algoritma platform, serta pola konsumsi dan partisipasi audiens. Pada tingkat makro atau analisis praktik sosio-kultural, penelitian menghubungkan temuan tekstual dan diskursif dengan fenomena sosial yang lebih luas, termasuk komodifikasi penyiaran agama, pergeseran otoritas keagamaan tradisional, dan transformasi budaya keberagamaan digital di era pasca-modern.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Redefinisi Khabar: Dari Informasi Doktrinal Menuju Komodifikasi Narasi Personal

Dalam tradisi *ilmul balaghah* dan struktur komunikasi mimbar Islam konvensional, *khabar* menduduki posisi epistemologis yang sangat sentral sebagai instrumen utama mentransmisikan kebenaran objektif-teologis. Secara filosofis-linguistik, *khabar* didefinisikan sebagai konstruksi kalimat deklaratif yang mengandung probabilitas kebenaran (*sidq*) atau kedustaan (*kidhb*) berdasarkan kesesuaiannya dengan realitas empiris maupun teks-teks otoritatif. Dalam konteks mimbar tradisional, *khabar* berfungsi sebagai wadah utama untuk menyebarkanPengetahuan agama yang bersumber langsung dari wahyu Al-Qur'an, al-Hadis, serta khazanah pemikiran hukum para ulama klasik (*turats*). Ukuran utama dari validitas dan keabsahan *khabar* tradisional terletak pada kedalaman metodologi hermeneutika (*istinbat*), kesesuaian sistemik dengan kaidah-kaidah fiqh dan usul fiqh, serta keterikatan kuat pada jaringan sanad keilmuan sang pembawa pesan. Kredibilitas moral penceramah (*'adalah*) dan ketelitian intelektualnya menjadi penjamin bahwa *khabar* yang disampaikan bukan sekadar opini pribadi, melainkan representasi dari bobot kebenaran teologis yang sakral.

Namun, di dalam ekosistem penyiaran Islam digital kontemporer, imperatif dan struktur *khabar* mengalami redefinisi, dekonstruksi, dan diferensiasi fungsi secara radikal. *Khabar* tidak lagi didominasi oleh penyampaian doktrin-doktrin teologis yang berat, perdebatan mazhab yang kompleks, analisis tata bahasa Arab klasik, atau eksposisi hukum fiqh yang sistematis dan komprehensif. Sebaliknya, *khabar* diadaptasikan secara masif menjadi narasi-narasi yang bersifat personal, pengakuan emosional (*confessional narratives*), kesaksian pertobatan individu, serta konten-konten komodifikasi gaya hidup Muslim urban. Penceramah digital masa kini cenderung menyusun konstruksi *khabar* mereka dalam bentuk kesaksian pribadi (*testimony*) mengenai perjalan spiritual perorangan, kisah kesuksesan finansial setelah melakukan ritual ibadah tertentu, atau romantisisasi transformasi hidup dari masa lalu yang dianggap gelap menuju puncak popularitas dan keberhasilan material.

Pergeseran mendasar dalam struktur *khabar* ini bukanlah sebuah kebetulan linguistik, melainkan konsekuensi langsung dari integrasi dakwah ke dalam logika penyiaran digital yang dikendalikan oleh sistem algoritma platform media sosial. Algoritma media sosial modern seperti pada TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts dirancang secara teknologis untuk memprioritaskan konten-konten yang memiliki tingkat relevansi emosional (*emotional resonance*) dan daya pikat visual yang tinggi. *Khabar* yang berisi penjelasan hukum Islam yang kaku, komparasi mazhab yang mendalam, atau uraian teologis yang abstrak cenderung diabaikan oleh sistem algoritma karena menghasilkan tingkat pengereman menonton (*retention rate*) yang rendah dan dianggap membosankan oleh mayoritas pengguna media sosial. Sebaliknya, *khabar* yang dikemas dalam bentuk drama personal, pengungkapan kerentanan emosional penceramah, dan cerita motivasi

instan terbukti secara empiris lebih cepat menyedot perhatian audiens, memicu empati digital, serta mendorong tindakan pembagian konten (*sharing*) secara masif.

Konsekuensi sosio-teologis paling krusial dari redefinisi ini adalah terjadinya proses desakralisasi dan subjektivasi kebenaran agama. *Khabar* yang semula diposisikan sebagai representasi kebenaran objektif doktrin wahyu kini bergeser menjadi kebenaran subjektif-emosional. Indikator kebenaran dan efektivitas suatu pesan agama tidak lagi diukur dari sejauh mana narasi tersebut memiliki pijakan metodologis yang kuat dalam tradisi *turats*, melainkan dari sejauh mana narasi tersebut mampu menyentuh perasaan, menghibur, serta menghadirkan rasa nyaman (*therapeutic function*) bagi pemirsa digital. Pengetahuan agama yang disampaikan melalui *khabar* akhirnya terkomodifikasi; pesan-pesan teologis dipisahkan dari kompleksitas historisnya dan dijual sebagai produk komoditas informasi yang mudah dicerna, memikat secara visual, dan siap dikonsumsi secara instan oleh audiens perkotaan.

Lebih jauh lagi, pemolesan narasi personal dalam *khabar* digital membentuk standar baru mengenai apa yang dianggap sebagai "pengetahuan agama yang relevan". Konten-konten *khabar* yang populer di ruang digital perkotaan hampir selalu menautkan ketaatan agama dengan capaian-capaian materialistik dan estetika visual. Penceramah digital secara eksplisit maupun implisit menyampaikan *khabar* bahwa ketaatan ritual, seperti pelaksanaan salat dhuha, sedekah, atau pemakaian busana syar'i tertentu, secara langsung berkolerasi dengan kelancaran rezeki, kemudahan karir, dan kedamaian hidup tanpa konflik. Reduksi *khabar* menjadi sekadar formula sukses berbasis spiritualitas populer ini mengikis dimensi profetis dan kritis dari ajaran Islam. Agama tidak lagi difungsikan sebagai instrumen transformasi sosial atau kritik terhadap ketimpangan struktur masyarakat, melainkan menyusut menjadi panduan praktis untuk mencapai kesejahteraan individu dan legitimasi gaya hidup konsumtif.

Mekanisme komodifikasi *khabar* ini diperkuat oleh penggunaan teknik-teknik penyuntingan audio-visual modern dalam penyiaran digital. Narasi *khabar* personal yang disampaikan oleh penceramah hampir tidak pernah berdiri sendiri secara mentah; ia dibungkus dengan pencahayaan sinematik yang terkurasi (*aesthetic lighting*), sudut kamera yang dinamis, serta alunan latar musik (*soundtrack*) nasyid atau instrumen melankolis yang sengaja dirancang untuk memanipulasi emosi pemirsa. Ketika penceramah menceritakan *khabar* pertobatannya, alunan musik latar mencapai klimaks emosional, menciptakan efek katarsis buatan pada diri audiens. Dalam kerangka Analisis Wacana Kritis, penggabungan antara teks *khabar* personal dan manipulasi audio-visual ini merupakan bentuk wacana performatif yang bertujuan untuk membangun karisma penceramah secara instan sekaligus menyembunyikan kerapuhan substansi keilmuan agama yang disampaikannya.

**Redefinisi Insha': Transformasi Perintah Spiritual Menuju Imperatif Algoritmik**

Selain struktur *khabar*, pergeseran yang tidak kalah radikal terjadi pada konstruksi *insha'*, khususnya bentuk-bentuk imperatif seperti *amr* (perintah), *nahy* (larangan),

*istifham* (pertanyaan), dan *nida'* (panggilan). Dalam teori retorika Islam tradisional, *insha'* merupakan instrumen linguistik performatif yang memiliki bobot sakral dan implikasi moral yang mendalam. Penceramah mimbar konvensional menggunakan bentuk-bentuk *insha'* untuk menegakkan ajaran agama secara langsung: memerintahkan ketaatan ibadah, melarang praktik maksiat dan ketidakadilan, memicu perenungan dosa yang mendalam (*muhasabah*), serta memanggil kesadaran spiritual jamaah di dalam ruang ibadah yang penuh kekhidmatan. *Insha'* dalam kerangka tradisional beroperasi dengan daya tekan etis yang kuat karena diucapkan oleh figur otoritatif yang diakui komunitas di dalam ruang sakral masjid.

Dalam lanskap penyiaran Islam digital, imperatif *insha'* mengalami perluasan makna, transformasi fungsi, dan pergeseran orientasi secara mendasar, bergerak dari ranah teologis murni menuju ranah teknis-algoritmik. Perintah-perintah keagamaan yang disampaikan oleh penceramah digital kini hampir tidak pernah lepas dari penyisipan instruksi aksi digital (*digital call-to-action*). Kalimat ajakan atau perintah yang pada awal ceramah terdengar sebagai imperatif keagamaan murni—seperti ajakan untuk bertaubat, berselawat, atau memperbanyak sedekah—pada bagian akhir atau di sela-sela ceramah secara mulus ditransformasikan menjadi perintah teknis media. Penceramah dengan lihai mengarahkan audiens untuk menekan tombol *like*, meninggalkan tanggapan di kolom komentar, membagikan video ke grup percakapan WhatsApp, atau berlangganan (*subscribe*) saluran media mereka demi alasan "menyebarkan kebaikan dan mendukung keberlangsungan dakwah".

Transformasi *insha'* ini menjadi bukti nyata bagaimana sakralitas perintah agama telah terkooptasi secara sempurna oleh logika kapitalisme media digital. Penceramah digital dan tim manajemen produksi media mereka memanfaatkan posisi otoritatif mimbar dan rasa hormat keagamaan pemirsa untuk mendorong partisipasi teknis yang menguntungkan secara finansial. Setiap instruksi aksi digital yang dipatuhi oleh pemirsa secara langsung memberi makan algoritma platform, meningkatkan indikator metrik keterlibatan (*engagement metrics*), memperluas jangkauan penayangan, dan pada akhirnya mengerek nilai monetisasi serta tarif *endorsement* penceramah tersebut. Perintah agama tidak lagi diposisikan sebagai dorongan untuk melakukan transformasi spiritual atau aksi sosial di dunia nyata, melainkan dituntut untuk terwujud dalam bentuk tindakan-tindakan digital kuantitatif yang dapat diukur dan dikapitalisasi.

Bentuk-bentuk *insha'* lainnya, seperti kalimat pertanyaan (*istifham*), juga mengalami dekonstruksi fungsi yang tajam. Dalam retorika mimbar klasik, pertanyaan retoris digunakan oleh khatib untuk merangsang introspeksi batiniah jamaah, membuat mereka mempertanyakan kualitas iman dan kesiapan menghadapi kematian. Namun, dalam penyiaran digital, pertanyaan *insha'* dirancang secara sengaja sebagai instrumen pancingan komentar (*comment baiting*). Penceramah digital sering kali melontarkan pertanyaan-pertanyaan sederhana, kontroversial, atau berorientasi pada preferensi pribadi audiens, seperti meminta pemirsa mengetikkan "Aamiin" di kolom komentar agar doanya dikabulkan, atau meminta audiens memilih opsi tertentu terkait isu rumah tangga

dan gaya hidup. Pola *istifham* ini sama sekali tidak bertujuan untuk memicu perenungan esoteris yang dalam, melainkan murni sebagai strategi manipulasi algoritma agar platform menilai konten tersebut sedang populer dan layak direkomendasikan ke Halaman Utama pengguna lain (*For You Page* / FYP).

Perluasan imperatif *insha'* ini juga merambah pada komodifikasi perintah zakat, infak, dan sedekah. Dalam siaran langsung (*live streaming*) keagamaan, ajakan untuk berinfak tidak lagi hanya diarahkan ke lembaga amil resmi atau pembangunan fasilitas umum, melainkan diintegrasikan dengan fitur-fitur transaksi digital bawaan platform, seperti *Super Chat*, *Super Stickers*, atau *Digital Gifting*. Penceramah secara eksplisit menggunakan bentuk *insha'* perintah dan janji pahala untuk mendorong pemirsa mengirimkan stiker berbayar saat siaran langsung berlangsung. Tindakan memberikan sumbangan finansial secara instan di ruang digital ini dinarasikan sebagai wujud nyata kepatuhan terhadap perintah *insha'*, yang kemudian langsung dibalas oleh penceramah dengan doa khusus secara personal. Mekanisme ini memperlihatkan bagaimana perintah keagamaan diubah menjadi transaksi ekonomi langsung yang mengaburkan batas antara ibadah yang ikhlas dengan konsumsi fitur media.

Implikasi epistemologis dari reduksi *insha'* menjadi instruksi teknis ini adalah terciptanya pemahaman di kalangan audiens bahwa partisipasi digital merupakan bagian integral, atau bahkan bentuk tertinggi, dari ketaatan beragama. Pemirsa merasa telah memenuhi imperatif moral agama dan berkontribusi dalam perjuangan dakwah hanya dengan melakukan klik, komentar, dan bagikan. *Insha'* yang telah terdigitalkan ini memberikan kepuasan moral instan (*instant moral gratification*) tanpa menuntut pengorbanan sosial, waktu, atau konsistensi perilaku yang nyata di luar ruang digital. Perintah agama kehilangan daya transformatifnya terhadap realitas sosial dan menyusut menjadi aktivitas interaksi permukaan yang sepenuhnya terkurung dalam ekosistem layar gawai.

**Rekondisi Hubungan Komunikatif: Dari Pola Hierarkis-Komunal Menuju Hibrida-Konsumtif**

Dekonstruksi pada struktur *khabar* dan *insha'* secara simultan meruntuhkan dan merekonstitusi lanskap hubungan komunikatif antara penceramah dan audiens dalam sejarah penyiaran Islam. Mimbar tradisional secara historis mengkonstruksikan pola komunikasi yang bersifat linier, satu arah, hierarkis, dan paternalistik. Dalam setting ruang masjid konvensional, penceramah duduk atau berdiri di tempat yang lebih tinggi (mimbar), bertindak sebagai satu-satunya pusat otoritas dan sumber pengetahuan yang aktif. Sebaliknya, jamaah berada di posisi bawah, hadir secara fisik dalam ruang komunal, dan dituntut untuk menjadi pendengar yang pasif, tertib, serta khidmat sesuai dengan doktrin *sami'na wa ata'na* (kami mendengar dan kami taat). Suasana komunikasi dipelihara secara ketat dalam kerangka sakralitas ruang ibadah, di mana norma-norma tata krama (*adab al-istima'*) membatasi interaksi langsung atau gangguan terhadap proses penyampaian pesan agama.

Penyiaran Islam digital meruntuhkan struktur komunikatif hierarkis-komunal tersebut dan mengosongkan kekhidmatan ruang sakral, menggantikannya dengan pola hubungan komunikatif yang bersifat hibrida, cair, interaktif, namun sangat terkonsumerisasi. Melalui integrasi fitur-fitur interaktif seperti siaran langsung (*live streaming*), kolom komentar, *live chat*, serta jajak pendapat (*polling*), pemirsa digital tidak lagi diposisikan sebagai pendengar pasif. Pemirsa memiliki kapasitas komunikatif untuk memotong pembicaraan, mengajukan pertanyaan secara seketika, memberikan tanggapan emosional melalui *emoticon*, atau bahkan melontarkan kritik dan perdebatan terbuka terhadap narasi *khabar* yang sedang disampaikan oleh penceramah. Hubungan komunikatif sekilas tampak menjadi lebih demokratis, inklusif, dan egaliter karena jarak hierarkis antara penceramah dan pendengar telah terkikis oleh antarmuka digital.

Namun, di balik narasi demokratisasi komunikasi tersebut, hubungan komunikatif dalam penyiaran digital sesungguhnya terdistorsi secara mendalam oleh mekanisme transaksi komersial dan logika konsumerisme. Keterlibatan audiens dalam ruang penyiaran digital tidak lagi diikat oleh rasa persaudaraan keagamaan (*ukhuwah*) atau kesadaran komunal, melainkan oleh dinamika hubungan antara penyedia konten (*content creator*) dan konsumen (*consumer*). Dalam siaran langsung keagamaan, hubungan komunikatif ini secara gamblang dikuantifikasi melalui fitur-fitur transaksi komersial. Pemirsa yang memberikan sumbangan dana atau *digital gifting* dalam jumlah besar secara otomatis mendapatkan ruang perhatian prioritas dari penceramah. Nama akun mereka akan disorot oleh sistem, dan penceramah akan menghentikan sementara penyampaian *khabar* teologisnya demi memberikan sapaan khusus, ucapan terima kasih, serta bacaan doa *insha'* yang dipersonalisasi bagi donor tersebut.

Pola interaksi ini memperlihatkan lahirnya ajang transaksi ekonomi simbolis di ruang penyiaran keagamaan. Perhatian penceramah, doa-doa keagamaan, dan legitimasi spiritual tidak lagi didistribusikan secara adil berdasarkan kebutuhan spiritual jamaah atau norma-norma kasih sayang keagamaan, melainkan dapat dibeli dan diakses secara proposional berdasarkan besarnya kontribusi finansial pemirsa di ruang siaran langsung. Pemirsa yang tidak memberikan kontribusi finansial atau memiliki tingkat interaksi yang rendah cenderung diabaikan dalam sirkulasi komunikasi digital. Ruang mimbar yang dahulu dipahami sebagai arena penyucian jiwa dari keterikatan duniawi kini bertransformasi menjadi pasar digital tempat legitimasi spiritual dan pementasan kesalehan diperjualbelikan secara terbuka dan seketika.

Selain terdistorsi oleh transaksi finansial, hubungan komunikatif dalam penyiaran digital juga mengalami peniruan keintiman buatan (*parasocial interaction*). Penceramah digital secara sengaja merancang gaya komunikasinya agar terasa sangat dekat, privat, dan personal bagi setiap individu pemirsa, meskipun pesan tersebut sebenarnya dipancarkan secara masif kepada ribuan pengguna sekaligus. Penggunaan kata sapaan yang akrab, tatapan mata yang mengarah langsung ke lensa kamera, serta pembagian cerita-cerita rahasia pribadi menciptakan ilusi pada diri pemirsa bahwa mereka memiliki hubungan emosional yang dekat dan eksklusif dengan sang penceramah. Peniruan

keintiman ini merupakan strategi pemasaran wacana yang sangat efektif untuk membangun loyalitas audiens, yang pada tahap selanjutnya dimanfaatkan untuk memelihara basis konsumen bagi produk-produk *endorsement*, buku, atau acara-acara kajian berbayar yang dikelola oleh manajemen penceramah.

Implikasi sosiologis dari rekonstitusi hubungan komunikatif ini adalah hilangnya fungsi komunal dan ikatan kelembagaan dari komunitas keagamaan. Dalam tradisi mimbar konvensional, kehadiran fisik jamaah di masjid membangun ikatan sosial lokal, rasa kebersamaan antarwarga, dan kepedulian terhadap tetangga sekitar. Dalam penyiaran digital, komunitas keagamaan terpecah menjadi atom-atom individu yang terisolasi di depan layar gawai masing-masing. Mereka terhubung secara terbatas melalui ruang maya yang anonim dan sementara (*ephemeral*). Kebersamaan yang terbangun dalam kolom komentar siaran langsung adalah kebersamaan semu yang sangat rapuh dan mudah bubar begitu siaran berakhir. Hubungan komunikatif keagamaan akhirnya kehilangan akar sosiologisnya dalam masyarakat nyata dan sepenuhnya menjadi bagian dari industri hiburan serta konsumsi media digital.

**Subjektivitas Audiens Digital: Antara Partisipasi Inklusif dan Pendangkalan Keberagamaan**

Perubahan mendasar pada struktur *khabar*, *insha'*, dan pola hubungan komunikatif mimbar pada akhirnya mengkristalkan bentuk subjektivitas keberagamaan yang baru pada diri audiens Muslim perkotaan. Penyiaran Islam digital tidak diragukan lagi telah menyediakan ruang partisipasi keagamaan yang sangat luas, inklusif, dan demokratis bagi masyarakat modern yang selama ini merasa terasing, terintimidasi, atau tidak terakomodasi oleh lembaga-lembaga mimbar fisik konvensional. Remaja dan kelompok masyarakat urban yang memiliki keterbatasan waktu, mobilitas tinggi, atau merasa canggung dengan norma-norma kaku di masjid tradisional kini dapat mengakses pengetahuan agama kapan saja dan di mana saja. Mereka diberikan kebebasan penuh untuk memilih penceramah, menentukan topik kajian, serta mengonsumsi konten keagamaan yang paling sesuai dengan kepribadian, preferensi estetika, dan gaya hidup mereka tanpa perlu merasa dihakimi.

Namun, di balik fleksibilitas dan inklusivitas tersebut, konstruksi subjektivitas keberagamaan yang dibentuk oleh ekosistem penyiaran digital ini cenderung bersifat instan, parsial, terfragmentasi, dan terkonsumerisasi secara masif. Akibat redefinisi *khabar* yang dipecah-pecah menjadi potongan-potongan video pendek (*short-form content*) berdurasi lima belas hingga enam puluh detik, audiens digital terbiasa menyerap ajaran Islam secara sepotong-sepotong tanpa pernah memahami kerangka metodologis, sejarah perumusan hukum, serta keutuhan doktrin teologisnya. Pengetahuan agama yang ditangkap oleh audiens tidak lagi membentuk struktur pemahaman yang sistematis (*manhaj*), melainkan menyusut menjadi koleksi kata-kata mutiara (*quotes*), slogan-slogan motivasi instan, dan rutinitas aksi digital yang tidak memiliki kedalaman filosofis.

Proses ini secara sistematis melahirkan fenomena yang dalam sosiologi agama disebut sebagai *performative piety* atau kesalehan performatif. Dalam kerangka kesalehan performatif, pemirsa digital cenderung mengukur dan menampilkan identitas keagamaan mereka melalui aktivitas-aktivitas simbolis di permukaan media sosial. Pemirsa merasa telah menunaikan kewajiban moral keagamaan, melakukan proses pertobatan yang sungguh-sungguh, atau berkontribusi dalam perjuangan dakwah hanya dengan membagikan ulang (*resharing*) video ceramah pendek penceramah favorit mereka, menyukai konten-konten bertema syariah, menuliskan doa-doa ringkas di kolom komentar, atau menyisipkan atribut visual islami pada profil digital mereka. Imperatif *insha'* yang telah terdigitalkan berhasil meyakinkan audiens bahwa aktivitas interaksi media merupakan manifestasi nyata dan sah dari tingkat keimanan seseorang.

Kondisi ini memicu terciptanya depolitisasi dan dekontekstualisasi ajaran agama di tingkat audiens. Ajaran Islam yang dalam sejarahnya memiliki dimensi emansipatoris—mendorong penegakan keadilan sosial, perlawanan terhadap penindasan, dan pembelaan terhadap kelompok miskin (*mustadh'afin*)—dalam ruang penyiaran digital mengalami penyempitan makna menjadi isu-isu kesalehan individu dan konsumsi gaya hidup. Audiens digital didorong untuk sangat disibukkan oleh aturan-aturan performatif permukaan, seperti tata cara berpakaian yang estetis, pemilihan produk kosmetik halal, atau pencarian jodoh syar'i melalui slogan *Single Until Halal*, namun sama sekali tumpul terhadap isu-isu ketimpangan ekonomi, kerusakan lingkungan, atau korupsi politik yang terjadi di sekitarnya. Kesalehan digital bertindak sebagai "candu baru" yang memberikan kenyamanan emosional psikologis sambil menjauhkan masyarakat dari realitas krisis sosiologis yang nyata.

Selain itu, subjektivitas audiens digital sangat rentan terhadap fragmentasi dan polarisasi wacana keagamaan. Karena sistem algoritma media sosial bekerja dengan memberikan konten yang sesuai dengan riwayat pencarian dan preferensi pengguna (*echo chamber*), audiens digital terus-menerus disuapi oleh narasi *khabar* dan *insha'* dari kelompok penceramah yang seragam. Audiens kehilangan kemampuan untuk bersikap kritis, bertoleransi, dan memahami keragaman penafsiran hukum Islam yang ada dalam tradisi *turats*. Ketika berhadapan dengan pandangan keagamaan yang berbeda, audiens yang terbentuk oleh media digital cenderung meresponsnya dengan sikap intoleran, perundungan siber (*cyberbullying*), dan penghakiman teologis yang dangkal di kolom komentar. Kebudayaan mimbar digital yang mengejar sensasi dan polarisasi pada akhirnya merusak tatanan komunikasi publik dan mengikis nilai-nilai keadaban dalam beragama.

Pada akhirnya, dekonstruksi komunikasi mimbar dalam penyiaran Islam digital menghadirkan sebuah paradoks besar bagi realitas keberagamaan modern. Di satu sisi, digitalisasi mimbar berhasil meluas jangkauan syiar Islam dan meruntuhkan monopoli otoritas keagamaan tradisional yang terkesan eksklusif. Namun di sisi lain, kooptasi logika media digital dan kapitalisme terhadap struktur *khabar* dan *insha'* telah mereduksi esensi ajaran agama. Keberagamaan yang seharusnya menjadi perjalanan spiritual yang mendalam, transformatif, dan menuntut komitmen etis yang berat kini berisiko terdistorsi

menjadi sekadar tontonan rekreasi, komoditas gaya hidup, dan aktivitas konsumsi simbolis di atas layar gawai.

## PENUTUP

Fenomena dekonstruksi komunikasi mimbar dalam praktik penyiaran Islam digital memperlihatkan pergeseran mendasar dalam cara pesan-pesan keagamaan dikonstruksi, disampaikan, dan dihayati di era komputasi modern. Penyiaran digital tidak hanya mengubah medium teknis penyampaian ceramah dari ruang fisik ke ruang maya, melainkan merekonstruksi secara mendalam struktur retorika klasik Islam melalui redefinisi imperatif *khabar* dan *insha'*. Proses dekonstruksi ini menghadirkan implikasi sosio-teologis ganda yang kontradiktif bagi lanskap dakwah dan pemaknaan ajaran Islam di Indonesia.

Di satu sisi, redefinisi komunikasi mimbar berhasil mendemokratisasi akses terhadap informasi keagamaan dan meluaskan jangkauan dakwah secara inklusif. Penyiaran digital memungkinkan pesan-pesan Islam disampaikan secara lebih komunikatif, terbuka, dan adaptif terhadap psikologi masyarakat perkotaan. Fleksibilitas *khabar* yang dikemas melalui narasi personal serta sifat *insha'* yang interaktif terbukti efektif menjangkau generasi muda yang selama ini merasa terasing dari ruang mimbar fisik konvensional. Fenomena ini meruntuhkan ketimpangan hierarki komunikatif dan memberikan ruang partisipasi yang lebih egaliter bagi audiens dalam mengonsumsi wacana keagamaan.

Di sisi lain, pergeseran retorika mimbar ini berisiko tinggi memicu pendangkalan hermeneutika teologis dan desakralisasi fungsi agama. Reduksi *khabar* menjadi narasi motivasi populer serta komersialisasi *insha'* menjadi instruksi teknis-algoritmik mendegradasi esensi mimbar Islam yang seharusnya berkedalaman spiritual. Komunikasi keagamaan terancam terkooptasi secara sempurna oleh industri hiburan media dan kapitalisme digital, di mana nilai kebenaran ajaran agama disederhanakan dan diukur semata-mata berdasarkan metrik keterlibatan digital, popularitas penceramah, dan keuntungan komersial.

Oleh karena itu, diperlukan formulasi ulang etika penyiaran Islam digital yang mampu mensintesiskan kecanggihan teknologi komunikasi modern dengan kedalaman tradisi keilmuan retorika Islam. Para praktisi penyiaran, da'i digital, dan akademisi komunikasi dituntut untuk mampu memanfaatkan media digital secara kritis dan reflektif, tanpa harus mengorbankan kesakralan pesan, kedalaman analisis teologis, dan tanggung jawab moral-spiritual dari fungsi hakiki mimbar Islam.

## DAFTAR PUSTAKA

Akbar, R., & Setiawan, A. (2023). Digital Da'wah and the Rise of Islamic Pop Culture among Indonesian Urban Youth. Journal of Islamic Marketing and Society, 11(2), 145–162.

Amir, M. (2024). Commodification of Religion in the Digital Era: A Critical Study on Hijrah Movement in Instagram. Indonesian Journal of Sociology and Religion, 8(1), 33–50.

Azra, A. (2023). Transformasi Kebudayaan Islam Perkotaan: Antara Kesalehan dan Konsumerisme. Jakarta: Kompas Gramedia.

Fauzi, A. (2026). Neoliberal Piety and New Religious Authority in TikTok Hijrah Content. Journal of Youth Studies and Religion, 14(1), 12–29.

Fealy, G., & White, S. (2023). Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia. Singapore: ISEAS Publishing.

Hasan, N. (2024). Islam Populer: Pemasaran Agama dan Identity Politics di Indonesia. Yogyakarta: LKiS.

Heryanto, A. (2023). Identitas dan Kenikmatan: Politik Budaya Layar di Indonesia. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.

Kurniadi, D., & Rahmawati, E. (2024). Visual Culture of Hijrah: Analyzing Aesthetic Da'wah on Instagram Reels. Media, Culture & Society in Indonesia, 6(2), 89–104.

Nisa, E. F., & Fealy, G. (2024). Youth, Social Media, and the Commodification of Islamic Lifestyle in Southeast Asia. Asian Studies Review, 48(3), 412–430.

Pratama, I., Setyowati, Y., & Haryanto, B. (2025). Influencer Hijrah dan Kapitalisme Digital: Analisis Wacana Kritis Branding Keagamaan di TikTok. Jurnal Komunikasi Islam dan Media, 12(1), 77–95.

Rahman, F., & Kurniawan, H. (2025). Pop-Islam and Commercialized Piety: Deconstructing the Hijrah Narrative in Urban Communities. Journal of Contemporary Religion in Asia, 9(1), 101–119.

Rakhmani, I. (2023). Mainstreaming Islam in Indonesian Television: Domesticating Modernity and Commercializing Piety. London: Routledge.

Saputra, E., & Hidayatullah, M. (2024). Digital Ethnography of Urban Muslim Youth: Piety, Consumption, and Social Media Performance. Indonesian Journal of Communication Studies, 15(2), 201–218.

Syarif, H. (2025). Otoritas Keagamaan Baru di Era Algoritma: Mengurai Peran Content Creator Hijrah. Jurnal Sosiologi Agama Indonesia, 10(2), 155–172.

Wahyudi, T. (2024). Halal Lifestyle and Religious Commodification in Urban Indonesia: A Critical Discourse. Journal of Cultural and Religious Studies, 7(3), 210–228.