



Komunikasi Religius di Era Digital: Studi Pola Konsumsi Dosen FISIP UNTIRTA pada Konten Keagamaan Ramadan

Iman Mukhroman*, Ikhsan Ahmad

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Abstrak: Era digital telah mengubah cara individu mengakses dan menikmati konten keagamaan, terutama selama bulan Ramadan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola konsumsi konten keagamaan di kalangan dosen FISIP Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (UNTIRTA) selama bulan Ramadan 2025, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi preferensi mereka terhadap media digital sebagai sumber utama informasi keagamaan. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini menerapkan metode wawancara mendalam dan analisis media untuk mengeksplorasi pengalaman dan kebiasaan responden dalam mengonsumsi konten keagamaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dosen FISIP UNTIRTA lebih cenderung memilih platform digital seperti YouTube, TikTok, Instagram, dan podcast daripada media tradisional. Preferensi ini terkait dengan kredibilitas sumber, relevansi topik dengan bidang akademik, dan gaya komunikasi media. Selain itu, interaksi dalam grup WhatsApp dan forum online juga memperkaya pengalaman keagamaan pribadi dan kolektif mereka selama bulan Ramadan. Temuan ini menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam pola konsumsi keagamaan di kalangan akademisi, dan berkontribusi untuk memahami dinamika keagamaan di era digital yang semakin terhubung.

Kata Kunci: Komunikasi Keagamaan, Era Digital, Konsumsi Konten Keagamaan, Ramadhan, Dosen

DOI: <https://doi.org/10.53697/iso.v5i1.2377>

*Correspondence: Iman Mukhroman

Email: iman.mukhroman@untirta.ac.id

Received: 25-04-2025

Accepted: 25-05-2025

Published: 25-06-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: The digital era has changed the way individual access and enjoy religious content, especially during Ramadan. This study aims to analyze the consumption patterns of religious content among FISIP lecturers at Sultan Ageng Tirtayasa University (UNTIRTA) during Ramadan 2025, as well as identify factors that influence their preference for digital media as the main source of religious information. Using a qualitative approach, this study applied in-depth interview methods and media analysis to explore respondents' experiences and habits in consuming religious content. The results show that the lecturers of FISIP UNTIRTA are more likely to prefer digital platforms such as YouTube, TikTok, Instagram, and podcasts over traditional media. This preference is related to the credibility of the source, the relevance of the topic to the academic field, and the communication style of the media. In addition, interactions in WhatsApp groups and online forums also enrich their personal and collective religious experiences during Ramadan. The findings suggest a significant shift in religious consumption patterns among academics, and contribute to understanding religious dynamics in an increasingly connected digital age.

Keywords: Religious Communication, Digital Era, Religious Content Consumption, Ramadan, Lecturer

Pendahuluan

Perkembangan media digital yang begitu pesat dalam beberapa tahun berdampak bagi kelangsungan umat manusia, begitupun dengan hal keagamaan (Briandana et al, 2020). Di zaman digital saat ini, yang ditandai oleh kemudahan untuk mengakses informasi dan eksistensi platform media sosial yang semakin meluas, ada pengaruh yang sangat mendasar terhadap cara individu terlibat dengan konten-konten berkaitan dengan agama mereka. Hal ini khususnya terlihat selama perayaan ritual keagamaan yang memiliki arti penting, seperti pada bulan Ramadan (Campbell & Evolvi, 2019) (Puspitasari, 2020). Ramadan, yang merupakan bulan suci umat Islam di mana mereka menjalani ibadah puasa, berdoa, dan melakukan refleksi spiritual, secara turun-temurun telah menjadi momentum di mana aktivitas keagamaan dan partisipasi komunitas mencapai puncaknya. Namun, dengan hadirnya beraneka platform digital, dimensi baru telah diperkenalkan dalam praktik-praktik keagamaan tersebut. Perubahan ini telah mengubah cara umat Islam mengakses, mendistribusikan, dan berinteraksi dengan konten-konten yang berhubungan dengan agama mereka (Aduragba et al, 2023). Transformasi ini memperlihatkan bahwa media digital tidak semata-mata memengaruhi dinamika spiritual dan sosial dalam konteks keagamaan, juga menciptakan cara baru bagi individu untuk terhubung dengan keyakinan dan praktik mereka.

Integrasi media digital ke dalam kehidupan beragama selama Ramadan menghadirkan kerumitan di mana tradisi dan modernitas bertemu. Sementara peluang baru muncul secara online untuk pengayaan spiritual, pendidikan agama, dan pembangunan komunitas melalui platform digital, tantangan juga muncul terkait keaslian, otoritas, dan potensi salah tafsir atau penyalahgunaan ajaran-ajaran suci. Oleh karena itu, sangat penting untuk meneliti pola konsumsi konten keagamaan online selama bulan Ramadan di era digital, menganalisis motivasi, perilaku, dan pengalaman ketika individu menavigasi secara digital untuk mencari pemenuhan spiritual (Kasman, 2017). Dengan memahami pola-pola ini, akan terungkap wawasan tentang sifat komunikasi keagamaan yang berkembang dan dampaknya terhadap identitas keagamaan individu dan kelompok. Menelaah bagaimana bahasa agama dikonstruksi dan disebarkan di media sosial akan menghasilkan pemahaman yang berharga tentang lanskap praktik keagamaan yang berkembang di era digital (Fakhrurroji et al, 2020). Semakin banyak kelompok dan pemimpin agama yang menggunakan media sosial untuk terhubung dengan pengikutnya, berbagi informasi, dan menumbuhkan rasa kebersamaan (Briandana et al, 2020). Penggunaan perangkat digital dalam konteks keagamaan dapat mengarah pada pembentukan komunitas baru dan penguatan komunitas yang sudah ada (Bosch et al, 2017).

Banyak umat Islam mencari referensi tambahan untuk memperdalam keimanan mereka, terutama selama bulan Ramadan, yang meningkatkan minat terhadap literatur keagamaan (Campbell & Tsuria, 2021). Hal ini terlihat dari tingginya partisipasi dalam membaca teks suci, mengikuti kajian daring, dan mendengarkan ceramah melalui media digital. Banyak yang memanfaatkan waktu berbuka puasa untuk membaca Alquran atau mendengarkan podcast yang berkaitan dengan ajaran Islam. Ramadan juga memicu

perubahan dalam rutinitas harian, dipengaruhi oleh lokasi, status ekonomi, dan budaya (Erdem, 2018). Selama bulan puasa mendorong peningkatan pengabdian dan introspeksi bagi umat Islam dari hawa nafsu (Almansour et al, 2017). Kehadiran di masjid dan partisipasi dalam kegiatan keagamaan meningkat, sejalan dengan evolusi digital yang memberikan akses baru untuk keterlibatan iman (Hasibuzzaman et al, 2022). Media elektronik memungkinkan penyebaran ajaran Islam secara global, menciptakan ruang untuk dialog teologis dan pengalaman bersama di platform daring. Platform digital memperkaya konten keagamaan, dengan akses mudah ke bacaan Alquran, khotbah, dan diskusi tentang iman (Alsaleh, 2024) (Chiluwa, 2013). Media sosial menjadi sarana utama untuk berbagi materi spiritual, memungkinkan individu mengunggah ayat atau refleksi pribadi. Keuntungan dari perangkat digital memberi umat Islam kebebasan untuk mengeksplorasi agama. Saluran komunikasi baru seperti video, podcast, dan seni digital semakin banyak bermunculan.

Digitalisasi pendidikan keagamaan juga memperluas metode pembelajaran melalui kelas virtual dan kursus online. Ini memberi kesempatan bagi individu di seluruh dunia untuk memperdalam pengetahuan agama mereka. Pengalaman pembelajaran yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing mendukung pembelajaran mandiri dan pemahaman yang lebih baik tentang ajaran Islam. Selama Ramadan, terdapat peningkatan permintaan materi keagamaan secara online, dengan umat Muslim mencari bimbingan spiritual dan pendidikan melalui sumber digital. Ayat-ayat yang paling banyak dibagikan menunjukkan fokus pada ibadah, kehidupan akhirat, dan hukum syariah (Abokhodair et al, 2020). Faktor-faktor seperti keyakinan, budaya, dan akses teknologi memengaruhi konsumsi materi keagamaan selama bulan suci.

Kredibilitas sumber juga memainkan peran penting, dengan orang-orang cenderung lebih memilih konten dari para ulama dan institusi yang tepercaya. Presentasi yang menarik dan interaktif di platform digital meningkatkan keterlibatan dengan konten keagamaan secara real-time, memungkinkan adanya diskusi dan pertanyaan. Pergeseran pola konsumsi ini mencerminkan keterlibatan yang lebih dalam dengan konten keagamaan, di mana umat Islam mencari inspirasi dan koneksi dengan komunitas mereka (Dewi, 2023). Para pemimpin agama perlu mendorong pemikiran kritis dan perilaku yang bertanggung jawab di dunia maya, serta memberikan interpretasi yang akurat tentang ajaran agama untuk melawan radikalisme. Alquran tetap menjadi panduan utama, dengan praktik membaca dan mendengarkan ayat-ayatnya yang memberikan kedamaian dan dukungan mental (Nayef & Wahab, 2018).

Penelitian ini dilakukan dengan maksud memahami pola dan kecenderungan konsumsi bahan ajaran keagamaan di kalangan para dosen FISIP Untirta selama bulan suci Ramadan, juga faktor-faktor apa saja yang memengaruhi preferensi mereka terhadap media digital dalam kajian-kajian Islam. Dengan memahami tren tersebut, diharap dapat ditemukan strategi-strategi yang lebih efektif untuk menyebarkan informasi-informasi iman secara digital. Studi ini akan mengeksplor pola konsumsi dan situasi serta mengembangkan pendekatan-pendekatan yang memudahkan distribusi ajaran keagamaan yang bermutu melalui platform online. Kemudian perlu diketahui seperti apa

para dosen mengakses serta terlibat dengan konten-konten keagamaan secara daring, dan menyesuaikan sumber daya dengan kebutuhan pribadi. Mengingat pentingnya teknologi dalam kehidupan masa kini, penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan yang berharga untuk memahami konsumsi konten agama di zaman digital dan menawarkan saran-saran untuk pengembangan pembelajaran agama di masa depan.

Penelitian ini didasarkan pada teori mediatisasi agama yang dikemukakan oleh Hjarvard pada tahun 2011. Teori ini menguraikan bagaimana penyebaran dan praktik agama telah mengalami transformasi yang signifikan akibat pengaruh media modern. Dalam konteks era digital saat ini, agama tidak hanya berfungsi sebagai objek komunikasi, tetapi juga mengalami perubahan struktural yang memengaruhi interaksi antarpemeluk berbagai agama (Campbell & Tsuria, 2021). Komunikasi religius melibatkan penyampaian pesan melalui berbagai media, dan transformasi digital telah mempercepat dakwah, sehingga memungkinkan pesan-pesan keagamaan tersebar mendunia (Eisenlohr, 2018). Dengan kemajuan teknologi, para pemuka agama bisa menyampaikan ajaran Islam secara interaktif (Rahman, 2022). Pendekatan ini memudahkan akses informasi dan memungkinkan audiens untuk berpartisipasi dalam diskusi, membangun komunitas bahkan ketika terpisah secara fisik.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif eksploratif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam pola konsumsi konten keagamaan di kalangan dosen FISIP Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (Untirta) selama bulan Ramadan. Objek penelitian adalah sepuluh dosen FISIP Untirta yang dipilih secara purposif karena memiliki pengalaman aktif dalam mengakses dan menggunakan konten keagamaan digital selama bulan Ramadan.

Data utama diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan kunci, yaitu dosen, dengan menggunakan panduan wawancara semi-terstruktur untuk menggali pandangan, motivasi, dan kebiasaan mereka dalam memilih media keagamaan digital. Selain itu, data pendukung dikumpulkan melalui observasi partisipatif dalam forum diskusi akademik daring terkait tema-tema keislaman selama bulan Ramadan.

Proses pengumpulan data dilakukan selama bulan Ramadan tahun 2025. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan metode interpretatif, dilengkapi dengan teknik pengodean tematik untuk mengidentifikasi pola dan faktor utama yang memengaruhi preferensi konsumsi konten. Analisis ini bertujuan untuk mengembangkan pemahaman holistik tentang dinamika religiusitas digital di kalangan akademisi.

Hasil dan Pembahasan

Teknologi digital telah menjadi aspek penting dalam berbagai sisi kehidupan manusia saat ini, mengubah cara berkomunikasi, mengakses maklumat, dan berinteraksi dengan alam sekeliling. Penting untuk menganalisis memahami digital dalam konteks agama, terutama sewaktu masa suci seperti Ramadan. Perlu dipertimbangkan bagaimana orang rakyat terlibat dan mentafsirkan isi agama di ruang digital. Memahami digital melibatkan senarai kemahiran dan amalan yang rumit yang melepasi kemampuan

teknikal semata-mata (Saez et al, 2020). Ini termasuk keupayaan untuk menilai sumber digital secara kritis, memahami konteks sosial dan budaya kandungan digital, serta berhubung dan bekerjasama dengan berkesan menggunakan peranti digital. Penting untuk mengenali sifat mentransformasikan media digital dan kesannya terhadap amalan agama. Memahami digital kritis melibatkan analisis konteks sosial, politik, dan ekonomi di mana media digital dihasilkan dan dikonsumsi (Merchant, 2007). Kesadaran terhadap implikasi algoritma, pengumpulan data, dan pengawasan juga diperlukan.

Masyarakat umumnya meningkatkan konsumsi berbagai macam konten keagamaan pada bulan suci Ramadan. Namun, penting untuk menilai keabsahan sumber informasi agama yang beredar di internet dengan seksama. Kita perlu memilah sumber yang kredibel dari yang kurang andal agar tidak salah menyerap ajaran. Selain itu, perlu pula mempelajari implikasi etika dari perilaku berbagi konten keagamaan secara daring. Misalnya soal privasi data, hak cipta, serta penggunaan media sosial yang bertanggung jawab. Dengan memahami berbagai aspek ini, informasi yang tersebar di masyarakat diharapkan tidak hanya tepat tetapi juga etis serta bertanggung jawab sehingga memberi dampak positif bagi banyak orang.

Dalam era digital, pola konsumsi konten keagamaan selama Ramadan mengalami transformasi signifikan, sebagai sarana umat Islam mengonsumsi dan menyebarkan konten dakwah. Penelitian menunjukkan bahwa platform seperti YouTube sangat efektif, di mana guru dan pendakwah dapat berinovasi dan mengembangkan konten yang relevan dengan perkembangan teknologi untuk menjaga semangat belajar peserta didik seperti dinyatakan Hasmiza & Humaidi (2023).

Selama bulan Ramadan, perubahan perilaku konsumsi juga terlihat pada generasi muda, khususnya Generasi Z. Mereka cenderung lebih aktif dalam mencari konten keagamaan sebagai identitas dan untuk memperdalam pemahaman agama mereka Adinata & Pujiyanto (2023). Penelitian yang dilakukan di daerah tertentu menunjukkan bahwa peningkatan akses terhadap informasi keagamaan melalui media sosial berdampak langsung pada perilaku konsumsi dan aktivitas religius mereka, menciptakan komunitas yang lebih terhubung dalam berbagi pengalaman Ramadan Prasajo et al. (2020) (Luthfi et al, 2022).

Pola konsumsi media keagamaan masyarakat tidak hanya mencerminkan aspek praktis ibadah, tetapi juga mempengaruhi pola pikir dan gaya hidup mereka. Sebagai contoh, penelitian menunjukkan bahwa interaksi dengan konten dakwah di media sosial dapat mengeksplorasi nilai-nilai spiritual yang berujung pada perubahan perilaku dalam kehidupan sehari-hari (Luthfi et al., 2022) (Hasan & Aziz, 2023). Konten yang relevan dan menarik memudahkan anak muda untuk mempraktikkan agama mereka sambil tetap terhubung dengan budaya digital yang mereka ikuti (Putri & Sunesti, 2022).

Dosen cenderung mencari informasi yang ilmiah dan rinci saat menelusuri konsep-konsep keagamaan, karena kredibilitas sumber dan wawasan penerapan sangat penting dalam penelitian (Lovheim, 2011) (Yusof & Fauzi, 2021). Kelompok akademisi ini tidak hanya tertarik pada konten yang menarik, tetapi juga pengetahuan yang dapat divalidasi. Ilmu pengetahuan kontemporer menunjukkan peningkatan minat dalam diskusi yang

menggabungkan bukti empiris dengan pemahaman spiritual (Ibrahim & Salleh, 2023). Misalnya, risalah yang menghubungkan prinsip-prinsip ilmiah dengan dalil-dalil agama menarik perhatian akademisi yang ingin lebih memahami isu-isu batin. Oleh karena itu, ada kebutuhan untuk mengembangkan konten yang informatif dan memenuhi standar akademik.

Interaksi digital dalam konsumsi keagamaan meningkat seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi. Grup WhatsApp, forum diskusi daring, dan fitur tanya jawab di platform digital memungkinkan audiens untuk secara aktif berpartisipasi dalam diskusi, mengajukan pertanyaan, dan memahami lebih dalam (Ajmain, 2023). Hal ini mengindikasikan adanya pergeseran dari konsumsi pasif menjadi interaksi aktif dalam praktik keagamaan digital. Dalam forum daring, peserta dapat secara langsung mengajukan pertanyaan kepada para ahli atau cendekiawan, sehingga memperkaya pengalaman belajar mereka. Interaksi ini tidak hanya meningkatkan pemahaman individu tetapi juga membangun komunitas yang saling mendukung dalam pencarian spiritual.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media digital telah menjadi sumber utama bagi para dosen dalam mengakses berbagai kajian keislaman selama bulan Ramadan. Teori mediatisasi agama yang dikemukakan oleh Hjarvard (2011) menjelaskan bahwa media modern tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan pesan-pesan agama, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk cara individu menjalani kehidupan beragama. Dengan media digital, individu memiliki kesempatan untuk mengkonstruksi pengalaman spiritual yang pada akhirnya dapat mempengaruhi praktik keagamaan mereka sehari-hari. Selain itu, dosen di FISIP Untirta cenderung lebih memilih untuk memanfaatkan platform seperti YouTube, Instagram, dan podcast sebagai alternatif untuk hadir secara fisik dalam kegiatan keagamaan. Hal ini menunjukkan bahwa proses digitalisasi telah mengubah pola konsumsi keagamaan yang ada (Campbell & Tsuria, 2021).

Literasi digital memegang peranan penting dalam cara umat Islam menjalani dan melaksanakan ibadah puasa Ramadan di era modern (Ibrahim et al., 2015). Hal ini mencakup berbagai keterampilan, termasuk memanfaatkan internet untuk mengakses sumber-sumber agama, berpartisipasi dalam komunitas online, memverifikasi kredibilitas informasi, serta menciptakan konten digital yang mencerminkan nilai-nilai dan tradisi Islam. Selain itu, literasi digital juga berperan penting dalam membantu berbagai segmen masyarakat, termasuk Dosen, untuk terlibat dengan konten keagamaan dengan cara yang lebih dalam dan lebih bermakna, sehingga memperkaya pengalaman dan pemahaman mereka dalam konteks spiritual.

Dalam konteks komunikasi keagamaan selama bulan Ramadan, literasi digital memungkinkan para pengajar untuk mengevaluasi interpretasi teks-teks keagamaan, terlibat dalam diskusi online, dan mencari sumber informasi yang kredibel. Penting bagi para pendidik, pembuat kebijakan, dan organisasi masyarakat untuk menjembatani kesenjangan digital dan memastikan semua anggota masyarakat memiliki kesempatan untuk mengembangkan keterampilan yang dibutuhkan. Dosen memiliki Kemampuan untuk membuat dan membagikan konten keagamaan secara online memberdayakan

individu untuk mengekspresikan iman dan terhubung dengan komunitas. Literasi digital sangat penting untuk menavigasi komunikasi keagamaan di era digital.

Preferensi masyarakat terhadap medium digital dinilai sangat berkaitan dengan fleksibilitas dalam hal waktu dan kemudahan akses. Kemajuan teknologi digital telah membuka pintu bagi aksesibilitas konten keagamaan yang belum pernah terjadi sebelumnya, melampaui batas-batas geografis dan temporal yang sebelumnya membatasi penyebaran pengetahuan dan praktik keagamaan (Hendriana, 2023). Umat Islam kini dapat dengan mudah mengakses berbagai sumber informasi keagamaan, mulai dari Al-Qur'an digital dan terjemahannya dalam berbagai bahasa, hingga ceramah agama, kajian tafsir, dan literatur Islam lainnya. Sejumlah dosen cenderung memilih platform digital karena hal ini memberi kebebasan dalam menentukan saat tepat belajar dan memahami agama, sesuai kesibukan mereka sehari-hari. Media digital tidak cuma menawarkan kemudahan dalam mendapatkan informasi, namun juga beradaptasi dengan ritme kehidupan akademis yang seringkali sangat padat dan sibuk.

Kredibilitas sumber merupakan faktor penting dalam memilih konten berkaitan dengan agama. Penelitian Yusof & Fauzi (2021) mengungkapkan bahwa akademisi cenderung lebih mempercayai informasi dari sosok berlatarbelakang pendidikan tinggi dan teruji. Para peserta penelitian mengungkapkan preferensi akan kajian yang disampaikan oleh sosok yang kompetent seperti dosen atau ulama terpadang. Hal ini menunjukkan tingkat kepercayaan terhadap sumber dapat menjadi tolak ukur kualitas dan kehandalan informasi. Pemilihan sumber yang tepat sangat mempengaruhi mutu konten keagamaan yang diterima masyarakat. Format penyampaian informasi juga memengaruhi preferensi konsumsi konten keagamaan. Kajian dalam bentuk video interaktif atau diskusi ilmiah lebih disukai dibandingkan ceramah konvensional. Penelitian Rahman (2022) menunjukkan bahwa generasi digital lebih tertarik pada format komunikasi dinamis, seperti video pendek dan podcast. Format inovatif dapat meningkatkan minat dan keterlibatan audiens dalam kajian keislaman.

Interaksi di era digital telah menjadi bagian integral dari praktik religius kontemporer. Penelitian mengungkapkan bahwa partisipasi dalam debat virtual di grup WhatsApp dan portal daring mendorong pertumbuhan spiritual bagi para praktisi. Media sosial berfungsi sebagai wadah yang memfasilitasi pertukaran gagasan dinamis di antara para pengguna dan narasumber agama (Ajmain, 2023). Dalam komunitas WhatsApp, para umat memiliki akses untuk berdiskusi langsung dan mengeksplorasi isu-isu iman yang relevan, sekaligus memperkuat ikatan serta rasa kekeluargaan meskipun tidak berada di satu lokasi fisik. Penggunaan teknologi digital dalam konteks spiritualitas tidak cuma meningkatkan pengetahuan, namun juga membangun jalinan sosial yang lebih kokoh di antara anggotanya.

Proses mediatisasi agama dalam masyarakat modern membawa tantangan baru yang signifikan, di antaranya maraknya informasi keliru tentang persoalan keagamaan. Penelitian yang dilakukan Mahmud et al. (2023) mengungkapkan bahwa sejalan bertambahnya konten keagamaan di platform digital, risiko penyebaran berita palsu atau tak benar juga ikut meningkat. Beberapa narasumber dalam wawancara mengaku

kesulitan menemukan sumber yang terpercaya sehingga mereka perlu lebih selektif memilih informasi yang dikonsumsi. Karenanya, memiliki kesadaran kritis dalam mengakses dan mengonsumsi konten keagamaan era digital saat ini sangat penting. Hal ini tidak hanya membantu individu mendapatkan informasi yang tepat, namun juga berkontribusi mengurangi dampak negatif misinformasi yang mungkin tersebar di masyarakat.

Tantangan lain adalah kurangnya personalisasi dalam kajian daring. Meskipun media digital menawarkan fleksibilitas, beberapa informan merasa pengalaman belajar kurang memberikan nuansa kebersamaan yang didapat dari kajian tatap muka. Ibrahim & Salleh (2023) mencatat bahwa interaksi langsung menciptakan ikatan sosial yang kuat, sulit didapatkan dalam konteks digital. Namun, media digital dapat melengkapi kajian konvensional, bukan menggantikan. Hamid (2023) menyebutkan sinergi antara kajian offline dan online dapat memberikan manfaat maksimal, terutama bagi mereka yang terbatas waktu. Media digital memperluas jangkauan dan aksesibilitas kajian keislaman. Konsumsi konten keagamaan melalui media digital membuka peluang besar dalam penyebaran dakwah. Salman (2023) menunjukkan platform digital memungkinkan pemuka agama menjangkau individu yang sebelumnya tidak terpapar kajian keislaman. Informan menyatakan mulai mengakses lebih banyak kajian setelah menemukan konten relevan di media digital.

Penelitian ini merekomendasikan peningkatan literasi digital keagamaan di kalangan akademisi. Farid & Nasir (2023) menekankan pentingnya pelatihan literasi digital untuk memastikan informasi yang dikonsumsi dapat diverifikasi. Institusi akademik perlu menyediakan pedoman atau kurasi konten untuk membantu memilah informasi kredibel. Transformasi digital praktik keagamaan mencakup penggunaan platform online untuk pendidikan, ibadah, dan pembangunan masyarakat. Organisasi agama memanfaatkan alat digital untuk menyebarkan ajaran dan berbagi informasi (Campbell et al, 2020). Individu juga menggunakan media digital untuk mengekspresikan iman dan terhubung dengan sesama (Chen et al, 2021). Peralihan ke ruang digital memberikan akses lebih luas terhadap informasi agama, meskipun ada risiko informasi salah.

Internet telah mengubah interaksi dan akses terhadap informasi, membentuk komunitas global (Hutchings, 2010). Pengetahuan tentang perubahan pola makan dan aktivitas fisik selama berpuasa penting untuk mengurangi risiko kesehatan (McEwen et al., 2015). Banyak umat Islam dengan diabetes tetap berpuasa, sehingga diperlukan panduan medis (Morris, 2020). Selama Ramadan, kelompok-kelompok keagamaan mempromosikan ajaran melalui kampanye virtual dan koneksi online. Buka puasa bersama dan praktik doa bersama secara daring semakin umum dilakukan, membangun rasa persatuan di antara umat Islam (Alarouj et al, 2010). Kemudahan berbagi pesan spiritual memperluas perspektif keagamaan dan menciptakan peluang baru untuk dialog teologis. Namun, media elektronik juga membawa tantangan bagi otoritas keagamaan tradisional yang harus beradaptasi.

Berpuasa selama bulan Ramadan adalah praktik penting bagi umat Islam, tetapi dapat berisiko bagi penderita diabetes (Hanif et al, 2020). Banyak pasien diabetes yang masih memilih untuk berpuasa, sehingga diperlukan program edukasi dan penyadaran (Al-Musally et al, 2017). Konsumsi konten keagamaan di era digital dipengaruhi oleh religiusitas, jejaring sosial, dan akses ke teknologi. Selama Ramadan, permintaan akan konten keagamaan meningkat, dengan banyak umat Islam mencari sumber daya daring untuk pengajian dan ceramah (Abokhodair et al., 2020). Platform seperti YouTube dan Facebook menjadi sumber utama informasi keagamaan, yang memungkinkan individu untuk terlibat dengan keyakinan mereka secara interaktif (Briandana et al, 2020).

Para pemimpin agama harus menyesuaikan strategi komunikasi untuk melibatkan audiens digital, termasuk membuat konten yang menarik dan membina komunitas online. Ramadan juga merupakan waktu yang tepat untuk mempromosikan kebiasaan sehat dan mengedukasi masyarakat tentang perilaku yang tidak sehat (Herrag et al, 2010). Penyebaran materi keagamaan digital menciptakan bentuk baru otoritas keagamaan, di mana para influencer dan pembuat konten membentuk wacana keagamaan. Namun, kemudahan akses informasi juga dapat memfasilitasi penyebaran informasi yang salah dan ideologi ekstremis, sehingga penting untuk mengembangkan keterampilan berpikir kritis di masyarakat.

Pola konsumsi konten religius selama Ramadan bervariasi berdasarkan usia, jenis kelamin, dan latar belakang budaya. Generasi muda lebih aktif dalam konsumsi konten daring, sementara generasi yang lebih tua mungkin lebih memilih keterlibatan tradisional. Kesadaran akan informasi yang salah dan pentingnya berpikir kritis menjadi semakin penting dalam komunitas agama (Khader et al, 2020). Literasi media yang kritis sangat dibutuhkan di era digital ini. Masyarakat harus mampu mengevaluasi keandalan informasi yang diterima, terutama dengan berita palsu (Guess & Munger, 2022). Pendidikan literasi media harus dimasukkan ke dalam kurikulum untuk membantu individu berpikir kritis dan menganalisis informasi (Polizzi, 2020).

Transformasi digital dalam praktik keagamaan menghadirkan tantangan dan peluang bagi komunitas agama. Adaptasi terhadap perubahan ini sangat penting untuk menjaga relevansi dan keberlanjutan praktik keagamaan di era modern. Penelitian ini mendukung argumen bahwa digitalisasi komunikasi keagamaan telah mengubah pola konsumsi keagamaan para akademisi. Memahami pola-pola ini memungkinkan lembaga pendidikan untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam mengintegrasikan media digital dalam pendidikan dan dakwah Islam. Transformasi ini menciptakan tantangan baru sekaligus membuka peluang inovasi dalam memahami dan mempraktikkan ajaran agama. Penting untuk terus menggali dan memanfaatkan potensi media digital, dengan tetap menjaga integritas dan kualitas informasi yang dikonsumsi.

Simpulan

Era digital telah membawa peningkatan signifikan dalam cara dosen FISIP Untirta mengakses dan menikmati berbagai informasi keagamaan, khususnya selama bulan suci Ramadhan. Platform digital seperti YouTube, Instagram, dan podcast pun kini lebih

diminati dibanding metode tradisional yang dipakai sebelumnya, karena tawarkan fleksibilitas dalam mengakses data dan kemudahan dalam memilih isi yang sesuai dengan preferensi individu serta kebutuhan yang dibutuhkan. Terdapat kecenderungan kuat di kalangan akademisi untuk memilih sumber bacaan yang mampu berinteraksi dengan dasar bukti ilmiah. Aspek ini menjadi unsur penting dalam memilih isi, tekan pada kredibilitas serta pendekatan berbasis pengetahuan dalam menyebarkan data demi membangun kepercayaan di kalangan audiens.

Interaksi lewat kelompok dan forum online telah meningkatkan perjalanan spiritual beberapa penganut agama, menunjukkan bahwa diskusi keagamaan kini melibatkan kontribusi dari berbagai pihak. Dinamika ini menggambarkan bagaimana agama semakin menjadi lapangan yang dibagikan serta didiskusikan secara interaktif. Fenomena ini tekan bahwa platform digital tak hanya sajikan fakta-fakta pasif, melainkan juga dorong evaluasi dan kontemplasi yang lebih aktif di antara penganut agama. Meskipun koneksi spiritual lewat teknologi telah menciptakan cara yang lebih adaptif dan menyeluruh dalam mendapat pengetahuan, penelitian lebih lanjut dibutuhkan untuk pahami bagaimana alat siber bisa optimalkan pembelajaran serta literasi keagamaan di kalangan pakar dan masyarakat umum. Dengan penerapan teknologi data yang cermat, pemahaman agama yang lebih mendalam dan komprehensif berpotensi berkembang. Namun, dampak penuh dari interaksi keagamaan digital masih perlu diteliti, dan evaluasi lebih lanjut diperlukan untuk tentukan manfaat dan kerugian dari hubungan komunitas agama di dunia maya.

Daftar Pustaka

- Abokhodair, N., Elmadany, A., & Magdy, W. (2020). Holy Tweets. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 4, 1. <https://doi.org/10.1145/3415230>
- Adinata, A., & Pujianto, W. (2023). Analisis perilaku konsumtif gen Z pada bulan Ramadhan 1444 Hijriah (studi kasus di Desa Ketegan). *JSER*, 2(2), 20–24. <https://doi.org/10.62759/jsr.v2i2.34>
- Aduragba, O. T., Yu, J., & Cristea, A. I. (2023). Religion and Spirituality on Social Media in the Aftermath of the Global Pandemic. *2021 IEEE International Conference on Big Data (Big Data)*, 5704. <https://doi.org/10.1109/bigdata59044.2023.10386754>
- Ajmain, T. M. (2023). Dawah in the digital age: Utilizing social media for the spread of Islamic teachings. *Journal of Current Social and Political Issues*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.15575/jcspi.v1i1.444>
- Alarouj, M., Assaad-Khalil, S. H., Buse, J. B., Fahdil, I., Fahmy, M. A. H., Hafez, S., Hassanein, M., Ibrahim, M., Kendall, D. M., Kishawi, S., Al-Madani, A., Nakhi, A. B., Tayeb, K., & Thomas, A. (2010). Recommendations for Management of Diabetes During Ramadan. *Diabetes Care*, 33(8), 1895. <https://doi.org/10.2337/dc10-0896>
- Almansour, H. A., Chaar, B., & Saini, B. (2017). Fasting, Diabetes, and Optimizing Health Outcomes for Ramadan Observers: A Literature Review. *Diabetes Therapy*, 8(2), 227. <https://doi.org/10.1007/s13300-017-0233-z>

- Al-Musally, R., Al-Sardi, M., Al-Elq, Z., Elahi, A., Alduhailan, R., Al-Elq, M., Zainuddin, F., Alsafar, N., Altammar, J., & Al-Elq, A. H. (2017). Health education to diabetic patients before the start of Ramadan: Experience from a teaching hospital in Dammam. *Journal of Family and Community Medicine*, 24(2), 111. https://doi.org/10.4103/jfcm.jfcm_128_16
- Alsaleh, A. (2024). The impact of technological advancement on culture and society. *Scientific Reports*, 14(1). <https://doi.org/10.1038/s41598-024-83995-z>
- Bosch, M. D., Sanz, J. L. M., & Gauxachs, A. S. (2017). Typing my Religion. *Church Communication and Culture*, 2(2), 121. <https://doi.org/10.1080/23753234.2017.1347800>
- Briandana, R., Caturida, Shahir, & Wan, W. (2020). Da'wah Communication and Social Media: The Interpretation of Millennials in Southeast Asia. *International Journal of Economics and Business Administration*, 216. <https://doi.org/10.35808/ijeba/543>
- Campbell, H. A., & Evolvi, G. (2019). Contextualizing current digital religion research on emerging technologies. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(1), 5. <https://doi.org/10.1002/hbe2.149>
- Campbell, H. A., Sheldon, Z., Gibson, J. W., & Guzman, G. (2020). Technological and Mediated Identity in American Multisite Churches. *Ecclesial Practices*, 7(1), 11. <https://doi.org/10.1163/22144417-bja10002>
- Campbell, H. A., & Tsuria, R. (Eds.). (2021). Digital religion: Understanding religious practice in digital media. Routledge.
- Chen, R. (2021). Online religious engagement: Patterns and motivations. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(1), 45–50. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0321>
- Chiluwa, I. (2013). Community and Social Interaction in Digital Religious Discourse in Nigeria, Ghana and Cameroon. *Journal of Religion Media and Digital Culture*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.1163/21659214-90000022>
- Dewi, C. K. (2023). Religious Belief Model dalam al-Qur'an: Rekonfigurasi Dorongan Perubahan Tindakan Ketaatan. *AL QUDS Jurnal Studi Alquran Dan Hadis*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.29240/alquds.v7i1.5440>
- Eisenlohr, P. (2018). Suggestions of movement: Voice and sonic atmospheres in Mauritian Muslim devotional practices. *Cultural Anthropology*, 33(1), 34–57. <https://doi.org/10.14506/ca33.1.02>
- Erdem, O. (2018). The investigation of the effects of Ramadan fasting on the mood state of healthy volunteer persons. *Family Practice and Palliative Care*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.22391/fppc.398323>
- Fakhruroji, M., Rustandi, R., & Busro, B. (2020). Bahasa Agama di Media Sosial: Analisis Framing pada Media Sosial "Islam Populer." *Jurnal Bimas Islam*, 13(2), 203. <https://doi.org/10.37302/jbi.v13i2.294>
- Farid, M., & Nasir, M. (2023). Digital literacy skills among academicians: Navigating online religious content. *Journal of Educational Technology & Society*, 26(1), 98–110. https://www.j-ets.net/ETS/journals/26_1/ETS_26_1_09.pdf
- Guess, A. M., & Munger, K. (2022). Digital literacy and online political behavior. *Political Science Research and Methods*, 11(1), 110. <https://doi.org/10.1017/psrm.2022.17>

- Hamid, S., et al. (2023). Personalization in digital Islamic content consumption: User preferences and experiences. *Computers in Human Behavior*, 139, 107563. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107563>
- Hanif, S., Ali, S., Hassanein, M., Khunti, K., & Hanif, W. (2020). Managing People with Diabetes Fasting for Ramadan During the COVID-19 Pandemic: A South Asian Health Foundation Update [Review of Managing People with Diabetes Fasting for Ramadan During the COVID-19 Pandemic: A South Asian Health Foundation Update]. *Diabetic Medicine*, 37(7), 1094. Wiley. <https://doi.org/10.1111/dme.14312>
- Hasan, M., & Aziz, A. (2023). Kontribusi pendidikan Islam dalam pengembangan sosial emosional peserta didik di MTS Salafiyah Syafiiyah Tebuireng Jombang. *Irsyaduna Jurnal Studi Kemahasiswaan*, 3(2), 143–159. <https://doi.org/10.54437/irsyaduna.v3i2.1124>
- Hasibuzzaman, M. A., Noboneeta, A., Begum, M., & Chowdhury Hridi, N. N. (2022). Social media and social relationship among youth: A changing pattern and impacts in Bangladesh. *Asian Journal of Social Sciences and Legal Studies*. <https://doi.org/10.34104/ajssls.022.01011>
- Hassan, R., & Ali, N. (2023). Media consumption patterns among academicians: A focus on religious content. *Journal of Media and Religion*, 22(1), 33–50. <https://doi.org/10.1080/15348423.2023.2187654>
- Hasmiza, H., & Humaidi, M. (2023). Efektivitas YouTube sebagai media pembelajaran pendidikan agama Islam di era digitalisasi. *Research and Development Journal of Education*, 9(1), 97. <https://doi.org/10.30998/rdje.v9i1.13928>
- Hendriana, D. (2023). Peran Ilmu Pengetahuan dan Pengaruh Kemajuan Teknologi Digital Dalam Pelaksanaan Tugas Kekhalifahan Manusia. *Rausyan Fikr Jurnal Pemikiran Dan Pencerahan*, 19(1). <https://doi.org/10.31000/rf.v19i1.7730>
- Herrag, M., Lahmiti, S., & Yazidi, A. A. (2010). Ramadan: a different side of the emergencies? *PubMed*. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/21326981>
- Hutchings, T. (2010). The Internet and the Church: An Introduction. *The Expository Times*, 122(1), 11. <https://doi.org/10.1177/0014524610377955>
- Ibrahim, M., Magd, M. A. A., Annabi, F. A., Assaad-Khalil, S. H., Ba-Essa, E., Fahdil, I., Karadeniz, Ş., Meriden, T., Misha'l, A. A., Pozzilli, P., Shera, S., Thomas, A., Bahijri, S., Tuomilehto, J., Yilmaz, T., & Umpierrez, G. E. (2015). Recommendations for management of diabetes during Ramadan: update 2015. *BMJ Open Diabetes Research & Care*, 3(1). <https://doi.org/10.1136/bmjdr-2015-000108>
- Ibrahim, S., & Salleh, M. (2023). Optimizing digital media for effective Islamic learning: Strategies and challenges. *International Journal of Islamic Thought*, 14, 67–80. <https://doi.org/10.24035/ijit.14.2023.006>
- Kasman, S. (2017). Etika Jurnalistik dalam Pengembangan Dakwah (EJPD). *Jurnal Dakwah Tabligh*, 18(1), 122. <https://doi.org/10.24252/jdt.v18i1.2868>

- Khader, M., Allen, J., Njeri, M., Zimmerman, T., Rosellini, A., & Eaves, T. (2020). Impact of cultural and religious literacy: Implications for information literacy. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 57(1). <https://doi.org/10.1002/ptra2.379>
- Hjarvard, S. (2011). The mediatization of religion: Theorising religion, media and social change. *Culture and Religion*, 12(2), 119–135. <https://doi.org/10.1080/14755610.2011.579719>
- Luthfi, M., Kholil, S., Lubis, L., & Sikumbang, A. (2022). The utilization of religious content in social media for the alteration adolescent's Islamic behaviour. *Dialogia*, 20(2), 460–482. <https://doi.org/10.21154/dialogia.v20i2.4838>
- Lovheim, M. (2011). Mediatization of religion: A critical appraisal. *Culture and Religion*, 12(2), 153–166. <https://doi.org/10.1080/14755610.2011.579738>
- Mahmud, A., et al. (2023). Assessing the validity of online Islamic information: Challenges and recommendations. *Journal of Information Science*, 49(1), 117–132. <https://doi.org/10.1177/01655515221075945>
- McEwen, L. N., Ibrahim, M., Ali, N. M., Assaad-Khalil, S. H., Tantawi, H. R., Nasr, G., Mohammadmoradi, S., Misha'l, A. A., Annabi, F. A., Ba-Essa, E., Bahijri, S., Tuomilehto, J., Jaber, L. A., & Herman, W. H. (2015). Impact of an individualized type 2 diabetes education program on clinical outcomes during Ramadan. *BMJ Open Diabetes Research & Care*, 3(1). <https://doi.org/10.1136/bmjdr-2015-000111>
- Merchant, G. (2007). Writing the future in the digital age. *Literacy*, 41(3), 118. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9345.2007.00469.x>
- Morris, D. (2020). Managing diabetes in primary care during Ramadan. *Practice Nursing*, 31(4), 148. <https://doi.org/10.12968/pnur.2020.31.4.148>
- Nayef, E. G., & Abdul Wahab, M. N. (2018). The effect of recitation Quran on the human emotions. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(2), 48–68. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v8-i2/3852>
- Prasojo, Z., Masri, M., Fauzi, A., & Rahmiani, N. (2020). Religious identity in the use of social media within Pontianak Muslim community. *Karsa Journal of Social and Islamic Culture*, 28(1), 32–56. <https://doi.org/10.19105/karsa.v28i1.3284>
- Polizzi, G. (2020). Digital literacy and the national curriculum for England: Learning from how the experts engage with and evaluate online content. *Computers & Education*, 152, 103859. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.103859>
- Puspitasari, N. S. (2020). Model Komunikasi Antar Umat Beragama di Era Digital. *Profetik Jurnal Komunikasi*, 12(2), 291. <https://doi.org/10.14421/pjk.v12i2.1664>
- Putri, A., & Sunesti, Y. (2022). Mediatization and commodification of religion: A study of media sociology in Sharia housing ads. *Proceedings of EAI Conference*. <https://doi.org/10.4108/eai.15-9-2021.2315549>
- Rahman, F. (2022). The role of social media platforms in Islamic learning: A study on YouTube, Instagram, and podcasts. *International Journal of Islamic Studies*, 15(2), 89–105. <https://doi.org/10.1080/13602004.2022.2041234>

-
- Saez, F. T., Jiménez, D. Á., Montes-Rodríguez, R., Martín, M. J. G. S., & Robles, A. S. (2020). Learning and educating in the digital age: *reference frameworks*. <https://digibug.ugr.es/handle/10481/69570>
- Salman, A., et al. (2023). Transitioning from conventional to digital learning in Islamic studies: Evaluating effectiveness and reliability. *Journal of Education and Information Technologies*, 28(2), 1123–1140. <https://doi.org/10.1007/s10639-022-11012-3>
- Yusof, S. A., & Fauzi, W. I. (2021). Academic engagement with online religious content: An analytical approach. *Asian Journal of Social Science*, 49(3), 275–290. <https://doi.org/10.1163/15685314-04903002>