

AUTORITI FATWA DALAM ERA DIGITAL: KEPIMPINAN DAKWAH DIGITAL DAN TADBIR URUS KREDIBILITI AGAMA DI MALAYSIA

Fatwa Authority in the Digital Era: Digital Da'wah Leadership and Governance of Religious Credibility in Malaysia

^{i*} Abdul Haiy Mahmud

ⁱⁱ Marlon Pontino Guleng

ⁱⁱⁱ Halim Mokhtar

ⁱJabatan Pengajian Islam, Pusat Matrikulasi, Universiti Islam Selangor, Malaysia.

abdulhaiy@uis.edu.my

ⁱⁱJabatan Dakwah dan Usuluddin, Fakulti Pengajian Peradaban Islam, Universiti Islam Selangor, Malaysia. yusufmarlon@uis.edu.my

ⁱⁱⁱJabatan Dakwah dan Usuluddin, Fakulti Pengajian Peradaban Islam, Universiti Islam Selangor, Malaysia. halim@uis.edu.my

*(Corresponding author) e-mail: abdulhaiy@uis.edu.my

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah mengubah landskap dakwah Islam di Malaysia, namun pada masa yang sama menimbulkan cabaran baharu berkaitan autoriti agama, kesahihan maklumat serta penerimaan masyarakat terhadap keputusan fatwa. Fenomena “dakwah viral”, penyebaran petikan agama tanpa konteks, dan polemik hukum melalui platform digital telah mewujudkan kekeliruan awam serta berpotensi menjejaskan kepercayaan terhadap institusi mufti. Kajian ini bertujuan menganalisis bentuk dan dinamika perebutan autoriti agama dalam ruang digital, menilai cabaran yang dihadapi oleh institusi mufti dalam komunikasi fatwa, serta meneliti peranan kepemimpinan

dakwah digital dalam memperkukuh kredibiliti dan autoriti fatwa di Malaysia. Kajian ini turut menganalisis aplikasi prinsip *fiqh al-wāqī'* dan *maqāṣid al-syarī'ah* dalam pengurusan isu-isu fatwa kontemporari serta mencadangkan satu kerangka kepimpinan dakwah digital yang sesuai dengan realiti media sosial semasa. Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui analisis dokumen (teks fatwa, kenyataan rasmi, garis panduan digital) serta analisis kandungan terhadap wacana media sosial yang berkaitan isu-isu fatwa terpilih. Dapatan kajian menunjukkan bahawa cabaran utama meliputi (i) krisis autoriti dan pertindihan sumber rujukan agama, (ii) kelajuan penyebaran maklumat berbanding proses tabayyun, (iii) kecenderungan "*confirmation bias*" dan polarisasi wacana, serta (iv) kelemahan strategi komunikasi fatwa dalam bentuk yang mesra audiens digital. Kajian ini mencadangkan kerangka kepimpinan dakwah digital berteraskan prinsip *fiqh al-wāqī'* dan *maqāṣid al-syarī'ah* melalui pengukuhan literasi fatwa, pemeraksanaan komunikasi institusi, serta pembangunan mekanisme respons pantas terhadap salah faham agama. Kesimpulannya, kepimpinan dakwah digital yang strategik dan berintegriti merupakan keperluan mendesak bagi memastikan kewibawaan fatwa kekal relevan serta dipercayai dalam era digital.

Kata Kunci Kepimpinan Dakwah Digital; Fatwa; Autoriti Agama; Media Sosial; *Maqāṣid al-Syarī'ah*.

ABSTRACT

The rise of social media has transformed the landscape of Islamic da'wah in Malaysia, while simultaneously generating new challenges related to religious

authority, information credibility, and public reception of fatwa decisions. The phenomenon of “viral da‘wah,” decontextualized religious content, and online legal polemics has intensified public confusion and may undermine trust in the Mufti institution. This study aims to examine digital da‘wah leadership in managing contemporary challenges concerning religious authority and fatwa communication, as well as to evaluate institutional responses within the digital sphere. Employing a qualitative design, the study integrates document analysis (fatwa texts, official statements, and digital governance guidelines) with content analysis of social media discourses on selected fatwa-related issues. The findings reveal four major challenges: (i) a growing crisis of authority and competing religious reference sources, (ii) the rapid diffusion of information surpassing verification (*tabayyun*) practices, (iii) confirmation bias and polarization of online religious debates, and (iv) insufficient digital-oriented fatwa communication strategies. The study proposes a digital da‘wah leadership framework grounded in *fiqh al-wāqi‘* and *maqāṣid al-sharī‘ah*, emphasizing strengthened fatwa literacy, enhanced institutional communication capacity, and rapid-response mechanisms to address religious misinformation. In conclusion, strategic and integrity-driven digital da‘wah leadership is urgently required to sustain the relevance and credibility of fatwa in the digital era.

Keywords: digital da‘wah leadership; fatwa; religious authority; social media; *maqāṣid al-sharī‘ah*.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah landskap komunikasi agama dan penyebaran dakwah Islam secara signifikan. Platform media sosial seperti Facebook, Instagram, X dan YouTube membolehkan penyampaian mesej agama dilakukan secara pantas, meluas dan tanpa sempadan geografi. Perubahan ini membuka ruang yang lebih besar kepada masyarakat untuk mengakses maklumat agama, di samping memperluaskan peluang penyertaan pelbagai aktor dalam wacana keagamaan.

Walau bagaimanapun, perkembangan tersebut turut membawa cabaran baharu terhadap struktur autoriti agama tradisional. Jika sebelum ini institusi mufti dan ulama menjadi sumber rujukan utama dalam penentuan hukum dan pandangan agama, era digital menyaksikan kemunculan pelbagai pempengaruh agama yang berupaya membentuk persepsi masyarakat melalui kekuatan media sosial. Keadaan ini mewujudkan persaingan autoriti agama yang semakin kompleks apabila kredibiliti sesuatu pandangan bukan lagi dinilai semata-mata berdasarkan kekuatan ilmu dan institusi, tetapi turut dipengaruhi oleh populariti, keterlihatan digital dan tahap interaksi pengguna.

Dalam konteks fatwa, perkembangan ini memberikan implikasi yang besar terhadap kedudukan institusi mufti sebagai autoriti agama rasmi. Penyebaran kandungan agama yang pantas, petikan fatwa yang terpisah daripada konteks asal, serta kewujudan pelbagai tafsiran alternatif dalam media sosial telah menyumbang kepada fenomena perebutan wacana agama dan kekeliruan masyarakat terhadap sumber rujukan yang sah. Pada masa yang sama, institusi mufti berhadapan dengan cabaran untuk mengekalkan kredibiliti dan kepercayaan awam dalam persekitaran komunikasi yang semakin terbuka dan tidak berpusat.

Sorotan kajian terdahulu menunjukkan bahawa kebanyakan penyelidikan berkaitan dakwah digital lebih menumpukan kepada penggunaan media sosial, strategi penyampaian mesej dan keberkesanan

komunikasi dalam talian. Namun demikian, kajian yang meneliti secara khusus hubungan antara kepimpinan dakwah digital, autoriti fatwa dan tadbir urus kredibiliti agama masih terhad, khususnya dalam konteks Malaysia. Selain itu, aspek pengintegrasian prinsip *fiqh al-wāqi'* dan *maqāṣid al-syarī'ah* dalam strategi komunikasi fatwa digital juga masih kurang diberikan perhatian secara sistematik.

Berdasarkan jurang tersebut, kajian ini meneliti peranan kepimpinan dakwah digital dalam menangani cabaran autoriti fatwa dan perebutan wacana agama dalam media sosial di Malaysia. Kajian ini turut menganalisis bagaimana prinsip *fiqh al-wāqi'* dan *maqāṣid al-syarī'ah* dapat diaplikasikan dalam memperkukuh strategi komunikasi fatwa serta membangunkan kerangka tadbir urus kredibiliti agama yang lebih sesuai dengan realiti era digital.

SOROTAN LITERATUR

Autoriti Fatwa dan Transformasi Digital

Dalam tradisi Islam, fatwa merujuk kepada pandangan hukum yang dikeluarkan oleh mufti atau institusi yang mempunyai autoriti keilmuan berdasarkan disiplin usul fiqh, fiqh dan *maqāṣid al-syarī'ah*. Autoriti fatwa secara tradisional dibina melalui gabungan faktor keilmuan, kedudukan institusi dan kepercayaan masyarakat terhadap integriti proses *istinbāṭ* hukum. Dalam konteks Malaysia, autoriti tersebut turut diperkukuhkan melalui sistem pentadbiran agama Islam negeri yang memberikan kedudukan rasmi kepada institusi mufti.

Walau bagaimanapun, perkembangan teknologi digital telah mengubah struktur autoriti agama secara signifikan. Media sosial dan platform digital membuka ruang kepada pelbagai aktor agama untuk berkongsi pandangan dan tafsiran hukum tanpa bergantung sepenuhnya kepada saluran institusi tradisional. Perubahan ini menyebabkan autoriti agama tidak lagi ditentukan semata-mata oleh kelayakan keilmuan dan

kedudukan institusi, tetapi turut dipengaruhi oleh faktor populariti, keterlihatan digital dan pengaruh algoritma media sosial.

Kajian terdahulu menunjukkan bahawa pendigitalan telah mewujudkan satu bentuk autoriti agama yang lebih terbuka dan terdesentralisasi. Fenomena ini memperlihatkan kemunculan mempengaruhi agama digital yang berupaya membentuk persepsi masyarakat terhadap isu-isu hukum dan agama walaupun tidak semestinya memiliki latar belakang keilmuan yang setanding dengan institusi fatwa rasmi. Pada masa yang sama, institusi mufti juga semakin aktif memanfaatkan media sosial sebagai medium komunikasi bagi mengekalkan relevansi dan autoriti mereka dalam ruang digital.

Keadaan ini menunjukkan bahawa autoriti fatwa pada era digital tidak mengalami penghapusan, tetapi sedang melalui proses transformasi yang menuntut penyesuaian strategi komunikasi dan pengurusan kredibiliti yang lebih efektif.

Autoriti Fatwa dalam Sistem Perundangan Malaysia

Dalam konteks Malaysia, autoriti fatwa perlu difahami bukan sahaja dari sudut keilmuan dan institusi, bahkan dari sudut kedudukan perundangannya. Hal ini kerana tidak semua fatwa yang dikeluarkan oleh institusi mufti mempunyai kesan undang-undang yang sama. Secara umumnya, fatwa di Malaysia boleh dibahagikan kepada dua kategori utama, iaitu fatwa yang telah digazetkan dan Sebaliknya, fatwa yang belum digazetkan hanya berfungsi sebagai pandangan hukum atau nasihat agama yang mempunyai autoriti dari sudut keilmuan, namun tidak mempunyai kesan perundangan yang mengikat. Walaupun pandangan tersebut boleh dijadikan rujukan oleh masyarakat Islam, ia tidak boleh dikuatkuasakan melalui mekanisme perundangan syariah negeri. Oleh itu, tahap penerimaan masyarakat terhadap fatwa yang

belum digazetkan lebih bergantung kepada kredibiliti institusi mufti serta kekuatan hujah syarak yang dikemukakan¹.

Fatwa yang telah digazetkan ialah fatwa yang diputuskan oleh Jawatankuasa Fatwa Negeri atau Muzakarah Jawatankuasa Fatwa Kebangsaan, diperkenankan oleh Sultan atau Raja sebagai Ketua Agama Islam negeri dan kemudiannya disiarkan dalam Warta Kerajaan Negeri menurut peruntukan enakmen pentadbiran agama Islam negeri masing-masing. Setelah diwartakan, fatwa tersebut mempunyai kesan perundangan yang mengikat umat Islam di negeri berkenaan serta boleh dijadikan asas kepada tindakan penguatkuasaan oleh pihak berkuasa agama Islam.

Sebaliknya, fatwa yang belum digazetkan berfungsi sebagai pandangan hukum atau nasihat agama yang mempunyai nilai autoritatif dari sudut keilmuan, namun tidak mempunyai kesan perundangan yang mengikat. Walaupun pandangan tersebut boleh dijadikan rujukan oleh masyarakat Islam, ia tidak boleh dikuatkuasakan melalui mekanisme undang-undang syariah negeri. Oleh yang demikian, tahap pematuhan terhadap fatwa yang tidak digazetkan lebih bergantung kepada penerimaan masyarakat terhadap kredibiliti institusi mufti dan kekuatan hujah yang dikemukakan.

Perbezaan ini menjadi semakin penting dalam era digital apabila pelbagai keputusan fatwa disebarikan secara meluas melalui media sosial tanpa penjelasan mengenai status perundangannya. Keadaan ini berpotensi menimbulkan kekeliruan dalam kalangan masyarakat yang sering menganggap semua fatwa mempunyai kedudukan yang sama. Malah, penyebaran maklumat agama secara pantas dalam media sosial turut membuka ruang kepada pihak tertentu untuk memetik atau menyebarkan fatwa tanpa konteks yang lengkap, sekali gus menjejaskan

¹ Noor Naemah Abdul Rahman et al., "Fatwa sebagai Instrumen Perundangan Islam di Malaysia," *Jurnal Syariah* 13, no. 2 (2005).

kefahaman masyarakat terhadap autoriti sebenar sesuatu keputusan hukum.

Sehubungan itu, cabaran utama institusi mufti pada era digital bukan sekadar mengeluarkan fatwa yang berasaskan disiplin ilmu Islam yang mantap, tetapi juga memastikan masyarakat memahami status, fungsi dan implikasi sesuatu fatwa sama ada yang telah digazetkan ataupun yang masih berada pada tahap pandangan hukum. Dalam konteks ini, komunikasi fatwa yang jelas dan berkesan merupakan sebahagian daripada agenda kepimpinan dakwah digital yang penting bagi memperkukuh kredibiliti institusi agama dan mengelakkan kekeliruan awam terhadap autoriti fatwa di Malaysia².

Digitalisasi Dakwah dan Transformasi Autoriti Agama

Kemunculan media sosial telah mengubah secara radikal landskap dakwah dan penyebaran ilmu agama. Platform digital membolehkan penyampaian mesej agama dilakukan secara pantas, meluas dan tanpa kawalan institusi yang ketat. Transformasi ini telah mencetuskan fenomena peralihan autoriti agama, di mana kredibiliti tidak lagi diukur semata-mata melalui kelayakan ilmiah, tetapi turut dipengaruhi oleh populariti, pengaruh algoritma dan daya tarikan naratif. Bukti kajian adalah kukuh dan konsisten merentas pelbagai penyelidikan. Pendigitalan telah menyebabkan “peralihan autoriti agama daripada hierarki tradisional yang didominasi oleh sarjana dan institusi agama kepada autoriti berasaskan populariti,” di mana “algoritma dan tahap populariti menggantikan kredibiliti keilmuan tradisional”³. Perubahan asas dalam penilaian kredibiliti, iaitu daripada yang sebelum ini berasaskan *sanad* dan autoriti keilmuan kepada populariti digital seperti

² Ahmad Hidayat Buang, *Fatwa di Malaysia*, (Kuala Lumpur: Jabatan Syariah dan Undang-undang, Universiti Malaya, 2004).

³ Arief Rachman, Theguh Saumantri, dan Taufik Hidayatulloh, “Transformation of Religious Authority in the Digital Era: A Post-Normal Times Analysis by Ziauddin Sardar on the Phenomenon of Social Media Da'wah,” *Jurnal Ilmu Dakwah* 45, no. 1 (2025): 107–122, <https://doi.org/10.21580/jid.v45.1.25644>.

bilangan pengikut dan tahap interaksi dalam talian⁴. Selain itu, kemunculan “pempengaruh agama digital yang sering tidak memiliki kelayakan keilmuan formal⁵,” manakala perubahan paradigma dalam cara masyarakat memperoleh pengetahuan agama, yang semakin bergantung kepada enjin carian internet berbanding rujukan kepada ulama tradisional⁶. Media sosial membolehkan penyebaran mesej agama secara pantas dan meluas merentasi pelbagai platform digital⁷.

Literatur menunjukkan bahawa dakwah digital sering beroperasi dalam logik pasaran perhatian (*attention economy*), yang cenderung mengutamakan kandungan ringkas, sensasi dan emosional. Akibatnya, autoriti agama menjadi relatif dan boleh dicabar oleh individu atau kumpulan yang memiliki pengaruh digital walaupun tidak mempunyai kelayakan syarie yang kukuh. Keadaan ini mewujudkan cabaran besar kepada institusi mufti dalam mengekalkan legitimasi fatwa dalam ruang awam digital. Pelbagai kajian mendokumentasikan fenomena ini dengan dapatan yang konkrit. Peralihan asas autoriti agama “daripada hierarki tradisional yang didominasi oleh ulama dan institusi agama kepada autoriti berasaskan populariti,” di mana “algoritma dan tahap populariti menggantikan kredibiliti keilmuan tradisional.”⁸ Proses “penyahperibadian” autoriti melalui kemunculan “ulama selebriti” yang

⁴ Faisol Hakim dan Harapandi Dahri, “Islam di Media Sosial sebagai Komodifikasi dan Implikasinya terhadap Pendidikan Islam,” *Andragogi: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran* 5, no. 1 (2025): 187–206, <https://doi.org/10.31538/adrg.v5i1.1813>.

⁵ Nurhayati, Nurhayati, Siti Rahmah Siregar, Nur Susana, Siti Niswa, dan Zainal Manik, “Transformasi Dakwah di Era Digital,” *Jurnal Syiar-Syiar* 5, no.1 (2025): 43–56.

⁶ Andries Kango, Muh. Taufiq Syam, Mahmuddin, dan Ahmad Khoirul Fata, “Dari Ulama ke Internet: Transformasi Dakwah di Zaman Kiwari,” *Farabi* 21, no. 2 (2024): 97–113, <https://doi.org/10.30603/jf.v21i2.5147>

⁷ Mukhlissal Hasbi, Sucitra, dan Aris Fadillah, “Peran Media Sosial Dalam Dakwah: Tantangan dan Peluang di Era Digital,” *Journal of Innovative and Creativity (JOECY)* 4, no. 2 (2024): 17–23; Juniarti Iryani dan Nurwahid Syam, “Peran Media Sosial dalam Menyebarkan Pesan Agama dan Perubahan Sosial,” *Pusaka* 11, no. 2 (2023): 359–372, <https://doi.org/10.31969/pusaka.v11i2.1242>

⁸ Rachman, Saumantri, dan Hidayatulloh, “Transformation of Religious Authority in the Digital Era,” 111.

mengeluarkan pandangan dan fatwa di luar saluran institusi formal⁹. Platform digital telah “mengubah struktur autoriti keagamaan tradisional dengan membolehkan penyebaran keputusan agama secara pantas tanpa tapisan ilmiah yang memadai”¹⁰. Selain itu, autoriti keagamaan dalam ruang digital semakin bergantung kepada keupayaan mengurus identiti komunikatif dan persepsi awam, dan bukan semata-mata kepada legitimasi institusi atau keilmuan¹¹. Cabaran yang berpunca daripada penyebaran maklumat tidak disahkan serta proses pengkomersialan dakwah dalam ekosistem digital¹². Namun demikian, sumber-sumber yang dirujuk tidak menganalisis secara eksplisit mekanisme ekonomi perhatian (*attention economy*) atau mengukur secara kuantitatif kesan langsung transformasi digital terhadap legitimasi institusi mufti. Bukti yang tersedia bersifat kualitatif dan deskriptif, sekaligus menunjukkan keperluan kepada kajian empirikal yang lebih mendalam bagi menilai implikasi struktural perubahan ini terhadap autoriti fatwa secara sistematik.

Perebutan Wacana Agama dan Krisis Kepercayaan

Perkembangan media sosial telah mewujudkan ruang baharu bagi perdebatan dan pertikaian berkaitan isu-isu agama. Dalam konteks ini, pelbagai aktor agama, institusi, mempengaruhi digital dan pengguna media sosial terlibat dalam proses pembentukan dan penyebaran tafsiran agama yang pelbagai. Fenomena ini sering dirujuk sebagai perebutan wacana agama dalam talian, iaitu persaingan terbuka untuk

⁹ Ahmad Suaedy, Fariz Alnizar, Juri Ardiantoro, dan Said Aqil Siroj, “Language, Authority, and Digital Media: The Impact on the Legitimacy of Fatwas,” *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah* 23, no. 1 (2023): 1–24, <https://doi.org/10.15408/ajis.v23i1.28875>

¹⁰ Abdelhalim Mohamed Mansour Ali dan Muhammad Ahmad Ibrahim Aljahsh, “The Proliferation of Anomalous Digital Fatwas: A Critical Examination of Jurisprudential Challenges and Societal Impacts in the Digital Age,” *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah* 25, no. 1 (2025): 37–52, <https://doi.org/10.15408/ajis.v25i1.37905>

¹¹ Alhimni Fahma dan Bayu Mahardika, “Dakwah dan Struktur Kuasa Digital dalam ‘Jatuhnya’ Citra Diri Gus Miftah,” *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 11, no. 2 (2025): 153–161, <https://doi.org/10.54471/dakwatuna.v11i2.3607>

¹² Fatimah Zahra dan Riska Amanda Pratiwi, “Dinamika Dakwah Pada Inovasi Teknologi Digital di Indonesia,” *Hikmah* 18, no. 2 (2024): 353–368, <https://doi.org/10.24952/hik.v18i2.12452>.

mempengaruhi kefahaman masyarakat terhadap sesuatu isu hukum atau keagamaan.

Dalam konteks fatwa, perebutan wacana agama berlaku apabila keputusan atau pandangan institusi mufti dicabar oleh tafsiran alternatif yang lebih mudah diakses, lebih ringkas atau lebih selari dengan kecenderungan kelompok tertentu dalam media sosial. Situasi ini menyebabkan masyarakat berhadapan dengan pelbagai sumber maklumat agama yang kadangkala bercanggah antara satu sama lain. Pada masa yang sama, media sosial turut mempercepatkan penyebaran misinformasi agama melalui petikan fatwa yang tidak lengkap, kandungan agama yang terkeluar daripada konteks asal dan penyebaran pandangan hukum tanpa proses pengesahan yang memadai. Keadaan ini menjadi lebih kompleks apabila pengguna media sosial cenderung menerima maklumat yang selaras dengan kepercayaan sedia ada, sekali gus mengukuhkan polarisasi pandangan dan mengurangkan ruang dialog yang sihat.

Akibatnya, perbincangan hukum yang sepatutnya berlangsung dalam kerangka *adab al-ikhtilāf* sering berubah menjadi polemik awam yang bersifat emosional dan bersandarkan identiti kelompok. Fenomena ini berpotensi menjejaskan kepercayaan masyarakat terhadap institusi agama rasmi serta menghakis kredibiliti autoriti fatwa dalam ruang awam digital.

Salah Faham Agama, Bias Kognitif dan Krisis Kepercayaan

Salah satu cabaran utama dalam wacana fatwa digital ialah penyebaran maklumat agama yang tidak lengkap, tersasar atau dimanipulasi. Salah faham agama sering berlaku melalui petikan fatwa tanpa konteks, video pendek yang menyederhanakan isu kompleks, serta naratif yang disesuaikan dengan kecenderungan audiens tertentu. Bukti kajian adalah substantif dan bersifat khusus. Platform digital telah mengubah struktur autoriti keagamaan tradisional dengan membolehkan penyebaran keputusan agama secara pantas dan tanpa proses penilaian yang ketat,

sekali gus mengesahkan secara langsung kebimbangan teras kajian ini¹³. Fenomena penyederhanaan dan adaptasi visual hadis, di samping kebimbangan terhadap keaslian dan ketepatan atribusi sumber hadis, yang menyokong dakwaan mengenai kandungan keagamaan berbentuk pendek dan ringkas yang berisiko menjejaskan ketelitian ilmiah¹⁴. Kemunculan “ulama selebriti” yang mengeluarkan pandangan dan fatwa dalam ruang peribadi atau forum tidak rasmi, sekali gus memperlihatkan pembentukan naratif agama yang disesuaikan dengan kehendak khalayak¹⁵. Selain itu, dakwah digital “sering kehilangan kedalaman spiritual” dan cenderung menghasilkan “mesej-mesej segera dan tular” yang kurang berteraskan kefahaman substantif¹⁶.

Literatur komunikasi digital menegaskan bahawa fenomena *confirmation bias* dan *echo chamber* mempercepatkan penyebaran salah faham agama, kerana pengguna cenderung menerima maklumat yang mengesahkan kepercayaan sedia ada. Dalam konteks ini, fatwa institusi yang bersifat berhati-hati dan bernuansa sering dianggap tidak popular atau terlalu “teknikal”, sekali gus menyumbang kepada krisis kepercayaan terhadap institusi agama. Walau bagaimanapun, sumber-sumber tersebut menyediakan bukti sokongan yang berkait rapat dengan beberapa mekanisme asas yang mendasari fenomena tersebut. Umat Islam di Indonesia semakin cenderung mencari penyelesaian agama melalui media sosial berbanding merujuk kepada ulama tradisional, dengan mendapatkan jawapan yang bersifat “segera”, namun menghasilkan kefahaman Islam yang “kurang menyeluruh dan lebih bersifat terpisah.” Salah tafsir fatwa telah membawa kepada “kekaburan persepsi awam” serta “salah maklumat digital” yang mencetuskan

¹³ Ali dan Aljahsh, “The Proliferation of Anomalous Digital Fatwas,” 45.

¹⁴ Nurhayati, Suci Ramadhani Siregar, Nita Susana, Saadatin Niswa, dan Zulfirman Manik, “Transformasi Dakwah Diera Digital: Analisis Penyampaian Hadis Dalam Konten Media Sosial,” *JURNAL SYIAR-SYIAR* 5, no. 1 (2025): 43–56, <https://doi.org/10.36490/syiar.v5i1.1732>

¹⁵ Suaedy et al., “Language, Authority, and Digital Media,” 15.

¹⁶ Fitakhun Najah, M. Hijaz Muhajir A., Zahrania Oktavia A., dan Faya Agnia Rohadi, “The Problematics of Digital Da’wah in the Perspective of Ustadz Salim A. Fillah,” *Al-Itimad: Jurnal Dakwah dan Pengembangan Masyarakat Islam* 3, no. 2 (2025): 197–212, <https://doi.org/10.35878/alitimad.v3i2.1697>.

kekacauan dalam masyarakat¹⁷. Selain itu, “bias ideologi” dan “keterbatasan pemantauan fiqh” sebagai faktor yang memburukkan lagi pengeluaran dan penyebaran fatwa yang bermasalah dalam ruang digital¹⁸. Secara keseluruhannya, dapatan-dapatan ini mencadangkan kewujudan mekanisme di mana platform digital menyumbang kepada pemecahan autoriti keagamaan dan fragmentasi kefahaman agama. Namun demikian, sumber-sumber yang tersedia masih belum secara eksplisit mengesahkan kerangka teori *confirmation bias* dan *echo chamber*, mahupun menyokong secara langsung dakwaan bahawa fatwa institusi yang bersifat bernuansa dan berhati-hati ditolak kerana dianggap tidak popular. Hal ini menunjukkan keperluan kepada kajian lanjutan yang lebih berasaskan teori dan empirikal untuk menjelaskan dinamika tersebut secara lebih sistematik.

Kepimpinan Dakwah Digital dan Tadbir Urus Fatwa

Cabaran autoriti fatwa dalam era digital memerlukan pendekatan kepimpinan dakwah yang lebih strategik, adaptif dan berorientasikan tadbir urus kredibiliti agama. Kepimpinan dakwah digital tidak lagi terbatas kepada penyampaian mesej agama, tetapi turut melibatkan keupayaan mengurus persepsi awam, membina kepercayaan masyarakat dan menangani konflik wacana yang berlaku dalam media sosial.

Dalam konteks ini, pendekatan *fiqh al-wāqi'* mempunyai kepentingan yang besar kerana ia menekankan kefahaman terhadap realiti sosial, budaya dan teknologi semasa sebelum sesuatu keputusan atau strategi komunikasi dilaksanakan. Pemahaman terhadap perubahan pola penggunaan media, tingkah laku pengguna digital dan dinamika

¹⁷ Nurul Husna, Andi Farahdhiba Irfan, Budi Juliandi, Saifuddin Herlambang, dan Fadhlunasyifa Fadhlunasyifa, “Public Chaos: Alleged Fatwa on Boycotting and the Fear of Missing Out on Israeli Products in Indonesia,” *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah* 25, no. 1 (2025): 143–158, <https://doi.org/10.15408/ajis.v25i1.41588>.

¹⁸ Ali dan Aljahsh, “The Proliferation of Anomalous Digital Fatwas,” 45.

komunikasi dalam talian membolehkan institusi mufti membangunkan pendekatan yang lebih responsif terhadap keperluan masyarakat.

Pada masa yang sama, *maqāṣid al-syarī'ah* menyediakan kerangka normatif yang membantu institusi fatwa menilai implikasi sesuatu pendekatan komunikasi terhadap pemeliharaan agama, akal, masyarakat dan kesejahteraan umum. Melalui gabungan kedua-dua pendekatan ini, kepimpinan dakwah digital dapat berfungsi sebagai mekanisme yang bukan sahaja memastikan ketepatan hukum, tetapi juga memperkukuh kredibiliti institusi dan keberkesanan komunikasi fatwa dalam persekitaran digital.

Justeru, kepimpinan dakwah digital perlu dilihat sebagai satu bentuk tadbir urus autoriti agama yang mengintegrasikan disiplin keilmuan Islam dengan strategi komunikasi kontemporari bagi memastikan fatwa terus relevan, dipercayai dan difahami oleh masyarakat.

***Fiqh al-Wāqī'* dan *Maqāṣid al-Syarī'ah* dalam Tadbir Urus Fatwa Digital**

Fiqh al-wāqī' dan *maqāṣid al-syarī'ah* menyediakan asas konseptual yang penting dalam menangani realiti dakwah dan fatwa digital. *Fiqh al-wāqī'* menuntut kefahaman mendalam terhadap konteks sosial, budaya dan teknologi semasa, manakala *maqāṣid al-syarī'ah* menekankan pemeliharaan maslahat, pencegahan mafsadah dan kesejahteraan masyarakat. Pelbagai kajian mengesahkan kedudukan teras *maqāṣid al-syarī'ah* dalam amalan Islam digital. Pendekatan *maqāṣid al-syarī'ah* membolehkan dakwah menjawab keperluan masyarakat kontemporari secara kontekstual dan tidak terhad kepada pembacaan tekstual semata-mata¹⁹. Penyelidikan fatwa perlu memahami “realiti semasa” di samping teks al-Qur'an, dengan mengambil kira struktur sosio-politik, ekonomi dan institusi bagi memastikan pemeliharaan *maqāṣid al-syarī'ah* dalam

¹⁹ Mohammad Adnan dan Badrah Uyuni, “Maqashid Sharia in Millennial Da'wah,” *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i* 8, no. 5 (2021): 1483–1498, <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v8i5.22736>.

proses istinbāt hukum²⁰. Dari sudut pertimbangan *maṣlahah* dan *mafsadah* secara khusus, kajian menunjukkan bahawa fatwa Indonesia pada tahun 2017 berkaitan transaksi media sosial telah secara jelas mengaplikasikan kerangka *maqāṣid al-syarī'ah* bagi menyeimbangkan manfaat media digital dengan potensi kemudaratan (*mafsadah*)²¹. Seterusnya, *maqāṣid al-syarī'ah* menyediakan kerangka etika yang penting untuk menilai kesan teknologi moden terhadap kesejahteraan manusia. Walau bagaimanapun, sumber-sumber yang dirujuk tidak membincangkan secara eksplisit *fiqh al-wāqi'* sebagai suatu metodologi yang berdiri sendiri, sekali gus menghadkan penilaian menyeluruh terhadap komponen tersebut. Kekangan ini menunjukkan keperluan kepada kajian lanjutan yang lebih jelas membezakan dan mengoperasionalkan *fiqh al-wāqi'* dalam konteks dakwah dan fatwa digital secara sistematik. Walau bagaimanapun, dakwaan persoalan kajian mengenai kekurangan aplikasi yang bersifat eksplisit dan sistematik disokong oleh bukti berkaitan cabaran institusi. Satu kajian pada tahun 2025 mendapati bahawa platform digital telah “mengubah struktur autoriti keagamaan tradisional dengan membolehkan penyebaran keputusan agama secara pantas tanpa tapisan ilmiah yang mencukupi,” di mana keterbatasan pemantauan fiqh dan mekanisme institusi telah menyumbang kepada kemunculan fatwa yang bersifat anomali²². Dapatan ini mengesahkan kewujudan jurang antara kerangka konseptual *maqāṣid al-syarī'ah* dengan amalan institusi dalam

²⁰ Alias Azhar, Mohamad Khairi Othman, Mohammad Azam Hussain, dan Mohd Zakhiri Md. Nor, “Penyelidikan Fatwa Dalam Kerangka Maqasid Al-Syariah: Satu Tinjauan,” *Ulum Islamiyyah* 20 (2017): 47–65, <https://doi.org/10.33102/uij.vol20no0.40>.

²¹ Harun Ikhwanuddin, “Pendekatan Al-Maslahah Dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 24 Tahun 2017 Tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial,” *Yurisprudential: Jurnal Hukum Ekonomi* 3, no. 1 (2017): 81–97.

²² Ali dan Aljahsh, “The Proliferation of Anomalous Digital Fatwas,” 45.

pengurusan fatwa digital, khususnya dari aspek strategi komunikasi dan penyelarasan tindak balas institusi.

Literatur menunjukkan bahawa pendekatan ini masih kurang diaplikasikan secara eksplisit dalam pengurusan fatwa di media sosial, khususnya dari sudut strategi komunikasi dan respons institusi. Kegagalan mengintegrasikan kedua-dua prinsip ini berpotensi menyebabkan fatwa kelihatan terasing daripada realiti masyarakat digital, sekali gus melemahkan keberkesanan dakwah institusi.

Jurang Kajian

Berdasarkan sorotan literatur, dapat dirumuskan bahawa masih terdapat jurang ketara dalam kajian berkaitan:

1. Kepimpinan dakwah digital sebagai mekanisme pengurusan autoriti fatwa.
2. Tadbir urus kredibiliti agama dalam konteks perebutan wacana digital'
3. Integrasi *fiqh al-wāqi'* dan *maqāsid al-syarī'ah* dalam strategi komunikasi fatwa institusi.

Oleh itu, kajian ini berusaha mengisi jurang tersebut dengan menganalisis secara kritikal peranan kepimpinan dakwah digital dalam memperkukuh autoriti fatwa dan tadbir urus kredibiliti agama dalam media sosial di Malaysia.

METODOLOGI KAJIAN

Pendekatan Kajian

Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan reka bentuk analisis dokumen dan analisis kandungan. Pendekatan kualitatif dipilih kerana kajian ini bertujuan memahami secara mendalam fenomena sosial dan keagamaan yang berkaitan dengan autoriti fatwa, komunikasi agama dan kepimpinan dakwah digital dalam persekitaran media sosial. Pendekatan kualitatif sesuai digunakan apabila penyelidik ingin

meneroka makna, pengalaman, interpretasi serta konteks sesuatu fenomena yang kompleks dan tidak dapat diukur secara kuantitatif²³.

Dalam konteks kajian ini, isu autoriti fatwa dalam ruang digital melibatkan pelbagai dimensi sosial, institusi dan komunikasi yang memerlukan penelitian secara mendalam terhadap kandungan, wacana dan makna yang terkandung dalam dokumen rasmi serta interaksi masyarakat dalam media sosial. Oleh itu, pendekatan kualitatif dilihat paling sesuai bagi menjelaskan realiti dan cabaran yang dihadapi oleh institusi mufti dalam era digital.

Reka Bentuk Analisis Dokumen

Kajian ini menggunakan analisis dokumen sebagai kaedah utama bagi meneliti teks fatwa, kenyataan rasmi institusi mufti, garis panduan komunikasi digital dan bahan penerbitan yang berkaitan dengan pengurusan fatwa. Analisis dokumen merupakan satu prosedur sistematik untuk menilai dan mentafsir dokumen bagi memperoleh makna, memahami konteks serta membangunkan pengetahuan empirikal berkaitan sesuatu isu²⁴.

Penggunaan analisis dokumen dalam kajian ini adalah bersesuaian kerana dokumen-dokumen tersebut mewakili pendirian rasmi institusi agama serta memperlihatkan pendekatan yang digunakan dalam menangani isu-isu fatwa kontemporari. Selain itu, dokumen rasmi

²³ John W. Creswell dan Cheryl N. Poth, *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*, 4th ed. (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2018), 43–45.

²⁴ Glenn A. Bowen, "Document Analysis as a Qualitative Research Method," *Qualitative Research Journal* 9, no. 2 (2009): 27–40, <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>

mempunyai nilai autoritatif yang tinggi kerana dihasilkan oleh pihak yang mempunyai bidang kuasa dan kepakaran dalam pengeluaran fatwa.

Analisis Kandungan Media Sosial

Selain analisis dokumen, kajian ini turut menggunakan analisis kandungan bagi meneliti perbincangan awam berkaitan fatwa dalam media sosial. Analisis kandungan merupakan satu kaedah penyelidikan yang membolehkan penyelidik mengenal pasti pola, tema dan makna yang terkandung dalam sesuatu bentuk komunikasi secara sistematik dan objektif²⁵.

Dalam kajian ini, kandungan yang dianalisis melibatkan hantaran, komen, video dan perbincangan yang berkaitan dengan isu fatwa dalam platform Facebook, Instagram, X (Twitter) dan YouTube. Kaedah ini dipilih kerana media sosial merupakan ruang utama berlakunya perebutan autoriti agama dan pembentukan persepsi masyarakat terhadap institusi fatwa pada masa kini.

Pemilihan Sampel

Kajian ini menggunakan persampelan bertujuan (*purposive sampling*). Persampelan bertujuan membolehkan penyelidik memilih sumber data

²⁵ Klaus Krippendorff, *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, 4th ed. (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2018), 24–28.

yang mempunyai maklumat paling relevan dan signifikan bagi menjawab persoalan kajian²⁶.

Pemilihan data dilakukan berdasarkan beberapa kriteria utama:

- i. Isu fatwa yang mendapat perhatian awam secara meluas.
- ii. Kandungan digital yang mempunyai kadar interaksi tinggi seperti komen, perkongsian dan reaksi pengguna.
- iii. Isu yang melibatkan pertikaian autoriti agama atau polemik hukum dalam media sosial.

Pendekatan ini membolehkan kajian memberi tumpuan kepada kes-kes yang benar-benar mencerminkan fenomena autoriti fatwa dan kepimpinan dakwah digital di Malaysia.

Prosedur Pengumpulan Data

Data dokumen diperoleh daripada portal rasmi Jabatan Mufti Negeri, laman web institusi fatwa dan dokumen berkaitan yang boleh diakses secara terbuka. Data media sosial pula dikumpulkan melalui pemerhatian terhadap kandungan yang berkaitan dengan isu fatwa terpilih berdasarkan tempoh masa dan kata kunci yang telah ditetapkan.

Bagi memastikan kebolehkesanan data (*audit trail*), setiap data direkodkan bersama maklumat berkaitan tarikh, platform, sumber, bentuk kandungan dan konteks perbincangan. Langkah ini penting bagi meningkatkan ketelusan proses penyelidikan dan mengurangkan risiko bias penyelidik.

²⁶ Michael Quinn Patton, *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice*, 4th ed. (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2015), 311–315.

Analisis Tematik

Data dianalisis menggunakan analisis tematik.²⁷ Kaedah ini dipilih kerana ia membolehkan penyelidik mengenal pasti, menganalisis dan mentafsir tema-tema utama yang muncul daripada data secara sistematik.

Analisis tematik dilaksanakan melalui enam langkah utama:

- i. Pembiasaan dengan data.
- ii. Penjanaan kod awal.
- iii. Pembentukan tema.
- iv. Semakan dan pengesahan tema.
- v. Penamaan tema.
- vi. Penulisan laporan dapatan.

Melalui proses ini, tema-tema utama berkaitan autoriti fatwa, perebutan wacana agama, misinformasi agama, strategi komunikasi institusi mufti dan kepimpinan dakwah digital dapat dikenal pasti dan dihuraikan secara mendalam.

Kerangka Analisis Kajian

Kajian ini menggunakan kerangka analisis yang mengintegrasikan konsep *fiqh al-wāqī'* dan *maqāṣid al-syarī'ah* sebagai asas dalam menilai strategi kepimpinan dakwah digital institusi mufti. *Fiqh al-wāqī'* digunakan bagi memahami realiti sosial, budaya dan teknologi yang mempengaruhi penerimaan masyarakat terhadap fatwa dalam era digital. Pendekatan ini menekankan kepentingan memahami konteks semasa sebelum sesuatu keputusan hukum atau strategi komunikasi dilaksanakan. Sementara itu, *maqāṣid al-syarī'ah* digunakan sebagai kerangka normatif bagi menilai sejauh mana pendekatan komunikasi fatwa mampu memelihara masalah masyarakat, mengurangkan mafsadah serta memperkukuh kepercayaan awam terhadap institusi agama. Integrasi kedua-dua kerangka ini membolehkan kajian menilai

²⁷ Virginia Braun dan Victoria Clarke, "Using Thematic Analysis in Psychology," *Qualitative Research in Psychology* 3, no. 2 (2006): 77–101, <https://doi.org/10.1191/1478088706qp0630a>

bukan sahaja ketepatan kandungan fatwa, tetapi juga keberkesanan strategi komunikasi dan tadbir urus kredibiliti agama dalam persekitaran digital yang semakin kompleks.

DAPATAN KAJIAN

Analisis tematik terhadap dokumen rasmi institusi mufti dan kandungan media sosial berkaitan isu-isu fatwa terpilih telah mengenal pasti empat tema utama yang menggambarkan cabaran serta dinamika kepemimpinan dakwah digital dalam pengurusan autoriti fatwa di Malaysia.

Tema 1: Perebutan Autoriti Agama dalam Wacana Digital

Dapatan menunjukkan wujudnya perebutan autoriti agama yang ketara dalam ruang digital, khususnya apabila keputusan fatwa institusi dipertandingkan oleh pandangan individu atau kumpulan bukan berautoriti. Media sosial berfungsi sebagai ruang terbuka yang membolehkan pelbagai aktor agama mengemukakan tafsiran hukum alternatif, sering kali tanpa rujukan metodologi fiqh yang jelas. Keadaan ini telah mengubah persepsi masyarakat terhadap autoriti fatwa, yang tidak lagi dilihat sebagai rujukan utama yang muktamad.

Berdasarkan analisis terhadap komen pengguna media sosial bagi isu fatwa terpilih, terdapat persepsi bahawa masyarakat lebih mudah menerima pandangan individu yang mempunyai pengaruh digital berbanding penjelasan rasmi institusi mufti²⁸.

(Analisis kandungan media sosial penyelidik, 2025)

Analisis terhadap dokumen institusi fatwa dan kandungan media sosial menunjukkan bahawa autoriti fatwa berhadapan dengan cabaran yang semakin kompleks dalam era digital. Sebelum kemunculan media sosial, institusi mufti berfungsi sebagai sumber utama rujukan hukum dalam

²⁸ Analisis kandungan media sosial yang dijalankan oleh penyelidik terhadap hantaran dan komen pengguna di platform Facebook, X, Instagram dan YouTube berkaitan isu-isu fatwa terpilih sepanjang tempoh Januari hingga Jun 2025.

kalangan masyarakat Islam. Namun demikian, perkembangan teknologi komunikasi telah mewujudkan pelbagai saluran alternatif yang membolehkan masyarakat mendapatkan pandangan agama daripada sumber yang pelbagai.

Dapatan menunjukkan bahawa autoriti fatwa pada masa kini tidak lagi dinilai semata-mata berdasarkan kedudukan institusi atau kelayakan keilmuan seseorang mufti, tetapi turut dipengaruhi oleh tahap keterlihatan digital, jumlah pengikut dan keupayaan menyampaikan mesej secara ringkas dan menarik. Keadaan ini telah mengubah struktur autoriti agama daripada model yang bersifat hierarki kepada model yang lebih terbuka dan kompetitif.

Perubahan tersebut mewujudkan cabaran kepada institusi mufti untuk mengekalkan kepercayaan masyarakat terhadap keputusan fatwa yang dikeluarkan. Walaupun institusi fatwa masih mempunyai kedudukan rasmi dalam sistem pentadbiran agama Islam di Malaysia, pengaruh media sosial menyebabkan masyarakat semakin terdedah kepada pelbagai tafsiran hukum yang bersaing dalam ruang digital.

Tema 2: Krisis Kesahihan Maklumat dan Penyederhanaan Fatwa

Kajian mendapati bahawa fatwa sering disebarkan dalam bentuk ringkas, terpotong dan terpisah daripada konteks asal. Kandungan berbentuk video pendek dan infografik ringkas walaupun mudah diakses, cenderung menyederhanakan isu hukum yang kompleks. Penyederhanaan ini menimbulkan salah faham terhadap maksud sebenar fatwa serta membuka ruang kepada manipulasi maklumat agama.

“Analisis menunjukkan bahawa penyampaian fatwa dalam bentuk video pendek, infografik dan petikan ringkas sering mengabaikan konteks penghujahan

hukum, sekali gus meningkatkan risiko salah faham terhadap maksud sebenar sesuatu fatwa.”²⁹

(Analisis kandungan media sosial penyelidik, 2025)

Dapatan kajian menunjukkan bahawa media sosial telah menjadi ruang utama berlakunya perebutan wacana agama dalam kalangan pelbagai aktor keagamaan. Analisis kandungan mendapati bahawa sesuatu isu fatwa yang mendapat perhatian awam sering mencetuskan pelbagai reaksi, komentar dan tafsiran yang berbeza dalam media sosial.

Fenomena ini turut disokong oleh kemunculan mempengaruhi agama digital yang mempunyai capaian audiens yang luas. Walaupun sebahagian daripada mereka mempunyai latar belakang pendidikan agama yang baik, terdapat juga individu yang tidak mempunyai kelayakan keilmuan yang mencukupi tetapi berjaya membina pengaruh yang besar melalui media sosial.

Keadaan ini mewujudkan persaingan antara autoriti institusi dan autoriti berasaskan pengaruh digital. Dalam banyak keadaan, penerimaan masyarakat terhadap sesuatu pandangan agama lebih dipengaruhi oleh gaya penyampaian dan populariti seseorang tokoh berbanding kekuatan metodologi hukum yang digunakan. Situasi ini menunjukkan bahawa cabaran utama institusi mufti bukan lagi sekadar mengeluarkan fatwa yang tepat, tetapi turut melibatkan usaha mengurus persepsi masyarakat terhadap autoriti agama dalam ruang digital.

Tema 3: Kelewatan dan Kekangan Strategi Komunikasi Institusi

Dapatan turut menunjukkan bahawa institusi mufti berhadapan dengan kekangan dari segi kelajuan respons dan strategi komunikasi digital. Proses penjelasan rasmi yang memerlukan penelitian dan ketelitian sering kali tidak seiring dengan kelajuan penyebaran maklumat di media

²⁹ Dapatan berdasarkan analisis kandungan yang dijalankan oleh penyelidik terhadap hantaran dan perbincangan berkaitan isu fatwa dalam platform Facebook, Instagram, X dan YouTube sepanjang tempoh kajian.

sosial. Akibatnya, naratif tidak rasmi lebih awal membentuk persepsi awam sebelum penjelasan institusi sempat dikemukakan.

“Analisis dokumen rasmi menunjukkan bahawa penjelasan institusi lazimnya dikeluarkan selepas sesuatu isu menjadi tular di media sosial. Keadaan ini menyebabkan persepsi masyarakat telah terbentuk sebelum penjelasan rasmi dapat disampaikan.”³⁰

(Analisis kandungan media sosial penyelidik, 2025)

Institusi mufti berdepan kekangan masa yang kritikal apabila penjelasan rasmi tidak mampu menandingi kelajuan penyebaran maklumat di media sosial, sekali gus membolehkan naratif tidak formal membentuk persepsi awam sebelum respons rasmi dikeluarkan. Persoalan kajian ini mengenal pasti satu cabaran komunikasi institusi yang bersifat asas, iaitu ketidakselarasan antara proses penyediaan penjelasan rasmi yang memerlukan penelitian mendalam dengan sifat media sosial yang pantas dan segera. Proses pengeluaran fatwa dan penjelasan institusi lazimnya melibatkan kajian rapi, semakan autoritatif, serta pertimbangan metodologi hukum yang teliti. Sebaliknya, media sosial membolehkan penyebaran maklumat berlaku secara spontan dan meluas, sekali gus mewujudkan jurang pembentukan persepsi awam di mana naratif tidak rasmi berpotensi menguasai wacana sebelum institusi sempat memberikan penjelasan yang sah³¹. Kekuatan bukti terhadap dapatan ini adalah sederhana tetapi bersifat khusus. Dapatan tersebut berasaskan analisis dokumen rasmi institusi mufti di Malaysia sepanjang tempoh pandemik COVID-19, yang merekodkan ketidakpadanan masa antara penerbitan penjelasan rasmi fatwa dengan penyebaran pantas kandungan

³⁰ Dapatan berdasarkan analisis kandungan yang dijalankan oleh penyelidik terhadap hantaran dan perbincangan berkaitan isu fatwa dalam platform Facebook, Instagram, X dan YouTube sepanjang tempoh kajian.

³¹ Muhammad Zaki Ramle, Mohd Anuar Ramli, Nur Farhana Mohd Razif, dan Mohd Harifadilah Rosidi, “Pengurusan Fatwa Dalam Krisis Di Malaysia: Strategi Dan Cabaran Semasa Pandemik Covid-19: *Crisis Fatwa Management in Malaysia: Strategies and Challenges During the COVID-19 Pandemic*,” *Journal of Fatwa Management and Research* 30, no. 3 (2025): 172–195, <https://doi.org/10.33102/jfatwa.vol30no3.720>.

tular di media sosial. Walaupun institusi fatwa telah menyesuaikan diri melalui pelbagai strategi digital termasuk penggunaan media sosial dan penerbitan digital dan kekangan struktur yang berpunca daripada keperluan penyelidikan dan penelitian yang teliti sebelum mengeluarkan panduan rasmi masih kekal. Walau bagaimanapun, sumber-sumber yang dirujuk tidak menyediakan data kuantitatif berkaitan garis masa pembentukan persepsi awam atau analisis perbandingan yang mengukur kelajuan penyebaran naratif tidak rasmi berbanding penjelasan rasmi institusi. Oleh itu, bukti yang ada bersifat kualitatif dan tertumpu pada tahap institusi, bukannya berdasarkan data populasi yang lebih luas.

Tema 4: Keperluan Kepimpinan Dakwah Digital Berasaskan Konteks dan Maqāsid

Dapatan kajian menegaskan keperluan mendesak terhadap kepimpinan dakwah digital yang berasaskan kefahaman realiti semasa (*fiqh al-wāqī'*) dan objektif syariah (*maqāsid al-syarī'ah*). Kepimpinan dakwah tidak boleh terhad kepada penyampaian hukum semata-mata, tetapi perlu berfungsi sebagai mekanisme pendidikan awam, pengurusan persepsi dan pemeliharaan kepercayaan terhadap autoriti fatwa.

*“Dapatan kajian menunjukkan bahawa komunikasi fatwa yang bersifat mendidik, menjelaskan rasional hukum dan mengambil kira keperluan audiens digital lebih berpotensi meningkatkan kefahaman masyarakat terhadap keputusan fatwa.”*³²

(Analisis kandungan media sosial penyelidik, 2025)

Kepimpinan dakwah digital perlu mengintegrasikan kefahaman kontekstual (*fiqh al-wāqī'*) dan prinsip *maqāsid al-syarī'ah*, serta berfungsi sebagai proses pendidikan awam dan bukannya sekadar penyampaian keputusan hukum. Sumber-sumber yang tersedia memberikan sokongan sederhana terhadap kerangka ini. Dakwah Islam

³² Dapatan berdasarkan analisis kandungan yang dijalankan oleh penyelidik terhadap hantaran dan perbincangan berkaitan isu fatwa dalam platform Facebook, Instagram, X dan YouTube sepanjang tempoh kajian.

perlu difahami secara tekstual dan kontekstual agar mesej yang disampaikan dapat difahami secara rasional dan bermakna oleh masyarakat³³. Pendekatan dakwah berteraskan *maqāṣid al-syarī'ah* yang berasaskan lima prinsip utama iaitu *ḥifẓ al-dīn*, *ḥifẓ al-nafs*, *ḥifẓ al-'aql*, *ḥifẓ al-nasl* dan *ḥifẓ al-māl* yang berupaya menangani kesejahteraan komuniti secara menyeluruh³⁴. Pengurusan dakwah digital yang dioptimumkan melalui perspektif *maqāṣid* menghasilkan manfaat pada peringkat individu, sosial dan peradaban³⁵. Walau bagaimanapun, sumber-sumber yang dirujuk tidak menyediakan bukti empirikal berangka yang secara khusus mengukur keberkesanan kepimpinan dakwah digital berasaskan konteks, atau menilai kesannya terhadap tahap kepercayaan awam terhadap autoriti fatwa. Oleh itu, bukti yang tersedia masih bersifat konseptual dan normatif, dan belum disokong oleh data empirikal yang menyeluruh.

Secara keseluruhan, dapatan kajian menunjukkan bahawa cabaran autoriti fatwa dalam era digital bukan berpunca daripada kelemahan substansi hukum, tetapi lebih berkait dengan dinamika komunikasi, perebutan wacana dan ketiadaan kerangka kepimpinan dakwah digital yang menyeluruh. Keadaan ini menuntut satu pendekatan kepimpinan yang strategik, kontekstual dan berteraskan *maqāṣid* bagi memastikan kewibawaan fatwa kekal relevan serta dipercayai dalam masyarakat digital.

PERBINCANGAN KAJIAN

Dapatan kajian ini mengesahkan bahawa cabaran autoriti fatwa dalam era digital bukan sekadar bersifat teknikal atau komunikatif, tetapi mencerminkan perubahan struktur autoriti agama itu sendiri. Selari

³³ Adnan dan Uyuni, "Maqashid Sharia in Millennial Da'wah," 1491.

³⁴ Ahmad Shofi Muhyiddin dan Alfi Qonita Badi'ati, "Menggagas Dakwah Maqashidi Untuk Kemaslahatan Umat (Pendekatan Maqashid Syari'ah dalam Dakwah)," *AT-TABSIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 7, no. 1 (2020): 182–209, <https://doi.org/10.21043/at-tabsyir.v7i1.7694>.

³⁵ Derysmono, "Optimalisasi Manajemen Dakwah Digital Perspektif Maqashid Al-Qur'an," *Jurnal Manajemen Dakwah* 9, no. 1 (2021): 100–114, <https://doi.org/10.15408/jmd.v1i1.24036>.

dengan *authority theory*, autoriti dalam ruang digital bersifat terdesentralisasi dan dipengaruhi oleh faktor legitimasi sosial, kepercayaan awam serta kebolehan aktor agama membina kredibiliti dalam wacana terbuka. Dalam konteks ini, institusi mufti tidak lagi beroperasi dalam ekosistem autoriti tradisional yang bersandar pada kedudukan formal semata-mata, sebaliknya perlu bersaing dalam ruang awam digital yang memprioritikan keterlihatan (*visibility*) dan keterlibatan (*engagement*).

Perebutan autoriti agama yang dikenal pasti dalam dapatan kajian menunjukkan bahawa legitimasi fatwa kini dinilai melalui mekanisme sosial baharu, termasuk populariti pendakwah digital, resonans emosi mesej, dan keserasian pandangan dengan kecenderungan audiens. Fenomena ini mengesahkan hujah teori autoriti kontemporari bahawa autoriti tidak lagi bersifat statik, tetapi dirunding secara berterusan dalam wacana awam. Justeru, kegagalan institusi mufti untuk menyesuaikan kepimpinan dakwah dengan realiti ini berpotensi mempercepatkan penghakisan kepercayaan terhadap fatwa rasmi.

Dari perspektif *fiqh al-wāqī'*, dapatan kajian memperlihatkan keperluan mendesak untuk memahami realiti digital sebagai satu konteks hukum yang baharu dan kompleks. Penyederhanaan fatwa, misinformasi agama dan kelajuan penyebaran kandungan mencerminkan realiti masyarakat digital yang beroperasi dalam budaya ringkas, visual dan segera. Ketiadaan strategi komunikasi yang mengambil kira realiti ini menyebabkan fatwa sering gagal difahami secara menyeluruh, walaupun dari sudut metodologi hukum ia adalah sah dan berautoriti. Oleh itu, *fiqh al-wāqī'* menuntut agar institusi fatwa bukan sahaja mempertimbangkan realiti sosial dalam pengeluaran hukum, tetapi juga dalam strategi penyampaian dan pengurusan persepsi awam.

Dalam kerangka *maqāṣid al-syarī'ah*, cabaran autoriti fatwa digital perlu difahami sebagai isu pemeliharaan maslahat awam, khususnya dalam aspek pemeliharaan agama (*ḥifẓ al-dīn*) dan akal (*ḥifẓ al-'aql*). Penyebaran fatwa tanpa konteks serta polemik agama yang bersifat emosional berpotensi menjejaskan kefahaman masyarakat

terhadap ajaran Islam dan melemahkan kepercayaan terhadap institusi agama. Dapatan kajian menunjukkan bahawa kepimpinan dakwah digital yang gagal mengurus *communis* secara berhikmah boleh membawa kepada mafsadah yang lebih besar berbanding manfaat, sekali gus bercanggah dengan tujuan utama *maqāsid*.

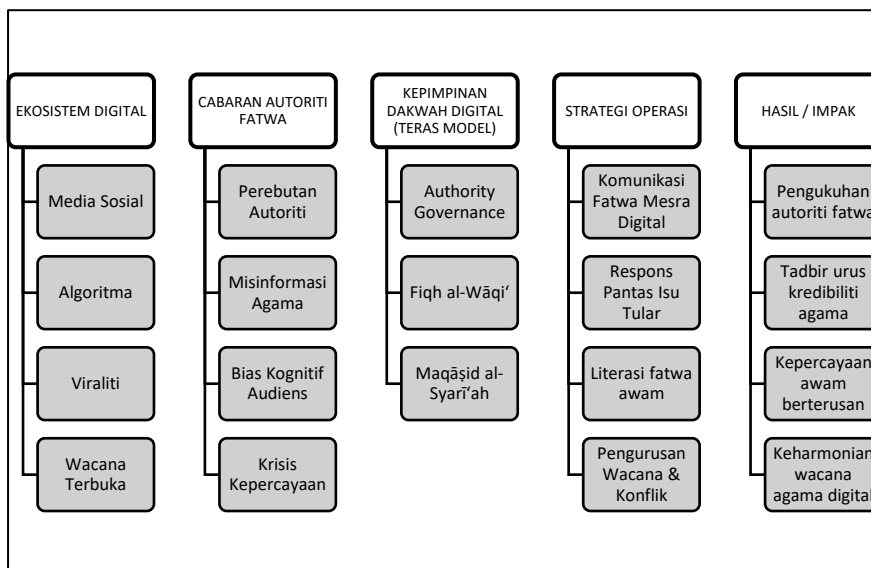
Perbincangan ini turut menegaskan bahawa kepimpinan dakwah digital perlu ditafsirkan semula sebagai satu bentuk *credibility governance*, iaitu tadbir urus kepercayaan dan legitimasi dalam ruang digital. Selari dengan *authority theory*, tadbir urus ini melibatkan pembinaan naratif autoritatif yang konsisten, responsif dan beretika. Dari sudut *fiqh al-wāqi'*, ia memerlukan kefahaman mendalam terhadap dinamika platform digital dan tingkah laku audiens. Manakala dari perspektif *maqāsid*, tadbir urus ini bertujuan memastikan masalah awam didahulukan melalui komunikasi yang mendidik, mencegah kekeliruan dan memelihara keharmonian sosial.

Secara keseluruhan, perbincangan ini menunjukkan bahawa isu autoriti fatwa dalam era digital tidak boleh ditangani melalui pendekatan reaktif atau normatif semata-mata. Sebaliknya, ia memerlukan kepimpinan dakwah digital yang strategik, berasaskan integrasi teori autoriti, *fiqh al-wāqi'* dan *maqāsid al-syarī'ah*. Pendekatan integratif ini berpotensi membentuk model kepimpinan dakwah yang mampu memperkukuh kewibawaan fatwa, mengurus perebutan wacana agama dan memastikan kelestarian autoriti agama dalam masyarakat digital yang semakin kompleks.

KERANGKA KONSEPTUAL: MODEL KEPIMPINAN DAKWAH DIGITAL & TADBIR URUS KREDIBILITI FATWA

Rajah 1: Model DDL-CGM

Draf Model Kepimpinan Dakwah Digital & Tadbir urus Kredibiliti Fatwa



Sumber: Olahan Penyelidik

Ekosistem Digital sebagai Konteks Asas

Model ini bermula dengan pengiktirafan bahawa media sosial membentuk satu ekosistem autoriti baharu yang bersifat terbuka, pantas dan dipacu algoritma. Dalam ekosistem ini, wacana agama tidak lagi dikawal secara institusional, sebaliknya dirunding secara awam oleh pelbagai aktor agama.

Cabaran Autoriti Fatwa

Dapatan kajian menunjukkan bahawa ekosistem digital telah melahirkan empat cabaran utama terhadap autoriti fatwa. Pertama, wujud perebutan

autoriti agama apabila ruang digital membolehkan pelbagai aktor bukan institusi, termasuk pendakwah selebriti dan mempengaruhi media sosial, tampil sebagai rujukan agama alternatif kepada masyarakat. Kedua, berlakunya penyebaran misinformasi dan penyederhanaan fatwa, khususnya melalui kandungan digital bersifat ringkas dan sensasional, yang sering mengabaikan konteks, metodologi istinbāt dan nuansa perbahasan fiqh. Ketiga, bias kognitif audiens turut mempengaruhi penerimaan fatwa apabila pengguna cenderung memilih pandangan yang selari dengan kepercayaan sedia ada, sekali gus mengukuhkan polarisasi wacana agama. Keempat, situasi ini menyumbang kepada krisis kepercayaan terhadap institusi mufti apabila ketelitian ilmiah dan pendekatan berhati-hati institusi dilihat tidak seiring dengan kepantasan dan daya tarikan naratif digital. Keseluruhan cabaran ini menjadi pemangkin kepada keperluan suatu pendekatan kepimpinan dakwah yang lebih strategik, adaptif dan berteraskan tadbir urus autoriti agama dalam persekitaran digital.

Teras Model: Kepimpinan Dakwah Digital

Teras utama model ialah Kepimpinan Dakwah Digital, yang dibina atas tiga komponen teori bersepadu:

a) *Authority Governance*

Berasaskan *authority theory*, kepimpinan dakwah perlu mengurus autoriti bukan sebagai kuasa formal semata-mata, tetapi sebagai legitimasi yang dibina melalui konsistensi, kejelasan dan kepercayaan awam. Institusi mufti berfungsi sebagai *credibility manager* dalam wacana agama digital.

b) *Fiqh al-Wāqi'*

Fiqh al-wāqi' berperanan memastikan kepimpinan dakwah memahami realiti sosial dan teknologi semasa, termasuk budaya ringkas, visual dan

segera audiens digital. Prinsip ini menuntut adaptasi strategi komunikasi fatwa tanpa menjejaskan disiplin keilmuan.

c) *Maqāṣid al-Syarī'ah*

Maqāṣid al-syarī'ah menjadi kompas normatif model ini, memastikan semua strategi dakwah digital berorientasikan masalah awam, pemeliharaan agama dan akal, serta pencegahan mafsadah seperti kekeliruan hukum dan konflik agama.

Strategi Operasi

Berdasarkan teras-teras yang telah digariskan, model ini mencadangkan empat strategi operasi utama bagi memperkukuh pengurusan autoriti fatwa dan kepimpinan dakwah dalam persekitaran digital. Pertama, komunikasi fatwa perlu disampaikan secara mesra audiens digital tanpa menjejaskan kewibawaan ilmiah dan autoriti institusi, dengan menekankan kejelasan mesej, kesesuaian medium, serta ketepatan kandungan. Kedua, mekanisme respons pantas terhadap isu-isu tular perlu diwujudkan bagi mengurangkan jurang masa antara penyebaran maklumat tidak sah dan penjelasan rasmi institusi fatwa. Ketiga, pemerksaan literasi fatwa dalam kalangan masyarakat harus diberi keutamaan melalui pendekatan pendidikan berterusan yang membantu orang awam memahami metodologi *istinbāḥ* hukum, konteks fatwa, serta peranan autoriti keilmuan. Keempat, pengurusan konflik dan polarisasi wacana agama perlu dilaksanakan secara strategik dengan menekankan etika *ikhṭilāf*, hikmah dalam komunikasi, dan pendekatan dialogikal bagi mengekalkan keharmonian sosial serta kepercayaan awam terhadap institusi agama.

Hasil Model

Pelaksanaan model ini dijangka menghasilkan beberapa implikasi penting terhadap pengurusan autoriti fatwa dan wacana agama dalam persekitaran digital. Pertama, model ini berpotensi mengukuhkan autoriti institusi fatwa melalui penyelarasan antara keilmuan, strategi

komunikasi, dan pengurusan persepsi awam. Kedua, ia menyumbang kepada pembentukan tadbir urus kredibiliti agama yang lebih sistematik dan berstruktur, khususnya dalam menangani cabaran penyebaran maklumat agama yang tidak sahih dan bersifat fragmentasi. Ketiga, pelaksanaan model ini dijangka meningkatkan tahap kepercayaan awam terhadap institusi mufti dengan menyediakan penjelasan fatwa yang lebih telus, responsif, dan mudah difahami tanpa mengorbankan ketelitian ilmiah. Akhirnya, model ini berperanan dalam memupuk keharmonian wacana agama dalam ruang digital melalui pengurusan konflik, pengurangan polarisasi, serta pengukuhan etika perbezaan pandangan dalam kalangan masyarakat.

KESIMPULAN

Kajian ini menegaskan bahawa autoriti fatwa dalam era digital berhadapan dengan cabaran struktural yang berpunca daripada perubahan ekosistem komunikasi agama, bukan kelemahan metodologi hukum semata-mata. Dapatan menunjukkan bahawa perebutan wacana agama, misinformasi dan krisis kepercayaan awam telah mengubah cara masyarakat menilai legitimasi fatwa, daripada autoriti institusi kepada mekanisme kepercayaan yang dibentuk melalui media sosial. Dalam konteks ini, kepimpinan dakwah digital muncul sebagai faktor penentu dalam memastikan kewibawaan fatwa kekal relevan dan berfungsi sebagai panduan syarie yang dipercayai.

Melalui integrasi *authority theory*, *fiqh al-wāqi‘* dan *maqāsid al-syarī‘ah*, kajian ini mencadangkan satu kerangka kepimpinan dakwah digital yang menekankan tadbir urus kredibiliti agama sebagai teras pengurusan autoriti fatwa. Pendekatan ini menuntut institusi mufti untuk beralih daripada model penyampaian fatwa yang bersifat reaktif kepada kepimpinan strategik yang proaktif, kontekstual dan berorientasikan maslahat awam. Kesimpulannya, kelestarian autoriti fatwa dalam era digital bergantung kepada keupayaan institusi agama menyesuaikan

kepimpinan dakwah dengan realiti komunikasi kontemporari tanpa mengorbankan prinsip keilmuan dan etika syariah.

RUJUKAN

- Abdurrahman, Qomaruddin, dan Dudi Badruzaman. "Tantangan dan Peluang Dakwah Islam di Era Digital." *Komunikasia: Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 3, no. 2 (2021): 152–162.
- Adnan, Mohammad, dan Badrah Uyuni. "Maqashid Sharia in Millennial Da'wah." *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i* 8, no. 5 (2021): 1483–1498.
- Affandy, Syarif. "Paradigma Etis dan Metodologis bagi Dakwah Strategis." *INTELEKSIA: Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 8, no. 1 (2018): 1–26.
- Ahmad Hidayat Buang. "Analisis Fatwa-Fatwa Syariah di Malaysia." Dalam *Fatwa di Malaysia*, disunting oleh Ahmad Hidayat Buang, 163–180. Kuala Lumpur: Jabatan Syariah dan Undang-undang, Universiti Malaya. 2004.
- Ali, Abdelhalim Mohamed Mansour, dan Muhammad Ahmad Ibrahim Aljahsh. "The Proliferation of Anomalous Digital Fatwas: A Critical Examination of Jurisprudential Challenges and Societal Impacts in the Digital Age." *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah* 25, no. 1 (2025): 37–52.
- Ansori, Isa. "Kedudukan Fatwa di Beberapa Negara Muslim (Malaysia, Brunei Darussalam dan Mesir)." *Analisis: Jurnal Studi Keislaman* 17, no. 1 (2017): 137–166.
- Asfiyak, Khairul. "Kajian Filosofis dan Antropologis tentang Fenomena Ikhtilaf dalam Tradisi Pemikiran Muslim." *Vicratina: Jurnal Ilmiah Keagamaan* 1, no. 2 (2019).
- Asmar, Andi, Suwardi Kasman, dan Faisal Muhammad. "Fatwa Online dan Otoritas Islam: Kajian Dampak Media Baru terhadap Aturan Agama." *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi* 5, no. 2 (2023): 179–192.
- Azhar, Alias, Mohamad Khairi Othman, Mohammad Azam Hussain, dan Mohd Zakhiri Md. Nor. "Penyelidikan Fatwa Dalam

- Kerangka Maqasid Al-Syariah: Satu Tinjauan.” *Ulum Islamiyyah* 20 (2017): 47–65.
- Bowen, Glenn A. “Document Analysis as a Qualitative Research Method.” *Qualitative Research Journal* 9, no. 2 (2009): 27–40.
- Braun, Virginia, dan Victoria Clarke. “Using Thematic Analysis in Psychology.” *Qualitative Research in Psychology* 3, no. 2 (2006): 77–101.
- Creswell, John W., dan Cheryl N. Poth. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. 4th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2018.
- Derysmono. “Optimalisasi Manajemen Dakwah Digital Perspektif Maqashid Al-Qur'an.” *Jurnal Manajemen Dakwah* 9, no. 1 (2021): 100–114.
- Fahma, Alhimni, dan Bayu Mahardika. “Dakwah dan Struktur Kuasa Digital dalam ‘Jatuhnya’ Citra Diri Gus Miftah.” *Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam* 11, no. 2 (2025): 153–161.
- Hakim, Faisal dan Harapandi Dahri. “Islam di Media Sosial sebagai Komodifikasi dan Implikasinya terhadap Pendidikan Islam.” *Andragogi: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran* 5, no. 1 (2025): 187–206.
- Hamdani, Ahmad Rofiq. “Fatwa in the Digital Age: Online Mufti, Social Media, and Alternative Religious Authority.” *Hikmatuna: Journal for Integrative Islamic Studies* 9, no. 1 (2023): 53–63.
- Hasbi, Mukhlissal, Sucitra, dan Aris Fadillah. “Peran Media Sosial Dalam Dakwah: Tantangan dan Peluang di Era Digital.” *Journal of Innovative and Creativity (JOECY)* 4, no. 2 (2024): 17–23.
- Husna, Nurul, Andi Farahdhiba Irfan, Budi Juliandi, Saifuddin Herlambang, dan Fadhlunasyifa Fadhlunasyifa. “Public Chaos: Alleged Fatwa on Boycotting and the Fear of Missing Out on Israeli Products in Indonesia.” *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah* 25, no. 1 (2025): 143–158.
- Ikhwanuddin, Harun. “Pendekatan Al-Maslahah Dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 24 Tahun 2017 Tentang Hukum

- dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial.”
Yurisprudentia: Jurnal Hukum Ekonomi 3, no. 1 (2017): 81–97.
- Irawan, Dedi. “Strategi Komunikasi Dakwah (Studi Analisis Dakwah Tradisional dengan Inovasi Digital).” *Syi’ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan dan Bimbingan Masyarakat Islam* 8, no. 1 (2025): 1–16.
- Iryani, Juniarti, dan Nurwahid Syam. “Peran Media Sosial dalam Menyebarkan Pesan Agama dan Perubahan Sosial.” *Pusaka* 11, no. 2 (2023): 359–372.
- Jinan, Mutohharun. “Intervensi *New Media* dan Impersonalisasi Otoritas Keagamaan di Indonesia.” *Jurnal Komunikasi Islam* 3, no. 2 (2013): 321–348.
- Kango, Andries, Muh. Taufiq Syam, Mahmuddin, dan Ahmad Khoirul Fata. “Dari Ulama ke Internet: Transformasi Dakwah di Zaman Kiwari.” *Farabi* 21, no. 2 (2024): 97–113.
- Kasir, Irfan, dan Sulaiman Awali. “Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam di Era Modern.” *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta* 11, no. 1 (2024): 59–68.
- Krippendorff, Klaus. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. 4th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications. 2018.
- Ma’mur, Jamal. “Peran Fatwa MUI Dalam Berbangsa dan Bernegara (Talfiq Manhaji Sebagai Metodologi Penetapan Fatwa MUI).” *Wahana Akademika* 5, no. 2 (2018): 42–53.
- Mohd Shah, Mohd Faizal, dan Nor Azzah Pauzi. “Metodologi Pengeluaran Fatwa di Jawatankuasa Fatwa Negeri Johor.” *Journal of Fatwa Management and Research* 13, no. 1 (2018): 70–88.
- Mubarok, Ahmad Rofiq, dan Sunarto. “Moderasi Beragama di Era Digital: Tantangan dan Peluang.” *Journal of Islamic Communication Studies* 2, no. 1 (2024): 1–11.
- Muhlis, Ahmad, dan Abd Hannan. “Contestation of Religious Discourse Among Muslim Da’wah Activists in Contemporary Indonesia.” *Journal of Islamic Studies* 7, no. 1 (2023).

- Muhyiddin, Ahmad Shofi, dan Alfi Qonita Badi'ati. "Menggagas Dakwah Maqashidi Untuk Kemaslahatan Umat (Pendekatan Maqashid Syari'ah dalam Dakwah)." *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 7, no. 1 (2020): 182–209.
- Nafisah, Laila, Rina Alwi, Reni Rahman, dan Siti Yuliar. "Deauthorization of Hadith Studies on the Internet: Shift of Religious Authority in the Digital Age." *Muslim Heritage* 10, no. 1 (2025): 78–90.
- Najah, Fitakhun, M. Hijaz Muhajir A., Zahrania Oktavia A., dan Faya Agnia Rohadi. "The Problematics of Digital Da'wah in the Perspective of Ustadz Salim A. Fillah." *Al-I'timad: Jurnal Dakwah dan Pengembangan Masyarakat Islam* 3, no. 2 (2025): 197–212.
- Nashrullah, Junaidi. "Polarisasi Masyarakat pada Penyelenggaraan Pemilihan Umum di Indonesia Dalam Kajian Sosiologi Hukum." *Realism: Law Review* 1, no. 2 (2023): 20–38.
- Nasution, Syamsul. "Dinamika Dakwah Islam Menurut Al-quran dan Relevansinya di Era Modern." *Amsal Al-Qur'an: Jurnal Al-Qur'an dan Hadis* 2, no. 1 (2025): 141–171.
- Noor Naemah Abd Rahman, Abdul Karim Ali, Rahimin Affandi Abd. Rahim, dan Raihanah Azahari. "Metode Pengeluaran Fatwa di antara Jawatankuasa Fatwa Kebangsaan Malaysia (JFK) dan Majlis Ulama Indonesia (MUI): Analisis Perbandingan." Kertas kerja dibentangkan dalam *Seminar Antarabangsa Hubungan Indonesia–Malaysia 2005*, Fakulti Komunikasi dan Bahasa Moden, Universiti Utara Malaysia, Sintok, Kedah, 7–8 Ogos 2005.
- Nurhayati, Nurhayati, Suci Ramadhani Siregar, Nita Susana, Saidatin Niswa, dan Zulfirman Manik. "Transformasi Dakwah Diera Digital: Analisis Penyampaian Hadis Dalam Konten Media Sosial." *JURNAL SYIAR-SYIAR* 5, no. 1 (2025): 43–56.
- Patton, Michael Quinn. *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice*. 4th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2015.

- Pratama, Andi Rizki, Wendra Aprison, Yulius, Nur Latifa, dan Syafrudin. “Dakwah Digital dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam di Era Digital.” *Tabayyun* 5, no. 1 (2024).
- Putra, Putra Adi, Suparmin, dan Tri Anggraini. “Fatwa (al-Iftā’): Signifikansi dan Kedudukannya dalam Hukum Islam.” *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian dan Kajian Sosial Keagamaan* 19, no. 1 (2022): 27–38.
- Rachman, Arief, Theguh Saumantri, dan Taufik Hidayatulloh. “Transformation of Religious Authority in the Digital Era: A Post-Normal Times Analysis by Ziauddin Sardar on the Phenomenon of Social Media Da’wah.” *Jurnal Ilmu Dakwah* 45, no. 1 (2025): 107–122.
- Rachmadhani, Aulia. “Otoritas Keagamaan di Era Media Baru: Dakwah Gusmus di Media Sosial.” *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama dan Masyarakat* 5, no. 2 (2021): 150–169.
- Rahmawati, Rahmawati, Mastorat, Jufrin, dan Bulqis. “Memperkuat Peran Perempuan dalam Dakwah Berkemajuan di Era Digital: Strategi Pemberdayaan dan Literasi Dakwah di Organisasi Nasyyatul Aisyiyah.” *MEUSEURAYA: Jurnal Pengabdian Masyarakat* (2025): 97–106.
- Ramle, Muhammad Zaki, Mohd Anuar Ramli, Nur Farhana Mohd Razif, dan Mohd Harifadilah Rosidi. “Pengurusan Fatwa Dalam Krisis di Malaysia: Strategi dan Cabaran Semasa Pandemik COVID-19: *Crisis Fatwa Management in Malaysia: Strategies and Challenges During the COVID-19 Pandemic.*” *Journal of Fatwa Management and Research* 30, no. 3 (2025): 172–195.
- Rosidi, Mohd Harifadilah. “Penerimaan Fatwa dalam Kalangan Masyarakat Muslim Malaysia: Satu Tinjauan Literatur.” *Journal of Fatwa Management and Research* 24, no. 1 (2021): 45–62.
- Roslan, Mohd Muhaimin, dan Ahmad Omar Zainuri. “Kekhilafan Menerapkan Maqasid Syari‘ah Dalam Pengeluaran Fatwa: Analisis Ijtihad Maqasidi.” *Journal of Fatwa Management and Research* 28, no. 1 (2023): 132–148.

- Rosman, Ahmad Shukri. "Pemahaman Terhadap Metodologi Ikhtilaf Fiqhi ke Arah Menyelesaikan Isu Fanatisme." *Journal of Fatwa Management and Research* 7, no. 1 (2016): 141–166.
- Saprillah, Saprillah, Juhannis, Natsir Said, dan Hamzah Hasan Al-Rasyid. "Kontestasi Keagamaan dalam Masyarakat Muslim Urban." *Al-Qalam* 26, no. 1 (2020): 39–56.
- Shofan, Mohamad. "Politisasi Agama di Ruang Publik: Ideologis atau Politis." *MAARIF Journal* 13, no. 2 (2018): 3–16.
- Sopiyan, Wahyu, Rahmat Hidayat, Marzuki, dan Siti Eka Mislawaty. "Integration of the Movement to Spread Islamic Teachings in Answering the Challenges of the Modern Era and Technological Development." *El-Ghiroh: Jurnal Studi Keislaman* 22, no. 1 (2024): 115–130.
- Suaedy, Ahmad, Fariz Alnizar, Juri Ardiantoro, dan Said Aqil Siroj. "Language, Authority, and Digital Media: The Impact on the Legitimacy of Fatwas." *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah* 23, no. 1 (2023): 1–24.
- Sukayat, Tata. "Da'wah Communication in the Contemporary Era: Implementing Da'wah Ethics on Social Media." *Jurnal Ilmu Dakwah* 43, no. 2 (2023): 375–390.
- Syatar, Abdul, Basri Hasyim, Andi Taufik Saputra, dan Muhammad Ilham. "Religious Authority in the Age of Instagram: Unveiling the Contestation of Islamic Discourses." *Jurnal Adabiyah* 24, no. 2 (2024): 182–201.
- Talib, Noor Azaian Abdul, Mohd Yusof Abdullah, and Mohd Azul Mohamad Salleh. "Cabaran dakwah Islam di alam siber." *Journal of Social Sciences and Humanities* 1 (2017): 1–10.
- Triantoro, Dwi Agus, Fadhilah Husna, Rina Andriani Syahrani, Fikri Syam, dan Andi Fitri. "Adaptation of Popular Culture in Digital Fatwa on Social Media." *Islam Realitas: Journal of Islamic and Social Studies* 9, no. 2 (2023): 169–185.
- Zahra, Fatimah, dan Riska Amanda Pratiwi. "Dinamika Dakwah Pada Inovasi Teknologi Digital di Indonesia." *Hikmah* 18, no. 2 (2024): 353–368.

Zuhri, Ahmad Miftah, Wahyudi Eko, dan Irma Dwi Haeba. “Packaging Fatwa in the Post-Truth Era: MUI Fatwa Contest Facing New Religious Authority.” *Wawasan: Jurnal Ilmiah Agama dan Sosial Budaya* 8, no. 1 (2023): 77–90.