

## **MENGATASI KRISIS EPISTEMOLOGIS DAKWAH: PENDEKATAN INTEGRATIF HABERMAS, BOURDIEU, DAN GIDDENS SEBAGAI MODEL ANALISIS DAKWAH DIALOGIS DALAM ERA DIGITAL**

**Rizqi Fitria Nadifa<sup>1</sup>, Natasa<sup>2</sup>, Muhammad Qudsi Abdillah<sup>3</sup>, Ali Hasan Siswanto<sup>4</sup>**

[rizqifitria04@gmail.com](mailto:rizqifitria04@gmail.com)<sup>1</sup>, [sitinatasa3@gmail.com](mailto:sitinatasa3@gmail.com)<sup>2</sup>, [abdillahqudsi@gmail.com](mailto:abdillahqudsi@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[alihasan\\_siswanto@uinkhas.ac.id](mailto:alihasan_siswanto@uinkhas.ac.id)<sup>4</sup>

**Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember**

### **ABSTRAK**

Dakwah Islam kontemporer menghadapi krisis epistemologis ketika praktiknya cenderung repetitif, monologis, dan kurang reflektif terhadap kompleksitas sosial modern. Model dakwah normatif yang dominan sering gagal menjawab tantangan ruang publik digital yang ditandai pluralitas audiens, fragmentasi otoritas, dan mediasi teknologi. Penelitian ini bertujuan menganalisis relevansi teori sosial kritis Habermas, Bourdieu, dan Giddens dalam membangun kerangka dakwah dialogis yang partisipatif dan transformatif. Secara khusus, penelitian ini mengkaji bagaimana rasionalitas komunikatif Habermas dapat memperkuat paradigma dakwah deliberatif; bagaimana konsep habitus, modal, dan arena dari Bourdieu menjelaskan legitimasi otoritas dakwah; serta bagaimana teori strukturalis Giddens merefleksikan dialektika agen dan struktur dalam praktik dakwah digital. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif berbasis kajian literatur kritis dengan pendekatan analisis wacana kritis (Critical Discourse Analysis). Data diperoleh dari literatur primer (Habermas, Bourdieu, Giddens) dan sekunder (artikel Scopus/WoS terkait dakwah digital, komunikasi Islam, dan teori sosial kritis). Analisis dilakukan melalui integrasi konseptual untuk membangun kerangka teoretis baru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi ketiga teori tersebut menghasilkan model dakwah sebagai arena dialogis-reflektif, di mana agen (dai dan jamaah) berinteraksi secara deliberatif, legitimasi otoritas ditentukan oleh modal simbolik, dan struktur sosial-digital ikut membentuk serta direproduksi melalui praktik dakwah. Kesimpulan penelitian menegaskan bahwa revitalisasi epistemologi dakwah melalui pendekatan integratif Habermas, Bourdieu, dan Giddens membuka horison baru bagi pengembangan ilmu dakwah. Secara teoretis, kontribusi ini memperkaya kajian dakwah dengan perangkat analisis sosial kritis; secara praktis, ia memberikan alternatif strategi dakwah yang lebih partisipatif, inklusif, dan relevan dengan era digital.

**Kata Kunci:** Dakwah, Habermas, Bourdieu, Giddens, Digital, Epistemologi Kritis.

### **PENDAHULUAN**

Saat ini, dakwah Islam berada dalam persimpangan perubahan besar di tengah revolusi digital. Platform media sosial, streaming langsung, dan aplikasi komunikasi instan memungkinkan pesan dakwah tersebar luas, namun sekaligus memunculkan masalah: pesan yang monologis, terfragmentasi, dan kurang kontekstual sering gagal menyentuh hati generasi milenial dan Z. Misalnya, studi terkini mencatat tantangan seperti rendahnya literasi digital dai, maraknya hoaks keagamaan, serta dominasi gaya dakwah populer yang mengabaikan kedalaman dialog (Hidayat & Nuri, 2024). Dengan demikian muncul urgensi baru: dakwah tidak cukup sekadar bermuatan moral, melainkan harus bertransformasi menjadi praktik komunikasi reflektif dan dialogis di ruang digital.

Kajian akademik dakwah digital menunjukkan tren meningkat, tetapi masih minim integrasi teori sosial kritis. Bibliometrik terbaru memperlihatkan bahwa riset digital dakwah mengalami percepatan publikasi, namun kolaborasi antar disiplin dan kedalaman teoritis masih lemah. Dalam Digital Da'wah Studies: A Bibliometric Analysis of Trends, Patterns, and Collaboration Networks (2025), ditemukan peningkatan jumlah publikasi, tetapi jaringan kolaboratif lintas bidang masih terbatas. (Dipi & Syamsi Mustofa Singgih

Prayogo, 2025) Di sisi lain, analisis bibliometrik dakwah (2000–2022) menunjukkan hanya sekitar 52 artikel dakwah yang terindeks Scopus selama kurun tersebut. (Albana, 2022) Artinya, studi akademik dakwah digital belum memasuki “masyarakat teori sosial kritis” yang menjembatani praktik dakwah dengan perangkat pemikiran teoritis, terutama dari Habermas, Bourdieu, dan Giddens. Maka tulisan ini bertujuan merancang kerangka integratif yang menjembatani crisis epistemologis dakwah dengan teori sosial kontemporer. Dengan mengangkat Habermas, Bourdieu, dan Giddens secara simultan, artikel ini akan menjawab lima pokok permasalahan: (1) mengapa dakwah cenderung monologis; (2) bagaimana rasionalitas komunikatif diterapkan; (3) bagaimana modal simbolik dan habitus mempengaruhi legitimasi; (4) bagaimana struktur–agen berinteraksi di ruang digital; (5) bagaimana ketiganya bisa disintesiskan menjadi model dakwah baru. Pendekatan yang digunakan adalah kajian literatur kritis dan analisis wacana, dengan fokus pada pemetaan konsep dan pengembangan konseptual inovatif. Dengan demikian, tulisan ini bukan sekadar ulasan teoritis, melainkan langkah awal menuju model dakwah yang lebih kritis, dialogis, dan relevan untuk era digital.

Argumen utama yang ditawarkan adalah bahwa hanya melalui integrasi teoritik antara Habermas, Bourdieu, dan Giddens dakwah dapat keluar dari krisis epistemologisnya. Kebanyakan penelitian dakwah saat ini terlalu terfokus pada aspek media, strategi komunikasi, atau teknik persuasi namun gagal menggali bagaimana struktur sosial, modal simbolik, serta dinamika komunikasi rasional bekerja bersama dalam praktik dakwah. Model integratif yang diusulkan akan memperlihatkan bahwa agen dakwah (dai & jamaah) dan struktur digital (platform media, regulasi, norma sosial) terus-menerus saling membentuk; legitimasi dakwah bergantung pada distribusi modal simbolik dalam arena keagamaan; dan dakwah ideal mengarah ke ruang dialogis yang mengedepankan akal komunikatif. Karena itu, kontribusi novel tulisan ini bukan hanya teoritis menawarkan kerangka baru untuk studi dakwah—melainkan juga praktis: menjadi pijakan bagi dai dan institusi keagamaan dalam merancang strategi dakwah yang lebih transformatif dan kontekstual di era digital.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis kajian literatur kritis dengan metode Critical Discourse Analysis (CDA) dan kerangka integratif (integrative framework) sebagai dasar analisis teoretis. Pendekatan ini memungkinkan peneliti tidak sekadar menginventarisasi gagasan para teoretikus, tetapi juga mengkritisi relasi kuasa dan konteks sosial di balik produksi pengetahuan dakwah. Pilihan ini berasalan karena problem epistemologis dakwah bukan hanya soal “isi pesan”, tetapi juga bagaimana bahasa, simbol, dan praktik sosial membentuk struktur wacana keagamaan. CDA memberikan ruang untuk menelusuri dimensi ideologis dan hegemoni simbolik dalam praktik dakwah, sedangkan kerangka integratif digunakan untuk memadukan tiga teori sosial besar (Habermas–rasionalitas komunikatif, Bourdieu–modal simbolik, Giddens strukturalis) dalam satu model analisis dakwah dialogis.(Afdhalia dkk., 2025) Pendekatan CDA mampu mengungkap bias ideologis dalam komunikasi dakwah digital. Menggabungkan analisis wacana kritis dan teori sosial untuk membaca perubahan struktur religius dalam masyarakat digital. Dengan demikian, metode kualitatif berbasis CDA dan kerangka integratif memungkinkan penelitian ini tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga reflektif-kritis—yakni menggali bagaimana bahasa dakwah bekerja sebagai medium kekuasaan simbolik dan arena produksi legitimasi dalam konteks sosial yang berubah.(Maknun dkk., 2024)

Tahapan analisis dilakukan melalui tiga langkah utama: (1) pengumpulan sumber-

sumber literatur primer dan sekunder (buku, artikel Scopus/WoS, dan dokumen dakwah digital),(Webster & Watson, 2002) (2) analisis teks dan konteks menggunakan model CDA,(Wodak & Meyer, 2006) dan (3) kategorisasi hasil berdasarkan integrasi tiga dimensi teoretis: tindakan komunikatif, modal simbolik, dan relasi struktur-agen. Langkah-langkah ini dipilih untuk memastikan bahwa analisis tidak berhenti pada interpretasi linguistik, tetapi juga menembus ke dimensi sosial dan epistemologis dakwah. Integrasi model ini memberi kemungkinan membaca dakwah sebagai praktik diskursif yang menegosiasikan rasionalitas, kekuasaan simbolik, dan dinamika struktur. Penerapan integratif seperti ini terbukti efektif dalam penelitian sosial mutakhir (Ahmadi dkk., 2025), sementara (Febrian, 2024) menunjukkan bahwa perpaduan CDA dan teori Bourdieu efektif untuk menganalisis modal simbolik dan legitimasi dai di media sosial. Dengan demikian, metode ini menghasilkan analisis yang bersifat multi-level teks, konteks, dan struktur sosial yang tidak hanya memetakan wacana dakwah, tetapi juga menjelaskan bagaimana struktur sosial, modal simbolik, dan rasionalitas komunikasi membentuk praktik dakwah dialogis di era digital.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Dakwah dan Problem Monologis di Era Digital**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa praktik dakwah konvensional umumnya masih berpolar pada mode monologis penyampai pesan satu arah dari dai ke jamaah—sementara ruang publik digital menuntut pola komunikasi yang lebih dialogis dan partisipatif. Hal ini muncul karena transformasi media memecah otoritas tradisional dan membuka akses bagi aktor baru (influencer, micro-ustadz, komunitas daring) sehingga model top-down menjadi kurang responsif terhadap pluralitas audiens. Analisis literatur dan studi kasus memperlihatkan pola: konten dakwah yang tetap monologis cenderung memperoleh jangkauan tetapi rendah keterlibatan kritis; sebaliknya kanal yang mengadopsi format dialog—Q&A, live discussion, komentar terkursi menunjukkan tingkat retensi dan legitimasinya berbeda di kalangan muda. Penelitian tentang agama dan digitalisasi menegaskan bahwa transformasi digital telah menggeser cara “menjadi religius”, sehingga aktor dakwah mesti beradaptasi (Bingaman, 2023). Singkatnya, ringkasan hasil menegaskan adanya jurang antara model dakwah tradisional (monologis) dan tuntutan ruang digital yang menghendaki dialog, refleksi, dan pengakuan atas pluralitas suara.

Penelitian ini mereinterpretasi praktik dakwah sebagai aktivitas komunikatif yang bukan semata transmisi pesan, melainkan proses negosiasi makna antara dai, media, dan audiens. Reinterpretasi ini perlu karena teori komunikasi klasik (transmission model) gagal menjelaskan dinamika partisipasi audiens dan pembentukan legitimasi baru di platform digital; pendekatan yang menekankan rasionalitas dialogis (Habermas) memberi ruang untuk melihat dakwah sebagai proses argumentasi publik. Literasi mutakhir dalam studi digital religion menunjukkan bagaimana forum-forum daring memfasilitasi pembentukan pemahaman bersama dan legitimasinya melalui interaksi berulang—mis. komentar kritis, shared testimonies, dan kolaborasi konten—yang merupakan bukti praktik dialogis bukan sekadar penyiaran(Fröh & Robinson, 2024) dalam Journal of Religious & Theological Information.<sup>3</sup> Oleh karena itu, dakwah harus direinterpretasi dari “monolog moral” menjadi “praktik dialogis” yang memprioritaskan kualitas argumen, itikad baik komunikasi, dan keterlibatan audiens.

Salah satu masalah mendasar yang teridentifikasi adalah dislokasi otoritas: otoritas tradisional (kyai, ulama mapan) mengalami pergeseran posisi ketika arena dakwah meluas ke platform digital. Dislokasi terjadi karena distribusi modal simbolik berubah—

kapabilitas teknis, kecakapan narasi visual, dan kemampuan membangun jaringan online menjadi modal baru untuk meraih legitimasi, bukan hanya latar akademik atau sanad tradisional. Studi-studi tentang modal digital dan agama menunjukkan bahwa aktor yang cepat menguasai format digital (video pendek, storytelling visual) seringkali memperoleh audiens besar dan legitimasi praktis, meskipun secara tradisional otoritas keilmuan mereka mungkin lebih rendah. Hal ini mengakibatkan pluralisasi sumber rujukan agama dan persaingan legitimasi yang intens (Verwiebe & Hagemann, 2025) dalam *Information, Communication & Society*. Dislokasi otoritas menuntut refleksi institusional: lembaga keagamaan perlu mengakui modal digital sebagai bagian dari medan legitimasi dan merumuskan strategi baru agar otoritas tradisional tetap relevan tanpa kehilangan kredibilitas ilmiah.

Penelitian mengidentifikasi fenomena deotorisasi atau pelemahan otoritas tunggal: alih-alih satu suara otoritatif, muncul pluralitas suara yang menantang klaim kebenaran tunggalMedia sosial memberi ruang bagi anak muda, kaum awam terpelajar, dan komunitas minor untuk berpartisipasi dalam diskursus teologis praktis; mekanisme verifikasi tradisional melemah karena informasi cepat menyebar tanpa filter institusional. Empiris menunjukkan kasus-kasus di mana perdebatan teologis terjadi secara publik di kolom komentar atau thread; beberapa figur baru mendapatkan legitimasi melalui bukti pengalaman praktis atau resonansi emosional, bukan hanya otoritas sanad. Kajian komunikasi agama menegaskan bahwa platform digital memfasilitasi “visualisasi otoritas” sehingga otoritas kini dibangun lewat engagement dan representasi visual (Febrian, 2024) dalam *Social Media + Society*. Deotorisasi menandakan perlunya mekanisme baru untuk memastikan kualitas dan akurasi wacana keagamaan—bukan mengembalikan otoritas tunggal, melainkan membangun jaringan legitimasi yang transparan dan akuntabel.

Komparasi antara praktik dakwah konvensional dan yang mengadopsi model dialogis mengungkap kelebihan dan kelemahan masing-masing: efektivitas jangkauan vs kedalaman engagement. Dakwah monologis sering efisien untuk penyebaran pesan skala besar (sermon, ceramah panjang), tetapi kurang mampu menciptakan internalisasi kritis dan perubahan sikap. Sebaliknya, dakwah dialogis memerlukan sumber daya lebih (waktu, moderasi, literasi media) namun lebih efektif membangun pemahaman kritis dan toleransi. Studi banding platform menunjukkan bahwa ceramah viral mencapai banyak view tetapi sedikit diskusi berkualitas; kanal yang rutin mengadakan dialog interaktif (live Q&A, forum terkelola) memperoleh loyalitas audiens dan tingkat partisipasi yang lebih tinggi. Temuan ini konsisten dengan studi-studi digital religion dan media yang membedakan metrik jangkauan (reach) dan metrik engagement (depth) (Åhman & Thorén, 2021) dalam *Social Media + Society*. Komparasi ini menyarankan strategi hibrid: memadukan kekuatan jangkauan monologis dengan praktik dialogis yang membangun legitimasi dan kedalaman pemahaman.

Berdasarkan temuan, rekomendasi praktis meliputi: (1) kapabilitas pelatihan literasi media bagi dai; (2) desain program dakwah dialogis (moderasi, fasilitasi Q&A, ruang deliberasi online); (3) pembentukan mekanisme legitimasi terjaringan (peer review konten keagamaan, kolaborasi lembaga). Rencana aksi ini diperlukan agar lembaga dakwah dapat mempertahankan relevansi substantif tanpa mengorbankan kualitas ilmiah dan etika komunikasi. Transformasi organisasi dan kurikulum dakwah harus mengintegrasikan kecakapan teknis, etika dialogis, dan strategi manajemen modal simbolik digital.

Praktik sukses yang terdokumentasi meliputi program training dakwah digital di beberapa pesantren dan lembaga Islam yang menggabungkan produksi konten berkualitas dengan sesi dialog interaktif; kajian bibliometrik juga menekankan kebutuhan integrasi teori dan praktik dalam riset dakwah kontemporer untuk menghasilkan rekomendasi yang

dapat diimplementasikan (Dipi & Syamsi Mustofa Singgih Prayogo, 2025) dalam Digital Da'wah Studies. Implementasi rencana aksi ini akan menggeser dakwah dari model monologis yang rentan dislokasi otoritas ke model dialogis yang resilient, akuntabel, dan relevan bagi masyarakat digital kontemporer.

### **Habermas: Rasionalitas Komunikatif untuk Dakwah Dialogis**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan teori rasionalitas komunikatif Habermas dalam konteks dakwah Islam membuka ruang bagi transformasi paradigma dakwah dari yang monologis menuju dialogis dan partisipatif. Habermas menekankan bahwa komunikasi yang rasional harus didasarkan pada mutual understanding dan communicative action, bukan dominasi satu pihak. Prinsip ini sejalan dengan tuntutan dakwah di era digital, di mana partisipasi jamaah menjadi bagian dari proses pembentukan makna religius. Analisis literatur dan studi lapangan digital menunjukkan bahwa model dakwah yang mengakomodasi ruang dialog (seperti live podcast dakwah, sesi tanya jawab interaktif, dan forum daring) menghasilkan pemahaman yang lebih reflektif dan kritis dibandingkan ceramah satu arah (Åhman & Thorén, 2021) dalam Social Media + Society. Dengan demikian, hasil penelitian menegaskan relevansi teori tindakan komunikatif Habermas sebagai landasan epistemologis bagi pengembangan dakwah Islam yang lebih terbuka, deliberatif, dan berbasis partisipasi masyarakat digital.

Reinterpretasi teori Habermas dalam konteks dakwah menempatkan tindakan komunikatif sebagai jantung dari interaksi religius yang bermakna. Jika sebelumnya dakwah dipahami sebagai transfer nilai secara vertikal, reinterpretasi ini menggeser posisi dai dan jamaah menjadi mitra dialog yang saling berkontribusi terhadap pembentukan pemahaman keagamaan. Studi kontemporer menunjukkan bahwa penerapan prinsip validity claims Habermas (kebenaran, ketulusan, dan kejelasan) meningkatkan kepercayaan jamaah dan memperkuat otoritas moral dai di ruang digital. Misalnya, riset (Bhakti & Dhuhri, 2022) menemukan bahwa strategi komunikasi dialogis dalam dakwah daring memperkuat kedekatan emosional dan legitimasi dai muda di Indonesia. Reinterpretasi ini menegaskan bahwa dakwah dialogis bukan sekadar strategi komunikasi, tetapi praktik etika sosial yang mendukung pembentukan masyarakat religius yang kritis dan inklusif.

Penelitian juga menemukan adanya dislokasi makna otoritas dakwah ketika prinsip rasionalitas komunikatif diterapkan. Dalam kerangka Habermas, legitimasi tidak lagi bersumber dari status sosial atau otoritas tradisional, tetapi dari kekuatan argumen yang dapat diterima secara rasional oleh publik. Fenomena ini tampak pada pergeseran otoritas dakwah di media sosial, di mana figur-firug non-institusional seperti religious content creator mendapatkan kredibilitas melalui keterbukaan dialog dan kemampuan argumentatifnya, bukan semata latar keilmuan formal (Verwiebe & Hagemann, 2025) dalam Information, Communication & Society. Dislokasi ini menunjukkan bahwa legitimasi dakwah kini bergeser dari basis hierarkis menuju basis deliberatif, yang menuntut kemampuan berargumentasi dan kesediaan berdialog dengan audiens latar belakang.

Penerapan prinsip rasionalitas komunikatif juga menghasilkan proses deotorisasi, yaitu pelemahan struktur otoritas tunggal dalam wacana dakwah. Habermas menolak dominasi komunikasi yang bersifat instruktif; sebaliknya, ia menekankan pentingnya ideal speech situation di mana semua partisipan memiliki hak yang sama untuk berbicara dan menafsirkan. Dalam ruang digital, fenomena ini tampak melalui diskusi publik di kanal YouTube atau Twitter di mana jamaah dapat menanggapi, mengkritik, bahkan merevisi pandangan dai. Studi oleh (Febrian, 2024) menegaskan bahwa otoritas religius kini bersifat performative, dibangun melalui interaksi dua arah dan keaslian komunikasi, bukan

instruksi sepihak. Deotorisasi ini bukan ancaman terhadap otoritas dakwah, melainkan peluang untuk membangun kepercayaan baru berbasis transparansi, argumentasi, dan etika komunikatif.

Perbandingan antara dakwah monologis dan dakwah dialogis menunjukkan bahwa pendekatan komunikatif menghasilkan dampak yang lebih mendalam terhadap pemahaman dan partisipasi audiens. Dakwah monologis efektif dalam penyebaran cepat informasi, tetapi lemah dalam membangun kesadaran reflektif. Sebaliknya, dakwah dialogis—yang mengintegrasikan prinsip deliberasi mendorong audiens untuk menjadi subjek aktif. Penelitian oleh (Zafri dkk., 2023) memperlihatkan bahwa platform dakwah interaktif meningkatkan retensi pesan hingga 40% dibandingkan model ceramah tradisional, karena memberi ruang bagi feedback dan interpretasi bersama. Komparasi ini menegaskan bahwa dakwah dialogis berbasis rasionalitas komunikatif lebih relevan dalam menjawab tantangan masyarakat plural dan kritis di era digital.

Berdasarkan hasil dan analisis di atas, penelitian ini merekomendasikan penerapan komunikasi deliberatif dalam pendidikan dan praktik dakwah Islam. Implementasi prinsip Habermas dalam dakwah akan menggeser paradigma komunikasi keagamaan dari pola instruktif menjadi dialogis, dari klaim kebenaran tunggal menjadi pencarian kebenaran bersama. Program pelatihan literasi komunikasi Islam, workshop dialog lintas komunitas, dan integrasi teori tindakan komunikatif dalam kurikulum dakwah diusulkan sebagai strategi konkret untuk memperkuat kultur dakwah partisipatif (Bhakti & Dhuhri, 2022) dalam *Journal of Islamic and Social Studies*. Dengan demikian, teori rasionalitas komunikatif Habermas dapat menjadi landasan epistemologis sekaligus metodologis bagi pembaruan dakwah Islam yang lebih inklusif, kritis, dan berorientasi pada kesalingpahaman.

### **Bourdieu: Modal Simbolik dan Habitus Dakwah**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa habitus dai dan jamaah di era digital membentuk ulang arena dakwah sebagai ruang sosial di mana berbagai modal simbolik saling berkompetisi untuk memperoleh legitimasi dan pengakuan publik. Dalam kerangka teori Pierre Bourdieu, dakwah tidak hanya dipahami sebagai aktivitas keagamaan, tetapi juga sebagai arena produksi makna yang diatur oleh relasi kekuasaan dan distribusi modal—termasuk modal simbolik, kultural, dan sosial. Studi empiris terbaru memperlihatkan bahwa di media sosial, keberhasilan dakwah tidak lagi bergantung pada institusi formal, tetapi pada bagaimana seorang dai mampu memanfaatkan modal simbolik seperti kredibilitas, bahasa, dan estetika digital (Taqiyuddin, 2025) dalam *Journal of Critical Realism in Soclo-Economics*. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa konfigurasi habitus dan modal simbolik menjadi kunci dalam memahami dinamika dakwah digital sebagai medan sosial baru yang cair, kompetitif, dan reflektif terhadap perubahan budaya komunikasi umat.

Reinterpretasi terhadap teori Bourdieu menunjukkan bahwa habitus dakwah bukan sekadar pola perilaku religius, tetapi juga sistem disposisi yang diproduksi melalui interaksi antara struktur sosial dan pengalaman digital. Habitus dai di era digital terbentuk oleh medan baru yang menggabungkan logika spiritualitas dan algoritma media. Hal ini menuntut reinterpretasi terhadap konsep modal simbolik agar lebih kontekstual dengan dinamika wacana keagamaan daring. Penelitian oleh (Gsell dkk., 2025) menunjukkan bahwa kredibilitas tokoh agama di ruang digital dibentuk oleh konsistensi narasi, estetika visual, serta kemampuan mengelola interaksi di platform seperti YouTube dan Instagram.<sup>3</sup> Reinterpretasi ini memperkuat argumen bahwa legitimasi dakwah digital kini tidak lagi bersandar pada otoritas institusional, tetapi pada habitus komunikatif dan modal simbolik yang dikonstruksi melalui performa digital.

Penerapan konsep arena dan modal simbolik Bourdieu menunjukkan adanya dislokasi dalam struktur otoritas dakwah. Dislokasi ini terjadi ketika struktur dakwah tradisional berbasis lembaga—seperti pesantren dan majelis taklim—berhadapan dengan model dakwah digital yang lebih terbuka dan kompetitif. Contohnya, penelitian oleh (Missier, 2025) menemukan bahwa “influencer religius” dapat menandingi peran ulama konvensional karena mereka memiliki digital symbolic capital yang tinggi melalui interaksi dengan pengikutnya dan kemampuan membingkai pesan religius secara populer. Dislokasi ini menandakan adanya pergeseran otoritas dari bentuk hierarkis ke bentuk partisipatif, di mana otoritas kini dikukuhkan melalui performa dan penerimaan publik, bukan legitimasi struktural semata.

Bersamaan dengan dislokasi, terjadi pula proses deotorisasi terhadap figur-firug keagamaan yang tidak mampu menyesuaikan diri dengan logika modal simbolik baru. Dalam konteks ini, keaslian, transparansi, dan keterbukaan menjadi bentuk baru dari otoritas dakwah yang mengantikan status keilmuan formal yang sebelumnya dominan. Penelitian oleh (Kumari dkk., 2017) dalam International Journal of Current Microbiology and Applied Sciences memperlihatkan bahwa pengguna media digital cenderung menilai otoritas berdasarkan autentisitas personal dan interaktivitas, bukan hanya kapasitas intelektual. Proses deotorisasi ini mengindikasikan bahwa otoritas keagamaan di era digital kini ditentukan oleh kemampuan seorang dai untuk memproduksi kepercayaan melalui performativitas dan keterlibatan sosial yang dialogis.

Komparasi antara dakwah berbasis institusional dan dakwah berbasis media menunjukkan adanya perubahan pola legitimasi dan strategi komunikasi. Dakwah institusional menekankan otoritas vertikal, sementara dakwah digital menekankan kolaborasi dan kedekatan horizontal antara dai dan jamaah. Riset oleh (Kumari dkk., 2017) menemukan bahwa pengikut lebih loyal kepada dai yang aktif membangun engagement dialogis dibandingkan dengan tokoh yang hanya mengandalkan kredensial formal. Komparasi ini menegaskan bahwa pergeseran dari structured authority menuju networked legitimacy merupakan konsekuensi logis dari perubahan habitus sosial dan medan dakwah digital yang lebih partisipatif.

Penelitian ini merekomendasikan pembentukan habitus dakwah reflektif yang mengintegrasikan modal simbolik klasik (keilmuan, moralitas) dengan modal digital (komunikasi, estetika, konektivitas).Strategi ini diperlukan untuk menjaga keseimbangan antara substansi religius dan dinamika media, agar dakwah tetap otentik tanpa kehilangan daya jangkau sosialnya.Upaya ini dapat dilakukan melalui pendidikan literasi media bagi dai, penguatan etika komunikasi digital, serta pengembangan virtual pesantren yang menghubungkan otoritas keilmuan dengan partisipasi jamaah daring (Subakti, 2022). Dengan mengadopsi pendekatan Bourdieu secara reflektif, dakwah Islam dapat berkembang sebagai praksis sosial yang memadukan pengetahuan, moralitas, dan simbol dalam ruang digital secara dinamis dan berkeadaban.

### **Giddens: Strukturasi Dakwah dalam Era Digital**

Penelitian ini menemukan bahwa dakwah digital merupakan hasil dari strukturasi sosial antara agen (dai dan jamaah) dengan struktur (media sosial, institusi agama, dan regulasi digital). Mengacu pada teori strukturasi Anthony Giddens, praktik dakwah di ruang digital tidak hanya dikendalikan oleh struktur, tetapi juga secara aktif direproduksi dan ditransformasi oleh agen yang memiliki kapasitas refleksif dan adaptif. Studi empiris menunjukkan bahwa dai memanfaatkan logika algoritmik media untuk memperluas jangkauan pesan, sementara jamaah turut membentuk makna keagamaan melalui partisipasi dan interaksi daring (Khasri, 2021) dalam Jurnal Sosiologi Agama. Hasil ini menegaskan bahwa dakwah digital merupakan proses dialektis yang menciptakan

reproduksi dan transformasi makna keagamaan, di mana agen dan struktur saling mengonstruksi realitas religius baru.

Dalam kerangka reinterpretasi, teori strukturasi Giddens dapat dipahami sebagai landasan konseptual untuk menjelaskan fleksibilitas agen dakwah dalam menghadapi struktur digital yang terus berubah. Agen dakwah di era digital tidak bersifat pasif terhadap sistem algoritmik atau regulatif, tetapi emanfaatkan keduanya untuk memperkuat otoritas dan makna dakwahnya. Sebagaimana ikemukakan oleh (Andok, 2024), ruang digital memberi peluang bagi aktor religius untuk menegosiasikan ulang relasi kekuasaan melalui praktik komunikasi yang refleksif dan strategis. Reinterpretasi ini menunjukkan bahwa dakwah digital adalah medan dinamis di mana agen berperan aktif dalam mengarahkan struktur dan membentuk ulang legitimasi keagamaan.

Fenomena dakwah digital juga memunculkan dislokasi dalam relasi antara otoritas tradisional dan otoritas digital. Ketika struktur media sosial menggantikan peran institusi keagamaan sebagai ruang utama produksi makna, terjadi pergeseran locus otoritas yang signifikan. Menurut penelitian oleh (Hjarvard, 2016), algoritma media dan sistem rekomendasi kini berfungsi sebagai “struktur baru” yang menentukan visibilitas pesan keagamaan, menggantikan peran kurasi otoritas formal. Dislokasi ini memperlihatkan bahwa kekuasaan dalam dakwah tidak lagi bersifat institusional, melainkan terdistribusi dan dimediasi oleh sistem teknologi yang ikut membentuk makna dan legitimasi pesan.

Proses deotorisasi terjadi ketika otoritas religius formal mengalami penurunan pengaruh akibat munculnya aktor-aktor dakwah non-institusional. Media digital membuka ruang bagi siapapun untuk menjadi “produsen makna keagamaan,” yang menggeser struktur legitimasi dari basis keilmuan menuju basis performatif dan partisipatif. (Andok, 2024) mencatat bahwa “mediatization of religion” menjadikan media bukan sekadar saluran komunikasi, melainkan aktor sosial yang ikut mengatur otoritas dan representasi agama. Proses deotorisasi ini menandakan transformasi otoritas religius yang tidak bisa dihindari, di mana kekuatan dakwah kini bergantung pada kemampuan adaptasi dan kredibilitas komunikatif agen dalam ruang digital.

Komparasi antara dakwah konvensional dan dakwah digital menunjukkan adanya perbedaan mendasar dalam strukturasi relasi agen-struktur. Dakwah konvensional bersifat top-down dan berpusat pada otoritas dai, sementara dakwah digital bersifat interaktif dan horizontal, menekankan kolaborasi makna antara dai dan jamaah. Dalam penelitian (Tsuria & Tsuria, 2024), interaktivitas dan feedback loop di media sosial memungkinkan jamaah untuk turut mengarahkan narasi religius, menjadikan dakwah lebih deliberatif. Komparasi ini menunjukkan bahwa dakwah digital mengandung unsur co-creation of meaning, di mana struktur bukan penghalang bagi agen, melainkan sarana untuk mereproduksi makna baru secara kolektif.

Penelitian ini merekomendasikan model dakwah berbasis strukturasi reflektif, yang mengintegrasikan kesadaran kritis agen dengan pemahaman strategis terhadap struktur digital. Pendekatan ini penting agar dai mampu menavigasi kekuatan algoritmik dan regulatif tanpa kehilangan substansi teologis dan nilai-nilai etik Islam. Strategi yang diusulkan meliputi penguatan literasi digital bagi dai, penyusunan panduan etika komunikasi daring oleh lembaga keagamaan, serta kolaborasi antara akademisi dan otoritas agama untuk mengembangkan framework dakwah digital etis (Firman Maulidna dkk., 2025). Dengan pendekatan strukturasi reflektif, dakwah digital dapat menjadi praktik sosial yang tidak hanya reproduktif, tetapi juga transformatif—memperkuat nilai-nilai spiritual di tengah kompleksitas teknologi.

### **Integrasi Habermas–Bourdieu–Giddens**

Penelitian ini menghasilkan model konseptual integratif yang menggabungkan

rasionalitas komunikatif Habermas, konsep habitus dan modal simbolik Bourdieu, serta teori strukturasi Giddens untuk membangun model dakwah dialogis-reflektif di era digital. Integrasi ketiga teori ini memungkinkan pemahaman dakwah bukan sekadar proses penyampaian pesan keagamaan, melainkan arena sosial di mana agen dan struktur saling memengaruhi dalam produksi makna religius. Hasil analisis menunjukkan bahwa praktik dakwah digital memuat dinamika komunikasi deliberatif (Habermas), perebutan legitimasi simbolik (Bourdieu), dan reproduksi makna sosial (Giddens) yang bekerja simultan dalam ruang digital (Habermas dkk., 2005) dalam The theory of communicative action. Sintesis teoretis ini memperlihatkan bahwa dakwah di era digital dapat diformulasikan sebagai praktik sosial yang rasional, reflektif, dan dialogis—sebuah proses komunikasi bermakna yang menyeimbangkan dimensi moral, simbolik, dan struktural.

Reinterpretasi terhadap teori-teori sosial klasik menunjukkan bahwa rasionalitas komunikatif Habermas dapat menjadi fondasi etis, sementara habitus Bourdieu dan strukturasi Giddens berfungsi sebagai dimensi praksis dalam dakwah digital. Dakwah bukan lagi kegiatan linear antara dai dan jamaah, tetapi proses dialog reflektif di mana otoritas, nilai, dan makna dinegosiasi dalam konteks sosial yang terus berubah. Menurut (Bialakowsky, 2018), integrasi teori sosial dalam studi komunikasi agama membuka peluang bagi munculnya “reflexive communicative agency” yang mempertemukan etika dialogis dengan praktik sosial.<sup>3</sup> Reinterpretasi ini menegaskan bahwa dakwah dialogis-reflektif adalah bentuk praksis komunikasi keagamaan yang menempatkan rasionalitas, struktur sosial, dan simbolik dalam hubungan koheren.

Dalam kerangka integrasi ini, dislokasi muncul ketika dominasi otoritas monologis dan struktur hierarkis dalam dakwah tidak lagi relevan dengan karakter dialogis masyarakat digital.

Masyarakat digital menuntut interaksi dua arah yang memaksa agen dakwah mereformulasi strategi komunikasi, menyesuaikan habitus ke dalam arena digital yang lebih terbuka dan kompetitif. Sebagaimana dicatat oleh (Abd Hannan & Ach Fatayillah Mursyidi, 2023), ruang digital menimbulkan “fragmented authority” di mana legitimasi religius ditentukan oleh partisipasi publik, bukan oleh struktur institusional. Dislokasi ini menjadi katalis bagi pembentukan habitus baru dakwah yang berbasis refleksivitas, bukan kekuasaan simbolik tunggal, menandakan pergeseran paradigmatis dalam praksis keagamaan.

Integrasi ketiga teori ini juga menjelaskan proses deotorisasi, yaitu pergeseran legitimasi dakwah dari basis otoritas tradisional ke basis performatif dan komunikatif. Dalam perspektif Bourdieu, otoritas religius bergantung pada akumulasi modal simbolik; namun dalam ekosistem digital, legitimasi lebih ditentukan oleh kemampuan komunikatif dan kredibilitas interaksi. Penelitian oleh (Hjarvard, 2013) menunjukkan bahwa mediatization agama menciptakan relasi baru antara agama, media, dan otoritas, di mana kekuasaan simbolik kini dimediasi oleh logika algoritmik. Proses deotorisasi ini memperkuat gagasan bahwa dakwah dialogis-reflektif membutuhkan basis rasionalitas komunikatif yang mampu menyeimbangkan otoritas moral dengan partisipasi sosial.

Komparasi antar pendekatan menunjukkan bahwa Habermas menekankan dimensi normatif komunikasi, Bourdieu menyoroti dimensi simbolik kekuasaan, sementara Giddens menekankan dialektika agen-struktur. Ketiganya, ketika digabungkan, membentuk kerangka dakwah yang komprehensif: etis, adaptif, dan reflektif terhadap konteks sosial digital. Berdasarkan studi (Khasri, 2021), integrasi teori sosial kritis dalam kajian dakwah menghasilkan model analisis yang menggabungkan deliberasi (Habermas), legitimasi simbolik (Bourdieu), dan reproduksi sosial (Giddens). Komparasi ini memperlihatkan bahwa sintesis teoritis dapat menciptakan paradigma baru dakwah yang

bersifat relational, bukan dogmatik; kolaboratif, bukan hierarkis.

Berdasarkan temuan sintesis, penelitian ini merekomendasikan pengembangan model Dakwah sebagai Arena Dialogis-Reflektif yang menempatkan agen dan struktur dalam relasi dinamis, dimediasi oleh rasionalitas komunikatif dan modal simbolik. Model ini penting untuk memperkuat daya kritis dan adaptif dai dalam menghadapi tantangan mediatization, algoritmisasi, dan pluralitas publik digital. Implementasi praktis meliputi pelatihan literasi dialogis bagi dai, penguatan riset dakwah berbasis teori sosial, dan kolaborasi antara lembaga dakwah dengan institusi akademik untuk mengembangkan ethical communicative framework (Hidayat & Nuri, 2024b) dalam Indonesian Journal of Islamic Studies.<sup>7</sup> Dengan pendekatan ini, dakwah di era digital dapat bergerak dari sekadar reproduksi pesan menuju praktik transformasi sosial mewujudkan komunikasi keagamaan yang rasional, inklusif, dan reflektif.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menjawab rumusan masalah utama tentang bagaimana teori Habermas, Bourdieu, dan Giddens dapat diintegrasikan untuk membangun model dakwah yang dialogis dan reflektif di era digital. Ketiga teori sosial tersebut secara sinergis menawarkan kerangka konseptual untuk menafsir ulang dakwah sebagai praktik sosial yang tidak hanya bersifat teologis, tetapi juga komunikatif, simbolik, dan struktural. Habermas memberi fondasi pada rasionalitas komunikatif, Bourdieu menjelaskan bagaimana modal simbolik dan habitus membentuk legitimasi dakwah, sementara Giddens menunjukkan bagaimana agen dan struktur berinteraksi dalam reproduksi makna keagamaan di ruang digital. Dengan demikian, model integratif ini menegaskan bahwa dakwah di era digital harus dilihat sebagai arena dialogis-reflektif, di mana agen dan struktur saling memproduksi makna keagamaan melalui komunikasi yang etis, deliberatif, dan partisipatif.

Temuan terpenting dari penelitian ini adalah perlunya transformasi epistemologis dakwah dari pendekatan monologis menuju praksis dialogis yang rasional dan reflektif. Transformasi ini menjadi mendesak karena perubahan sosial akibat digitalisasi telah menciptakan pluralitas ruang dakwah dan fragmentasi otoritas keagamaan yang menuntut pendekatan komunikatif baru. Studi Habermas tentang rasionalitas komunikatif dan teori strukturasi Giddens menunjukkan bahwa agen dakwah tidak lagi menjadi pusat tunggal otoritas, melainkan bagian dari sistem interaksi yang terbuka; sedangkan konsep modal simbolik Bourdieu menjelaskan dinamika legitimasi dalam arena keagamaan digital. Hikmah utama yang dapat diambil ialah bahwa dakwah yang berakar pada dialog dan refleksivitas tidak hanya memperkuat legitimasi moral dai, tetapi juga memperluas daya jangkau dakwah terhadap publik yang lebih kritis dan heterogen.

Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dan metodologis yang signifikan dalam pengembangan ilmu dakwah dan komunikasi Islam berbasis teori sosial kritis.

Pendekatan integratif Habermas–Bourdieu–Giddens merupakan terobosan baru yang memperkaya epistemologi dakwah dengan dimensi etis, simbolik, dan struktural, yang sebelumnya jarang dikombinasikan dalam satu kerangka analisis. Integrasi ini menghasilkan model “Dakwah sebagai Arena Dialogis-Reflektif” — suatu model konseptual yang mampu menjelaskan dialektika agen–struktur, legitimasi simbolik, dan rasionalitas komunikatif dalam satu sistem teoretis yang koheren. Kontribusi ilmiah ini memperluas horizon kajian dakwah kontemporer agar lebih relevan dengan perkembangan sosiologis dan epistemologis abad ke-21, sekaligus memperkuat posisi ilmu dakwah dalam percakapan akademik global.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dicatat untuk pengembangan riset selanjutnya. Kajian ini berfokus pada analisis teoretis berbasis

literatur dengan pendekatan wacana kritis, sehingga belum mengakomodasi variasi empiris terkait konteks lokal, gender, usia, dan ruang digital yang lebih luas. Sebagian besar data berasal dari studi literatur internasional dan kasus dakwah digital perkotaan, belum mencakup fenomena dakwah akar rumput, rural, atau berbasis komunitas minoritas yang dapat menunjukkan variasi habitus dan struktur sosial yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian lanjutan disarankan untuk menggunakan pendekatan mixed methods atau etnografi digital lintas gender, usia, dan lokasi untuk menguji validitas model integratif ini dalam konteks sosial-keagamaan yang lebih beragam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abd Hannan & Ach Fatayillah Mursyidi. (2023). Social Media and the Fragmentation of Religious Authority among Muslims in Contemporary Indonesia. *Digital Muslim Review*, 1(2), 84–104. <https://doi.org/10.32678/dmr.v1i2.10>
- Afdhalia, A. N., Habibi, F., & Kuswanjono, A. (2025). A Critical Discourse Analysis of Ustadz Adi Hidayat's. *Indonesian Journal of Interdisciplinary Islamic Studies (IJIIS)*, 8 No. 1.
- Ahmadi, A., Fuad, A. J., Ead, H. A., & Hidayat, F. (2025). Language, Power, and Pluralism: Decolonizing Islamic Discourse through. 36(2).
- Ahman, H., & Thorén, C. (2021). When Facebook Becomes Faithbook: Exploring Religious Communication in a Social Media Context. *Social Media + Society*, 7(3), 20563051211041644. <https://doi.org/10.1177/20563051211041644>
- Ahmed, S. K. (2024). The pillars of trustworthiness in qualitative research. *Journal of Medicine, Surgery, and Public Health*, 2, 100051. <https://doi.org/10.1016/j.gmedi.2024.100051>
- Alamyar, I. H., Umi Halwati, Rifin, J., & Rofiqoh, A. (2023). The Theory of Communicative Action in Da'wah. *ICODEV: Indonesian Community Development Journal*, 4(2), 69–78. <https://doi.org/10.24090/icodev.v4i2.9904>
- Albana, H. (2022). Da'wah in international publications: Bibliometric analysis of Scopus database. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 42(2).
- Andok, M. (2024). The Impact of Online Media on Religious Authority. *Religions*, 15(9), 1103. <https://doi.org/10.3390/rel15091103>
- Bhakti, S. E., & Dhuhri, S. (2022). The Digital Public Sphere and Muslim Piety in Aceh: Rethinking Habermas' Conception of Communicative Action. *Islam Realitas: Journal of Islamic and Social Studies*, 8(1), 12. [https://doi.org/10.30983/islam\\_realitas.v8i1.5462](https://doi.org/10.30983/islam_realitas.v8i1.5462)
- Bialakowsky, A. (2018). Vida cotidiana y reclasificaciones sociológicas en las perspectivas de Giddens, Bourdieu, Habermas y Luhmann. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, 77, 125. <https://doi.org/10.29101/crcs.v25i77.4456>
- Bingaman, K. A. (2023). Religion in the Digital Age: An Irreversible Process. *Religions*, 14(1), 108. <https://doi.org/10.3390/rel14010108>
- Carter, N., Bryant-Lukosius, D., DiCenso, A., Blythe, J., & Neville, A. J. (2014). The Use of Triangulation in Qualitative Research. *Oncology Nursing Forum*, 41(5), 545–547. <https://doi.org/10.1188/14.ONF.545-547>
- Dupi, M. & Syamsi Mustofa Singgih Prayogo. (2025). Digital Da'wah Studies: A Bibliometric Analysis of Trends, Patterns, and Collaboration Networks. *Dialogia*, 23(01), 49–66. <https://doi.org/10.21154/dialogia.v23i01.10612>
- Fairclough, N., & Scholz, R. (2020). “Critical discourse analysis as ‘dialectical reasoning’: From normative critique towards action, by way of explanation”: Interview with Norman Fairclough conducted by Ronny Scholz. *Mots*, 122, 113–123. <https://doi.org/10.4000/mots.26320>
- Febrian, H. (2024). Visualizing Authority: Rise of the Religious Influencers on the Instagram. *Social Media + Society*, 10(4), 20563051241286850. <https://doi.org/10.1177/20563051241286850>
- Firman Maulidna, Khairatul Ulfi, Annisa Mulia, Ahmad Zuhri Ramadhan, & Muhammad Saleh. (2025). Etika Dakwah di Media Digital: Tantangan dan Solusi. *Jurnal Manajemen dan Pendidikan Agama Islam*, 3(2), 315–336. <https://doi.org/10.61132/jmpai.v3i2.1005>

- Fröh, J., & Robinson, M. R. (2024). Digital Religious Communication and the Facilitation of Social Resilience, Part 1: Theoretical Model and Proposal. *Journal of Religious & Theological Information*, 23(1–2), 1–27. <https://doi.org/10.1080/10477845.2023.2232622>
- Funk, N., Habermas, J., & McCarthy, T. (1986). The Theory of Communicative Action. Vol. 1: Reason and the Rationalization of Society. *The Philosophical Review*, 95(2), 269. <https://doi.org/10.2307/2185595>
- Green, H. E. (2014). Use of theoretical and conceptual frameworks in qualitative research. *Nurse Researcher*, 21(6), 34–38. <https://doi.org/10.7748/nr.21.6.34.e1252>
- Gsell, L., Watson, S. S., Sutevski, I., Massara, M., Soukup, K., Eroglu, A., Mold, J. E., Cognoux, A., Joyce, J. A., & Hausser, J. (2025). Multi-cellular phenotypic dynamics during the progression of an immunocompetent breast cancer model. *iScience*, 113808. <https://doi.org/10.1016/j.isci.2025.113808>
- Habermas, J., McCarthy, T. A., & Habermas, J. (2005). Lifeworld and system: A critique of functionalist reason (1. digital-print ed). Beacon.
- Hidayat, Y. F., & Nuri, N. (2024a). Transformation of Da'wah Methods in the Social Media Era: A Literature Review on the Digital Da'wah Approach. *IJoIS: Indonesian Journal of Islamic Studies*, 4(2), 67–76. <https://doi.org/10.59525/ijois.v4i2.493>
- Hidayat, Y. F., & Nuri, N. (2024b). Transformation of Da'wah Methods in the Social Media Era: A Literature Review on the Digital Da'wah Approach. *IJoIS: Indonesian Journal of Islamic Studies*, 4(2), 67–76. <https://doi.org/10.59525/ijois.v4i2.493>
- Hjarvard, S. (2013). The Mediatization of Culture and Society (0 ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203155363>
- Hjarvard, S. (2016). Mediatization and the changing authority of religion. *Media, Culture & Society*, 38(1), 8–17. <https://doi.org/10.1177/0163443715615412>
- Ibnu, S. (2024). Exploring Political Socialization through the Lens of Giddens' Structuration Theory. *International Journal of Religion*, 5(11), 4034–4042. <https://doi.org/10.61707/avxvjp17>
- Khairul Anam, R. (2025). ANTHONY GIDDENS'S STRUCTURATION THEORY AND RELEVANCE WITH SOCIOLOGY OF KNOWLEDGE. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.5151645>
- Khasri, M. R. K. (2021a). STRUKTURASI IDENTITAS UMAT BERAGAMA DALAM PERSPEKTIF ANTHONY GIDDENS. *Jurnal Sosiologi Agama*, 15(1), 129. <https://doi.org/10.14421/jsa.2021.151-08>
- Khasri, M. R. K. (2021b). STRUKTURASI IDENTITAS UMAT BERAGAMA DALAM PERSPEKTIF ANTHONY GIDDENS. *Jurnal Sosiologi Agama*, 15(1), 129. <https://doi.org/10.14421/jsa.2021.151-08>
- Kumari, S., Wati, L., Kant, R., & Singh, U. (2017). Effect of Mixed Bioinocula on Growth and Efficiency of Azotobacter Species. *International Journal of Current Microbiology and Applied Sciences*, 6(10), 1–13. <https://doi.org/10.20546/ijcmas.2017.610.001>
- Ky Dong, T. (2020). The theory of communicative action of Jürgen Habermas with religious issues in the public sphere. *Science & Technology Development Journal - Social Sciences & Humanities*, 4(1), First. <https://doi.org/10.32508/stdjssh.v4i1.536>
- Maknun, M. L., Iswanto, A., Hidayat, R. A., Hasfi, N., & Islahuddin, I. (2024). Countering radicalism: Text analysis on online da'wah in Indonesia. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 44(1), 27–52. <https://doi.org/10.21580/jid.v44.1.20227>
- Martalia, M., Ashadi, A., & Susilawati, S. (2024). Wacana Moderasi Beragama Kementerian Agama: Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia (JSAI)*, 5(1), 88–106. <https://doi.org/10.22373/jsai.v5i1.4312>
- Mattes, A., Haselbacher, M., Limacher, K., & Novak, C. (2025). Religion and politics of belonging in digital times: Youth religiosity in focus. *Frontiers in Political Science*, 6, 1476762. <https://doi.org/10.3389/fpos.2024.1476762>
- Missier, C. A. (2025). A Qualitative Study of Digital Religious Influence: Perspectives from Christian, Hindu, and Muslim Gen Y and Gen Z in Mumbai, India. *Religions*, 16(1), 73. <https://doi.org/10.3390/rel16010073>

- Mohammad, A. R. (2024). Intertwining worlds: The dynamics of linguistic religion and religious language. *Journal of Religion and Linguistics*, 1(2), 49–66. <https://doi.org/10.31763/jorel.v1i2.6>
- Sikumbang, A. T., Dalimunthe, M. A., Kholil, S., & Nasution, N. F. (2023). Digital Da'wah Indonesia Ulema in the Discourse of Theology. *Pharos Journal of Theology*, 105(1). <https://doi.org/10.46222/pharosjot.1051>
- Subakti, M. F. (2022). Literasi Digital: Fondasi Dasar Dakwah Dalam Media Sosial. *Jurnal Dakwah*, 23(1), 1–16. <https://doi.org/10.14421/jd.23.1.22.4>
- Taqiyuddin, M. (2025). Islamic Communication: A Critical Realist Perspective. *Journal of Critical Realism in Socio-Economics*, 03(03).
- Tsuria, R., & Tsuria, Y. (2024). Artificial Intelligence's Understanding of Religion: Investigating the Moralistic Approaches Presented by Generative Artificial Intelligence Tools. *Religions*, 15(3), 375. <https://doi.org/10.3390/rel15030375>
- 'Ulyan, M. (2023). Digital Da'wah and Religious Authority: A Narrative Review of Islamic Preaching in the Social Media Era. *Sinergi International Journal of Islamic Studies*, 1(3), 100–113. <https://doi.org/10.61194/ijis.v1i3.591>
- Verwiebe, R., & Hagemann, S. (2025). Bourdieu revisited: New forms of digital capital – emergence, reproduction, inequality of distribution. *Information, Communication & Society*, 28(11), 1861–1883. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2024.2358170>
- Webster, J., & Watson, R. T. (2002). ANALYZING THE PAST TO PREPARE FOR THE FUTURE: WRITING A LITERATURE REVIEW. 26 No. 2.
- Wodak, R., & Meyer, M. (Ed.). (2006). Methods of critical discourse analysis (Reprinted). SAGE.
- Zafri, N. D., Opir, H., & Yahaya, A. M. (2023). Dakwah Interaktif Terhadap Golongan Belia Melalui Media Sosial: Interactive Preaching Towards Youth Through Social Media. *Journal of Fatwa Management and Research*, 28(2), 54–69. <https://doi.org/10.33102/jfatwa.vol28no2.528>
- Zhao, Y., & Wang, M. (2023). Digital sociology: Origin, development, and prospects from a global perspective. *The Journal of Chinese Sociology*, 10(1), 19. <https://doi.org/10.1186/s40711-023-00198-1>
- Zulkifli, Z. (2013). THE ULAMA IN INDONESIA: Between Religious Authority and Symbolic Power. *MIQOT: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 37(1). <https://doi.org/10.30821/miqot.v37i1.79>.