

Hiperrealitas Spiritual di Era Digital: Kritik Tasawuf terhadap Fenomena Pencitraan Kesalehan di Media Sosial

Akhmad Bisryi Fatih¹, Roudhotul Mahfudhoh²

¹ Program Studi Ilmu Al- Qur'an dan Tafsir, STAI Muhammad Ali Shodiq Tulungagung

² Program Studi Islam, STAI Al Mannan Tulungagung

¹ bisrifatihkalisoka@gmail.com , ² mahfudhohroudhotul@gmail.com

Abstrak

Media sosial telah mengubah cara masyarakat Muslim mengekspresikan keberagamaannya menjadi lebih terbuka dan mudah terlihat di ruang digital. Di satu sisi, hal ini memudahkan penyebaran nilai-nilai Islam, tetapi di sisi lain juga memunculkan fenomena pencitraan kesalehan yang dapat menggeser niat ibadah dari ketulusan menuju pencarian pengakuan sosial. Penelitian ini bertujuan mengkaji fenomena tersebut melalui perspektif tasawuf dan sosiologi komunikasi Islam. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis berbasis studi kepustakaan, menggunakan data dari buku, jurnal ilmiah, dan penelitian terkait. Hasil kajian menunjukkan bahwa media sosial mendorong munculnya identitas religius yang lebih bersifat tampilan, memicu *riya'* digital, serta menciptakan realitas spiritual yang dipengaruhi budaya visual, tren viral, dan algoritma platform. Dalam konteks ini, tasawuf menawarkan solusi melalui nilai ikhlas, tazkiyatun nafs, dan muhasabah untuk menjaga ketulusan beragama serta etika komunikasi Islam di era digital.

Kata Kunci: Kesalehan, Tasawuf, Media Sosial, Komunikasi Islam, Keikhlasan

Abstract

*The rapid growth of social media has transformed Muslim religious practices into increasingly visual and public expressions in digital spaces. This phenomenon has encouraged the emergence of piety imaging, where acts of worship are often displayed online and may shift from spiritual devotion toward seeking social recognition, creating a potential crisis of sincerity. This study analyzes piety imaging and the crisis of sincerity through the perspectives of Sufism and the sociology of Islamic communication. Using a qualitative descriptive-analytical approach with library research, data were collected from books, academic journals, and previous studies. The findings indicate that social media fosters performative religious identities, digital *riya'*, and spiritual hyperreality driven by visual culture, virality, and algorithms. Sufism, through the principles of sincerity, self-purification, and self-reflection, offers a critical framework and ethical guidance for preserving authentic religious practice and Islamic communication in the digital era.*

Keyword: Piety Imaging, Sufism, Social Media, Islamic Communication, Sincerity

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan besar dalam hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dalam cara masyarakat menjalankan dan mengekspresikan keberagamaannya. Kehadiran internet yang semakin mudah diakses serta pesatnya penggunaan media sosial membuat ruang interaksi manusia tidak lagi terbatas pada dunia nyata, tetapi juga meluas ke ruang digital. Platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, dan X (Twitter) kini menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Melalui platform tersebut, seseorang dapat berbagi informasi, membangun relasi, menyampaikan pendapat, hingga menunjukkan identitas dirinya kepada publik. Dalam konteks masyarakat Muslim, media sosial juga menjadi sarana untuk menampilkan identitas keagamaan melalui berbagai bentuk konten, seperti unggahan

kegiatan ibadah, kajian keislaman, aktivitas sedekah, perjalanan umrah dan haji, hingga kutipan-kutipan motivasi bernuansa religius (Rachmad & Rohmah, 2022).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang baru bagi praktik keberagamaan. Jika dahulu ekspresi keagamaan lebih banyak dilakukan dalam lingkungan keluarga, masjid, sekolah, atau komunitas tertentu, kini ekspresi tersebut dapat disaksikan oleh ribuan bahkan jutaan orang melalui layar gawai. Banyak individu memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan pesan-pesan kebaikan, mengajak orang lain beribadah, serta berbagi pengalaman spiritual yang dianggap dapat memberikan inspirasi bagi pengguna lainnya (Marei, 2024). Dari sisi positif, kondisi ini tentu memberikan peluang besar bagi perkembangan dakwah Islam. Informasi keagamaan dapat diakses dengan cepat, jangkauan dakwah menjadi lebih luas, dan masyarakat memiliki lebih banyak kesempatan untuk belajar mengenai ajaran agama tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu (Indriyani & Khaliq, 2023).

Namun demikian, perkembangan ini juga menghadirkan sejumlah tantangan yang perlu diperhatikan. Salah satu fenomena yang semakin sering ditemukan adalah munculnya kecenderungan pencitraan kesalehan atau religious self-image di media sosial. Pencitraan kesalehan dapat dipahami sebagai upaya menampilkan diri sebagai pribadi yang religius melalui berbagai simbol, aktivitas, maupun narasi keagamaan yang dipublikasikan kepada khalayak. Dalam praktiknya, seseorang dapat mengunggah foto saat beribadah, membagikan dokumentasi kegiatan sosial dan keagamaan, atau secara rutin menampilkan aktivitas spiritualnya kepada publik digital (Rudi, 2025). Tindakan tersebut tidak selalu bermakna negatif karena bisa saja dilakukan dengan tujuan berbagi inspirasi atau menyebarkan nilai-nilai kebaikan. Akan tetapi, ketika aktivitas tersebut lebih didorong oleh keinginan memperoleh pengakuan, pujian, atau popularitas, maka muncul persoalan yang berkaitan dengan keikhlasan dalam beragama.

Media sosial memiliki karakteristik yang berbeda dengan ruang sosial konvensional. Sistem likes, komentar, jumlah pengikut, dan berbagai bentuk interaksi digital lainnya menciptakan budaya pengakuan sosial yang sangat kuat. Setiap unggahan dapat diukur tingkat popularitasnya melalui angka-angka yang terlihat secara langsung. Akibatnya, banyak pengguna secara sadar maupun tidak sadar terdorong untuk membuat konten yang mampu menarik perhatian publik. Dalam konteks keberagamaan, kondisi ini dapat memunculkan kecenderungan untuk menampilkan aktivitas ibadah bukan semata-mata karena dorongan spiritual, tetapi juga karena adanya harapan mendapatkan apresiasi dari orang lain. Ketika pengakuan sosial menjadi tujuan utama, maka orientasi ibadah berpotensi bergeser dari hubungan vertikal dengan Tuhan menuju hubungan horizontal yang berfokus pada penilaian manusia.

Fenomena tersebut menjadi semakin menarik untuk dikaji karena terjadi di tengah meningkatnya penggunaan media sosial oleh masyarakat Muslim. Berdasarkan berbagai laporan digital global, Indonesia termasuk salah satu negara dengan jumlah pengguna media sosial terbesar di dunia. Sebagian besar pengguna menghabiskan waktu berjam-jam setiap hari untuk mengakses berbagai platform digital. Dalam situasi seperti ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga menjadi ruang pembentukan identitas, termasuk identitas keagamaan. Apa yang ditampilkan seseorang di media sosial sering kali menjadi representasi dirinya di mata publik. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika banyak individu berusaha membangun citra tertentu agar memperoleh penerimaan sosial yang lebih luas.

Media sosial telah menjadi salah satu sarana penting dalam penyebaran nilai-nilai keagamaan di era digital. Kehadiran berbagai platform digital memungkinkan penyampaian

pesan-pesan Islam dilakukan secara lebih cepat, luas, dan mudah diakses oleh masyarakat dari berbagai latar belakang. Melalui media sosial, para dai, ustadz, akademisi, maupun individu yang memiliki perhatian terhadap dakwah dapat menyampaikan materi keislaman dalam berbagai bentuk, seperti video ceramah, kajian singkat, infografis, siaran langsung, maupun konten edukatif lainnya. Karakter media sosial yang bersifat interaktif juga memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara penyampai pesan dan audiens melalui fitur komentar, diskusi, serta berbagi konten, sehingga proses penyampaian ajaran agama menjadi lebih dinamis dibandingkan dengan media dakwah konvensional (Putrawansyah, 2024).

Di samping memberikan peluang yang luas bagi penyebaran dakwah, media sosial juga menghadirkan berbagai tantangan dalam praktik keberagamaan. Salah satu fenomena yang berkembang adalah munculnya performativitas religius, yaitu kecenderungan menampilkan identitas dan praktik keagamaan di ruang digital sebagai bagian dari ekspresi yang dapat disaksikan, dinilai, dan memperoleh respons dari publik (Sito & Hakiem, 2025). Dalam kondisi tertentu, simbol-simbol keagamaan tidak lagi dipahami semata-mata sebagai manifestasi spiritual, tetapi juga menjadi sarana untuk membangun citra diri, memperoleh pengakuan sosial, atau memperkuat eksistensi di ruang digital. Selain itu, perkembangan media sosial turut membuka ruang bagi komodifikasi agama, yakni ketika nilai-nilai, simbol, maupun praktik keagamaan dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi, peningkatan popularitas, penguatan personal branding, atau tujuan-tujuan lain yang bersifat pragmatis (Zailani & Ulinuha, 2023). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa relasi antara agama dan media sosial merupakan fenomena yang kompleks karena dipengaruhi oleh berbagai dimensi sosial, budaya, ekonomi, dan perkembangan teknologi digital.

Selain itu, perkembangan algoritma media sosial turut memengaruhi cara pengguna menampilkan dan memahami identitas keagamaannya. Algoritma cenderung mempromosikan konten yang mendapatkan banyak interaksi sehingga pengguna terdorong untuk membuat unggahan yang menarik perhatian publik. Dalam banyak kasus, konten yang bersifat emosional, visual, dan personal lebih mudah mendapatkan respons dibandingkan konten yang bersifat reflektif atau mendalam. Akibatnya, ekspresi keberagamaan di media sosial sering kali lebih menonjolkan aspek visual daripada substansi spiritualnya. Kesalehan menjadi sesuatu yang dapat dipertontonkan, dibagikan, dan dikonsumsi oleh publik digital.

Hubungan antara agama dan media sosial menunjukkan dinamika yang semakin kompleks seiring berkembangnya teknologi digital. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi keagamaan, tetapi juga menjadi ruang bagi individu untuk menampilkan identitas, aktivitas, dan simbol-simbol keberagamaan di hadapan publik. Kondisi ini menghadirkan berbagai persoalan yang tidak hanya berkaitan dengan aspek komunikasi dan budaya digital, tetapi juga menyentuh dimensi spiritual yang berkaitan dengan niat dan orientasi seseorang dalam beribadah. Kajian yang secara khusus menghubungkan fenomena pencitraan kesalehan dengan konsep keikhlasan dalam perspektif tasawuf masih relatif terbatas (Shorfana, 2025). Padahal, tasawuf memiliki perhatian yang sangat besar terhadap persoalan niat, kebersihan hati, dan hubungan manusia dengan Tuhan. Dalam tradisi tasawuf, keikhlasan merupakan salah satu fondasi utama dalam setiap amal perbuatan. Amal yang dilakukan semata-mata untuk mendapatkan pujian manusia dipandang dapat mengurangi nilai spiritual dari ibadah tersebut (Muthalib, 2017).

Tasawuf menawarkan sejumlah konsep yang relevan untuk memahami fenomena keberagamaan di era digital. Konsep ikhlas mengajarkan pentingnya memurnikan niat

hanya karena Allah SWT tanpa mengharapkan pengakuan dari manusia. Konsep tazkiyatun nafs menekankan proses penyucian jiwa dari berbagai sifat negatif seperti riya', ujub, dan cinta berlebihan terhadap popularitas (Khusnadin & Shihab, 2025). Sementara itu, konsep muhasabah mengajak individu untuk terus melakukan evaluasi diri terhadap setiap tindakan dan motivasi yang melatarbelakanginya (Hartati, 2018). Ketiga konsep tersebut dapat menjadi landasan penting dalam menghadapi tantangan budaya digital yang sering kali mendorong individu untuk mencari perhatian dan validasi sosial (Anbiya, 2023).

Melalui perspektif tasawuf, fenomena pencitraan kesalehan tidak hanya dipahami sebagai persoalan komunikasi atau budaya media, tetapi juga sebagai persoalan spiritual yang berkaitan dengan kondisi hati manusia. Pendekatan ini memberikan sudut pandang yang lebih mendalam karena tidak hanya melihat apa yang ditampilkan seseorang di media sosial, tetapi juga mempertanyakan motivasi dan orientasi yang mendasari tindakan tersebut. Dengan demikian, kajian ini berupaya menghadirkan analisis yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara media sosial, identitas keagamaan, dan keikhlasan dalam kehidupan masyarakat Muslim kontemporer.

Penelitian ini memiliki nilai kebaruan karena mengintegrasikan perspektif sosiologi komunikasi Islam dengan nilai-nilai tasawuf dalam menjelaskan fenomena pencitraan kesalehan di media sosial. Pendekatan tersebut diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih utuh mengenai dampak budaya digital terhadap praktik keberagamaan sekaligus menawarkan solusi spiritual yang relevan dengan kondisi masyarakat saat ini. Selain memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi Islam, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan refleksi bagi pengguna media sosial agar lebih bijak dalam mengekspresikan identitas keagamaannya di ruang digital. Berdasarkan uraian tersebut, tujuan penelitian ini adalah menganalisis fenomena pencitraan kesalehan dan krisis keikhlasan di media sosial melalui perspektif tasawuf dan sosiologi komunikasi Islam serta menjelaskan bagaimana nilai-nilai tasawuf dapat menjadi kritik sekaligus solusi dalam menjaga autentisitas dan kualitas spiritual keberagamaan di era digital.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (library research). Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman dan analisis fenomena pencitraan kesalehan serta krisis keikhlasan di media sosial melalui perspektif tasawuf dan sosiologi komunikasi Islam. Melalui pendekatan kualitatif, peneliti dapat mengkaji berbagai konsep, teori, dan hasil penelitian terdahulu secara mendalam untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai fenomena yang diteliti.

Objek penelitian ini adalah fenomena pencitraan kesalehan (*religious self-image*) yang muncul dalam penggunaan media sosial, khususnya pada platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, dan media digital lainnya. Kajian juga difokuskan pada bagaimana media sosial memengaruhi orientasi spiritual masyarakat Muslim serta bagaimana konsep-konsep tasawuf seperti ikhlas, tazkiyatun nafs, dan muhasabah dapat digunakan untuk memahami dan merespons fenomena tersebut.

Data penelitian diperoleh melalui studi dokumentasi dengan menelaah berbagai sumber yang relevan, seperti buku, artikel ilmiah, jurnal nasional dan internasional, prosiding, serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan religiusitas digital, komunikasi Islam, media sosial, dan tasawuf. Pemilihan sumber dilakukan secara purposif dengan mempertimbangkan relevansi, kredibilitas, dan keterkaitan dengan fokus penelitian.

Teknik analisis data menggunakan analisis isi (content analysis) dan analisis deskriptif-kritis. Analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang berkaitan dengan pencitraan kesalehan, krisis keikhlasan, dan religiusitas digital. Selanjutnya, analisis deskriptif-kritis dilakukan untuk menghubungkan temuan-temuan tersebut dengan teori sosiologi komunikasi dan konsep tasawuf sehingga diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika keberagamaan masyarakat Muslim di era digital.

Adapun tahapan penelitian dilakukan secara sistematis, dimulai dari identifikasi fenomena dan perumusan masalah, pengumpulan sumber pustaka yang relevan, pengelompokan dan seleksi data, analisis berdasarkan perspektif sosiologi komunikasi Islam dan tasawuf, hingga penarikan kesimpulan. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena religiusitas digital secara lebih mendalam, tidak hanya dari sisi komunikasi dan budaya media, tetapi juga dari dimensi spiritual yang menjadi fokus utama kajian tasawuf. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan analisis yang komprehensif mengenai hubungan antara media sosial, pencitraan kesalehan, dan keikhlasan dalam kehidupan masyarakat Muslim kontemporer.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Transformasi Religiusitas dalam Ruang Digital

Penelitian ini menemukan bahwa media sosial telah mengubah cara masyarakat Muslim mengekspresikan dan memaknai keberagamaannya. Jika pada masa sebelumnya praktik religius lebih banyak berlangsung dalam ruang privat atau komunitas terbatas, saat ini aktivitas keagamaan semakin sering ditampilkan di ruang publik digital (Tapotubun & Rahmah, 2021). Fenomena ini terlihat dari meningkatnya penggunaan media sosial untuk membagikan dokumentasi ibadah, kegiatan dakwah, aktivitas sosial-keagamaan, hingga refleksi spiritual pribadi.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak lagi sekadar menjadi sarana komunikasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang pembentukan identitas religius (Jannah, Miftahul, & Dkk, 2025). Dalam konteks ini, keberagamaan tidak hanya dipraktikkan sebagai hubungan antara individu dengan Tuhan, melainkan juga menjadi bagian dari representasi diri di hadapan audiens digital. Hasil ini sejalan dengan tujuan penelitian yang ingin memahami bagaimana media sosial membentuk pola representasi kesalehan dalam masyarakat Muslim kontemporer.

Secara ilmiah, fenomena tersebut dapat dipahami sebagai konsekuensi logis dari karakter media digital yang menekankan keterbukaan, interaktivitas, dan visibilitas. Setiap individu memiliki kesempatan untuk menampilkan aktivitas pribadinya kepada publik tanpa batas geografis. Akibatnya, aktivitas keagamaan yang sebelumnya bersifat personal kini lebih mudah menjadi konsumsi publik (Campbell & Tsuria, 2021). Kondisi ini berbeda dengan pola keberagamaan pada era sebelumnya yang lebih banyak dibentuk oleh interaksi langsung melalui masjid, pesantren, atau majelis taklim.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa transformasi religiusitas digital memiliki dua sisi yang saling bertentangan. Di satu sisi, media sosial memperluas akses terhadap pengetahuan agama dan memudahkan penyebaran dakwah. Namun di sisi lain, media sosial menciptakan budaya kompetisi simbolik yang mendorong individu untuk menampilkan identitas religius secara lebih intens. Dengan demikian, media digital tidak hanya menjadi media penyebaran agama, tetapi juga menjadi arena produksi dan reproduksi identitas keagamaan (Ergen, 2023).

B. Pencitraan Kesalehan sebagai Bentuk Identitas Sosial Digital

Salah satu temuan utama penelitian ini adalah munculnya fenomena pencitraan kesalehan (religious self-image) sebagai bentuk identitas sosial digital. Individu tidak hanya menggunakan media sosial untuk berkomunikasi, tetapi juga untuk membangun citra diri sebagai pribadi yang religius (Maharani, 2026). Hal ini terlihat dari penggunaan simbol-simbol agama, dokumentasi aktivitas ibadah, unggahan kajian keislaman, serta berbagai bentuk ekspresi religius lainnya.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya melihat fenomena ini sebagai bentuk ekspresi keberagamaan modern, penelitian ini menunjukkan bahwa pencitraan kesalehan juga berkaitan erat dengan kebutuhan memperoleh legitimasi sosial. Dalam ruang digital, identitas religius sering kali menjadi sumber modal sosial yang dapat meningkatkan penerimaan dan pengakuan dari lingkungan virtual.

Fenomena tersebut dapat dijelaskan melalui teori dramaturgi yang memandang kehidupan sosial sebagai sebuah panggung pertunjukan (Suneki & Haryono, 2012). Media sosial menyediakan ruang bagi individu untuk menampilkan versi terbaik dirinya kepada publik. Dalam konteks religiusitas digital, kesalehan menjadi salah satu identitas yang sering ditampilkan karena memiliki nilai sosial yang positif. Pengguna media sosial cenderung memilih konten yang mampu memperkuat citra dirinya sebagai individu yang bermoral, religius, dan dekat dengan nilai-nilai agama.

Temuan ini menunjukkan bahwa kesalehan di era digital tidak hanya memiliki dimensi spiritual, tetapi juga dimensi sosial. Identitas religius menjadi bagian dari strategi presentasi diri yang digunakan untuk memperoleh penerimaan sosial. Oleh karena itu, pencitraan kesalehan tidak dapat dipahami semata-mata sebagai persoalan agama, melainkan juga sebagai fenomena komunikasi sosial yang dipengaruhi oleh karakteristik media digital.

C. Krisis Keikhlasan dan Munculnya Riya' Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin terbukanya ruang ekspresi keagamaan di media sosial berpotensi memunculkan krisis keikhlasan. Aktivitas religius yang dipublikasikan secara terus-menerus dapat menggeser orientasi ibadah dari hubungan spiritual dengan Tuhan menuju pencarian pengakuan sosial dari audiens digital.

Fenomena ini tampak dari adanya kecenderungan sebagian pengguna media sosial untuk mengukur keberhasilan unggahan religius melalui jumlah likes, komentar, dan pengikut yang diperoleh. Penghargaan simbolik tersebut secara tidak langsung menjadi bentuk validasi sosial yang memengaruhi perilaku pengguna dalam menampilkan aktivitas keagamaannya (Papacharissi, 2010).

Secara teoritis, kondisi ini dapat dipahami sebagai bentuk baru riya' yang berkembang dalam budaya digital. Jika pada konteks tradisional riya' terjadi ketika seseorang memperlihatkan amal kepada orang lain secara langsung, maka pada era digital riya' dapat berlangsung melalui unggahan, video, foto, maupun berbagai bentuk konten yang disebarluaskan kepada audiens virtual (Daud, Muthalib, & Djuned, 2017). Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan istilah riya' digital untuk menjelaskan transformasi perilaku tersebut.

Temuan ini memperlihatkan adanya pergeseran orientasi spiritual yang cukup signifikan. Keberagamaan tidak lagi sepenuhnya didorong oleh kebutuhan mendekatkan

diri kepada Tuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh kebutuhan memperoleh pengakuan sosial. Dalam kondisi tertentu, batas antara dakwah, berbagi inspirasi, dan pencitraan diri menjadi semakin sulit dibedakan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa persoalan utama dalam praktik keberagamaan di media sosial bukan terletak pada aktivitas mempublikasikan ibadah atau konten keagamaan, melainkan pada orientasi dan motivasi yang melatarbelakanginya. Pergeseran orientasi dari upaya mendekatkan diri kepada Allah Swt. menuju pencarian pengakuan dan validasi sosial berpotensi memunculkan *riya'* dalam bentuk yang lebih kompleks di ruang digital. Dalam perspektif tasawuf, kondisi tersebut menunjukkan pentingnya menjaga keikhlasan sebagai landasan utama dalam setiap amal, karena nilai suatu ibadah tidak hanya ditentukan oleh bentuk lahiriahnya, tetapi juga oleh kemurnian niat dan kebersihan hati pelakunya. Oleh sebab itu, pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah maupun berbagi inspirasi keagamaan perlu selalu disertai dengan muhasabah agar setiap aktivitas yang dilakukan tetap berorientasi pada rida Allah Swt. dan tidak bergeser menjadi sarana membangun citra diri di hadapan publik.

D. Hiperrealitas Spiritual dalam Budaya Media Sosial

Temuan penelitian menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya mengubah cara individu mengekspresikan keberagamaannya, tetapi juga membentuk realitas baru mengenai bagaimana kesalehan dipersepsikan oleh masyarakat. Dalam ruang digital, berbagai aktivitas keagamaan dapat direpresentasikan melalui foto, video, maupun narasi yang disusun sedemikian rupa sehingga membentuk citra religius tertentu. Kondisi tersebut mendorong lahirnya hiperrealitas spiritual, yaitu keadaan ketika representasi kesalehan yang ditampilkan di media menjadi lebih dominan daripada realitas spiritual yang sesungguhnya. Akibatnya, batas antara ekspresi keberagamaan yang autentik dan pencitraan kesalehan menjadi semakin sulit dibedakan oleh audiens digital (Baudrillard, 1994).

Masyarakat digital cenderung menilai tingkat religiusitas seseorang berdasarkan apa yang terlihat di layar, seperti cara berpakaian, frekuensi unggahan dakwah, dokumentasi ibadah, atau aktivitas sosial-keagamaan yang dipublikasikan. Akibatnya, simbol dan citra religius menjadi indikator utama dalam menilai kesalehan seseorang. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah mengubah mekanisme pembentukan persepsi keagamaan. Pada masa sebelumnya, religiusitas lebih banyak dinilai melalui interaksi langsung dan perilaku nyata dalam kehidupan sehari-hari. Namun, dalam era digital, citra yang dibangun melalui media sering kali menjadi dasar utama penilaian publik.

Interpretasi ilmiah dari temuan ini menunjukkan bahwa budaya visual memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap pembentukan realitas sosial. Masyarakat lebih mudah mempercayai apa yang tampak dibanding memahami proses spiritual yang bersifat internal dan tidak dapat diamati secara langsung. Akibatnya, kesalehan sering kali direduksi menjadi simbol-simbol visual yang mudah dipertontonkan dan dikonsumsi oleh publik (Campbell & Tsuria, 2021). Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi ruang komunikasi, tetapi juga menjadi ruang produksi makna yang membentuk cara masyarakat memahami religiusitas.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa hiperrealitas spiritual tidak hanya berkaitan dengan komodifikasi simbol-simbol agama, tetapi juga membentuk realitas baru yang

berpotensi mengaburkan batas antara kesalehan yang autentik dan kesalehan yang dibangun melalui representasi digital. Dalam kondisi demikian, masyarakat lebih mudah memberikan penilaian berdasarkan citra yang ditampilkan daripada menilai dimensi spiritual yang bersifat personal dan hanya diketahui oleh individu serta Allah Swt. Oleh karena itu, media sosial tidak hanya mengubah cara keberagamaan diekspresikan, tetapi juga mengubah cara kesalehan dipersepsi dan dimaknai dalam kehidupan masyarakat kontemporer.

E. Tasawuf sebagai Kritik terhadap Budaya Pencitraan Kesalehan

Berdasarkan analisis yang dilakukan, penelitian ini menemukan bahwa tasawuf memiliki relevansi yang sangat kuat dalam menjelaskan sekaligus mengkritik fenomena pencitraan kesalehan di media sosial. Berbeda dengan pendekatan komunikasi yang lebih fokus pada aspek representasi dan interaksi sosial, tasawuf memberikan perhatian pada dimensi batiniah manusia (Colby, 2005).

Dalam perspektif tasawuf, kualitas suatu amal tidak hanya ditentukan oleh tindakan lahiriahnya, tetapi juga oleh niat yang melatarbelakanginya. Oleh karena itu, fokus utama tasawuf bukan pada apa yang ditampilkan, melainkan mengapa sesuatu dilakukan. Pendekatan ini memberikan sudut pandang yang berbeda dalam memahami fenomena religiusitas digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep ikhlas menjadi kritik paling mendasar terhadap budaya pencitraan kesalehan. Keikhlasan mengharuskan seseorang memurnikan tujuan ibadah hanya kepada Allah tanpa mengharapkan pujian atau pengakuan manusia. Dalam konteks media sosial, prinsip ini menjadi semakin penting karena budaya digital secara alami mendorong pengguna untuk mencari perhatian dan validasi sosial.

Selain itu, konsep tazkiyatun nafs memberikan kerangka untuk memahami pentingnya pengendalian diri dalam penggunaan media sosial. Penyucian jiwa tidak hanya berkaitan dengan ritual spiritual, tetapi juga kemampuan mengendalikan dorongan untuk memperoleh popularitas, pujian, dan pengakuan publik (Khusnadin & Shihab, 2025). Dengan demikian, tasawuf tidak sekadar menjadi ajaran spiritual klasik, tetapi memiliki relevansi praktis dalam menghadapi tantangan kehidupan digital modern.

F. Relevansi Tasawuf dalam Membangun Komunikasi Islam yang Autentik

Temuan terakhir penelitian ini menunjukkan bahwa tasawuf dapat menjadi fondasi penting bagi pengembangan komunikasi Islam yang lebih autentik di era digital. Komunikasi Islam tidak cukup hanya menekankan efektivitas penyampaian pesan, tetapi juga harus memperhatikan etika, niat, dan tanggung jawab spiritual dari komunikator. Media sosial pada dasarnya merupakan instrumen yang netral. Dampak positif maupun negatifnya sangat bergantung pada cara manusia menggunakannya. Oleh karena itu, solusi terhadap fenomena pencitraan kesalehan bukanlah menjauhi media sosial, melainkan membangun kesadaran spiritual dalam penggunaannya (Kamali, 2015).

Konsep muhasabah menjadi salah satu pendekatan yang relevan dalam konteks ini. Muhasabah mendorong individu untuk secara terus-menerus mengevaluasi motif, tujuan, dan dampak dari aktivitas digital yang dilakukan. Melalui proses refleksi tersebut, seseorang dapat lebih mampu membedakan antara dakwah yang tulus dan aktivitas yang didorong oleh kebutuhan memperoleh pengakuan sosial (Khusnadin & Shihab, 2025).

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena pencitraan kesalehan dan krisis keikhlasan di media sosial tidak dapat dipahami hanya sebagai persoalan komunikasi atau budaya digital. Fenomena tersebut juga merupakan persoalan spiritual yang berkaitan dengan orientasi batin manusia. Oleh karena itu, integrasi antara perspektif sosiologi komunikasi Islam dan tasawuf menjadi kontribusi penting penelitian ini. Pendekatan tersebut mampu menjelaskan bahwa media sosial tidak hanya mengubah cara manusia berkomunikasi, tetapi juga memengaruhi cara manusia memaknai agama, membangun identitas religius, dan menjaga keikhlasan dalam kehidupan modern.

4. SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial telah mengubah cara masyarakat Muslim menampilkan identitas keagamaannya, sehingga memunculkan fenomena pencitraan kesalehan yang berpotensi menggeser orientasi ibadah dari keikhlasan menuju pengakuan sosial. Temuan ini memperkaya kajian sosiologi komunikasi Islam dengan menghadirkan perspektif tasawuf sebagai pendekatan yang mampu menjelaskan dimensi spiritual di balik perilaku digital. Konsep ikhlas, tazkiyatun nafs, dan muhasabah terbukti relevan sebagai landasan etis dalam menjaga autentisitas keberagamaan di era digital. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji pengalaman pengguna media sosial secara langsung melalui penelitian lapangan untuk memperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai dinamika keikhlasan dalam praktik religius digital.

REFERENCES

- Anbiya, A. Z. (2023). Tazkiyatun Nafs dalam Mengembalikan Fitrah Manusia Modern. *Islamic Counseling: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, Vol. 7, No. 1, 55-70.
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and Simulation*. Diterjemahkan oleh Sheila Faria Glaser. University of Michigan Press.
- Campbell, H. A., & Tsuria, R. (2021). *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*. Ed ke-2. Routledge.
- Colby, F. S. (2005). Review of Sufism: A Short Introduction, by William C. Chittick. *International Journal of Middle East Studies*, Vol. 37, No. 1, 118-120.
- Daud, M. H., Muthalib, S. A., & Djuned, M. (2017). Konsep Ikhlas dalam Al-Qur'an. *TAFSE: Journal of Qur'anic Studies*, Vol. 2, No. 2, 180-197.
- Ergen, Y. (2023). Framing the Study of Digital Religion: Waves of Academic Research, Theoretical Approaches and Themes. *Journal of Media and Religion Studies*, Vol. 6, No. 2, 137-166.
- Hartati, S. (2018). Tazkiyatun Nafs as an Effort to Reduce Premarital Sexual Behavior of Adolescents. *Islamic Guidance and Counseling Journal*, Vol. 1, No. 1, 33-44.
- Indriyani, P. I., & Khaliq. (2023). Transformation of Islamic Religious Practices in the Digital Era: Opportunities and Challenges for Contemporary Da'wa. *Jurnal Dakwah*, Vol. 24, No. 2, 175-192.
- Jannah, Miftahul, & Dkk. (2025). Media Sosial dan Pembentukan Religiusitas Generasi Z: Meta-Analisis. *An-Nur: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, Vol. 1, No. 1, 20-40.
- Kamali, M. H. (2015). *The Middle Path of Moderation in Islam: The Qur'anic Principle of Wasatiyah*. Oxford University Press.
- Khusnadin, M. H., & Shihab, M. F. (2025). Al-Ghazali's Concept of Tazkiyatun Nafs as a Method in Moral Education. *OASIS: Jurnal Ilmiah Kajian Islam*, Vol. 9, No. 2, 151-163.
- Maharani, N. A. (2026). Personal Branding Islami di Era Digital: Analisis Konstruksi Identitas Generasi Z di Media Sosial. *Qolumuna: Keislaman, Pendidikan, Literasi dan Humaniora*, Vol. 3, No. 1, 47-54.

- Marei, F. G. (2024). God's Influencers: How Social Media Users Shape Religion and Pious Self-Fashioning. *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, Vol. 13, No. 2, 181-195.
- Muthalib, S. A. (2017). Konsep Ikhlas dalam Al-Qur'an. *TAFSE: Journal of Qur'anic Studies*, Vol. 2, No. 2, 180-197.
- Papacharissi, Z. (2010). *A Network Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. Routledge.
- Putrawansyah, H. (2024). Strategi Komunikasi Dakwah di Media Sosial: Pendekatan Interaktif dan Partisipatif. *Jurnal Komunikasi Islam*, Vol. 5, No. 1, 45-60.
- Rachmad, R. N., & Rohmah, Z. (2022). Expressive Acts Constructing Religious Identity among Indonesian Muslim Influencers on Instagram. *NOBEL: Journal of Literature and Language Teaching*, Vol. 13, No. 2, 175-192.
- Rudi, M. (2025). Visualisasi Kesalehan Komunitas dan Komodifikasi Agama dalam Instagram Hijrah Fest. *QAULAN: Journal of Islamic Communication*, Vol. 6, No. 1, 81-98.
- Shorfana, M. R. (2025). Konsep Ikhlas Al-Ghazali: Analisis Fenomena Dokumentasi Amal Sosial di Era Digital. *Al-Hikmah: Jurnal Tarbiyah dan Ilmu Keguruan*, Vol. 2, No. 2, 101-115.
- Sito, R. H., & Hakiem, N. (2025). Mediatization and Hypermediatition in Digital Religion and the Transformation of Indonesian Muslim Religious Practices Through Social Media Usage. *Jurnal Sosiologi Agama*, Vol. 18, No. 2, 133-150.
- Suneki, S., & Haryono. (2012). Paradigma Teori Dramaturgi Terhadap Kehidupan Sosial. *Civis: Jurnal Ilmiah Sosial dan Pendidikan*, Vol. 2, No. 2, 1-15.
- Tapotubun, H. H., & Rahmah, H. (2021). Religiusitas Digital dan Dimensi Perlawanan Milenial dalam Ruang Online. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, Vol. 15, No. 2, 298-317.
- Zailani, M. R., & Ulinnuha, R. (2023). Komodifikasi Agama sebagai Identitas Kesalehan Sosial. *Jurnal Riset Agama*, Vol. 3, No. 1, 248-265.