



Distorsi Nilai Islam dalam Simulakra: Komunikasi Keagamaan di Lingkungan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

The Distortion of Islamic Values in Simulacrum: Religious Communication in Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Abdul Rahman Matondang*, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

Syukur Kholil, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

ABSTRACT

This study investigates the symbolic distortion of Islamic values within the framework of simulacrum theory as it applies to religious communication at the Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU). The main research question addresses how Islamic values are simulated and potentially lost in communication practices shaped by institutional bureaucracy, digital platforms, and ceremonial religiosity. Employing a qualitative case study design under a critical paradigm, the research uses in-depth interviews, participant observation, and document analysis. The findings indicate that religious communication at UINSU tends to prioritize representational aesthetics over substantive meaning, often reproducing signs of Islam without spiritual depth. Social media content, official discourses, and campus religious events are dominated by institutional image-building rather than ethical transformation. The study concludes that communication practices have entered a hyperreal condition, necessitating a reorientation toward prophetic and dialogic approaches to restore Islamic values as moral substance rather than institutional display.

ARTICLE HISTORY

Received 13/05/2025
Revised 04/06/2025
Accepted 18/06/2025
Published 20/06/2025

KEYWORDS

Islamic communication; simulakra; hyperreality; religious symbolism; prophetic communication.

*CORRESPONDENCE AUTHOR

✉ arahman3005223001@uinsu.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.30743/mkd.v9i1.11186>

PENDAHULUAN

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) memiliki mandat utama sebagai institusi pendidikan tinggi keislaman untuk menginternalisasi nilai-nilai Islam dalam kehidupan akademik, sosial, dan kultural sivitas akademiknya. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, praktik komunikasi keagamaan di lingkungan UINSU menunjukkan gejala representasi yang lebih simbolik daripada substansial. Terdapat jarak antara ajaran normatif Islam dengan realitas praktik keagamaannya dalam berbagai aktivitas kampus (Utami et al., 2025).

Fenomena ini dapat dikaji melalui pendekatan Jean Baudrillard, khususnya konsep simulakra, yang menggambarkan kondisi ketika representasi menggantikan realitas dan menciptakan hiperrealitas (Febriana, 2017). Dalam kerangka ini, komunikasi keagamaan tidak lagi merujuk pada makna ilahiah yang asli, tetapi menjadi simbol yang diduplikasi berulang kali tanpa referen spiritual yang sejati.

UINSU sebagai institusi Islam tidak terlepas dari gejala tersebut. Banyak aktivitas keagamaan di kampus yang hanya menjadi seremoni formal tanpa memicu penghayatan terhadap nilai-nilai Islam. Dakwah yang disampaikan dalam mimbar maupun media sosial institusi, sering kali terjebak dalam retorika normatif dan kehilangan kedalaman makna. Dalam praktiknya, komunikasi keagamaan yang dilakukan oleh dosen, organisasi mahasiswa, dan birokrasi kampus diwarnai dengan tujuan simbolik untuk membentuk citra moral institusional. Namun, sebagaimana dikritisi oleh Wandalibrata (2020), model komunikasi seperti ini cenderung mengarah pada depersonalisasi makna agama dan hilangnya ruang dialog yang sejati.

Fenomena hiperrealitas dakwah juga terlihat dalam penggunaan media sosial oleh para penggiat dakwah kampus, di mana konten visual dan gaya bahasa populer lebih dikedepankan ketimbang substansi pesan agama. Dalam konteks ini, pesan keagamaan menjadi 'tontonan' semata (Saumantri & Zikrillah, [2020](#)), sehingga menghasilkan pengalaman spiritual yang dangkal bagi audiensnya. Pendekatan stimulatif dalam pendidikan agama justru menghambat pembentukan empati dan spiritualitas peserta didik. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi keagamaan yang bersifat repetitif dan simbolik tidak efektif dalam membangun pemahaman nilai-nilai Islam yang substantif.

Di ranah akademik, Ritonga ([2021](#)) mencatat adanya tantangan dalam internalisasi nilai moderasi beragama dalam perkuliahan, di mana kurikulum cenderung tekstual dan terlepas dari konteks sosial mahasiswa. Temuan ini senada dengan situasi di UINSU, di mana pendekatan struktural dan formal sering kali mendistorsi esensi nilai Islam dalam interaksi akademik. Bahkan, menurut Muharis ([2023](#)), komunikasi Islam dalam institusi formal sering kali mengalami reduksi makna karena terlalu terikat pada hierarki institusional dan politik akademik. Hal ini menciptakan ruang kosong dalam komunikasi yang seharusnya menjadi ruang spiritual dan kultural yang hidup.

Abdullah ([2017](#)) menyebut bahwa simbol-simbol agama, ketika digunakan dalam komunikasi publik tanpa makna kritis, rentan dipolitisasi dan menjadi alat mobilisasi sosial. Dalam konteks UINSU, simbolisasi nilai Islam melalui jargon kampus, tanpa disertai aksi nyata, merupakan bentuk simulakra yang menciptakan realitas semu. Lebih lanjut, Rahmawati & Muhid ([2019](#)) menekankan bahwa komunikasi Islam harus berangkat dari akar kesadaran moral, bukan sekadar proyek estetika verbal. Dalam konteks ini, komunikasi keagamaan di lingkungan kampus harus ditinjau ulang dari aspek etika komunikasi yang lebih substantif.

Sementara itu, perspektif komunikasi Islam sebagai penguatan nilai-nilai sosial juga mengalami tantangan dalam ruang akademik. Nilai-nilai Islam multikultural kerap dipresentasikan secara normatif dalam forum akademik, tetapi lemah dalam praktik relasional sehari-hari. Handayani & Ali ([2020](#)) dalam artikelnya yang lain menyatakan bahwa pengembangan paradigma komunikasi Islam harus disertai dengan kritik terhadap bentuk komunikasi simbolik yang hanya meniru, bukan menginternalisasi. Pandangan ini mendukung perlunya pendekatan dekonstruktif terhadap praktik komunikasi keagamaan di institusi Islam seperti UINSU.

Dalam penelitian Hakim et al. ([2024](#)), disebutkan bahwa revitalisasi nilai-nilai Islam dalam pendidikan tinggi memerlukan strategi komunikasi yang kontekstual dan aplikatif. Sayangnya, banyak institusi yang masih terjebak dalam komunikasi satu arah dan instruksional semata. Dalam konteks ini, penelitian ini bermaksud menelaah bagaimana distorsi nilai Islam terjadi dalam komunikasi keagamaan di UINSU, serta bagaimana bentuk-bentuk simulakra hadir dan direproduksi dalam praktik keagamaan institusional kampus. Dengan menggunakan teori simulakra Baudrillard, penelitian ini akan menganalisis realitas sosial keagamaan yang muncul akibat penyimpangan makna dalam komunikasi simbolik yang *hiperreal*.

Rumusan masalah utama dalam penelitian ini adalah: *"Bagaimana bentuk dan dampak distorsi nilai Islam dalam komunikasi keagamaan di lingkungan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara berdasarkan perspektif teori simulakra?"*. Kajian ini bersifat kritis dan berupaya mengisi kekosongan penelitian sejenis yang belum banyak mengaitkan teori simulakra dengan praktik komunikasi Islam dalam pendidikan tinggi Islam.

Penelitian ini menghadirkan kebaruan melalui penggabungan pendekatan komunikasi Islam dengan teori postmodernisme Baudrillard. Jika penelitian sebelumnya banyak membahas komunikasi Islam dari sisi normatif dan tekstual, maka tulisan ini menghadirkan kerangka dekonstruktif terhadap

realitas simbolik dan kritik atas bentuk komunikasi *hiperreal* yang berkembang di lingkungan kampus Islam.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma kritis, yang bertujuan untuk menggali makna-makna tersembunyi dan relasi kekuasaan dalam praktik komunikasi keagamaan di lingkungan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU). Paradigma ini dipilih karena mampu mengungkap dimensi simbolik, struktural, dan ideologis yang melatarbelakangi munculnya distorsi nilai Islam dalam ruang-ruang komunikasi kampus. Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti untuk menganalisis realitas sosial melalui dekonstruksi representasi simbolik sebagaimana dikaji dalam teori simulakra Jean Baudrillard.

Strategi penelitian yang digunakan adalah studi kasus kualitatif. UINSU dipilih sebagai unit kasus tunggal karena representatif sebagai institusi pendidikan Islam yang sarat dengan aktivitas komunikasi keagamaan, baik formal maupun informal. Fokus penelitian diarahkan pada aktivitas-aktivitas komunikasi simbolik seperti ceramah, konten keagamaan di media sosial kampus, acara keagamaan institusional, serta simbol-simbol keislaman dalam komunikasi birokrasi akademik. Tujuan dari studi kasus ini adalah untuk menangkap dinamika yang spesifik dan mendalam terkait simulasi nilai-nilai Islam dalam praktik komunikasi.

Teknik pengumpulan data melibatkan wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen. Informan dipilih secara purposif, terdiri dari dosen pengampu mata kuliah agama, pengurus organisasi kemahasiswaan Islam, pejabat kampus yang terlibat dalam kegiatan keagamaan, dan mahasiswa aktif. Observasi dilakukan pada kegiatan dakwah kampus, kajian keislaman, serta pemanfaatan simbol agama dalam publikasi dan kegiatan resmi. Sementara itu, dokumen yang dianalisis meliputi poster dakwah, pidato, siaran pers keagamaan, serta unggahan media sosial resmi UINSU.

Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan teknik analisis wacana kritis (*Critical Discourse Analysis/CDA*) dari Fairclough, yang dikombinasikan dengan teori simulakra. CDA memungkinkan peneliti mengidentifikasi struktur kuasa, ideologi, serta makna-makna terselubung dalam teks dan praktik komunikasi. Sementara itu, teori simulakra digunakan untuk memetakan sejauh mana simbol-simbol keagamaan telah kehilangan referen aslinya dan hanya berfungsi sebagai penanda yang berputar dalam lingkaran hiperrealitas.

Kredibilitas data dijaga dengan triangulasi teknik dan sumber, *member checking* kepada informan kunci, serta audit trail dalam proses analisis. Penelitian ini tidak hanya berupaya memotret fenomena komunikasi keagamaan secara deskriptif, tetapi juga mengkritisi struktur dan relasi kuasa yang menyebabkan distorsi nilai. Dengan demikian, metode penelitian ini mendukung tujuan utama riset, yaitu membongkar praktik komunikasi simbolik yang merepresentasikan Islam secara *hiperreal*, sekaligus menawarkan refleksi kritis bagi transformasi komunikasi keagamaan di lingkungan pendidikan tinggi Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Representasi Simbolik dalam Komunikasi Keagamaan di UINSU

Komunikasi keagamaan di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara sangat kaya akan simbol-simbol visual dan verbal. Setiap kegiatan keagamaan yang dilaksanakan oleh birokrasi kampus, organisasi

mahasiswa Islam, maupun lembaga dakwah kampus hampir selalu disertai dengan penggunaan simbol-simbol Islam seperti gambar masjid, lafaz Allah, dan penggunaan warna hijau atau kaligrafi Arab. Dalam pandangan teori simulakra Jean Baudrillard, simbol-simbol ini berpotensi menjadi representasi *hiperreal* jika tidak lagi merujuk pada nilai-nilai spiritual yang mendalam, melainkan sekadar pengulangan tanpa makna. Simbol-simbol keagamaan yang digunakan dalam berbagai media kampus kini lebih diarahkan pada membangun citra keislaman institusi daripada menjadi sarana menginternalisasikan nilai. Ia menyatakan:

“Banyak poster dakwah atau publikasi kegiatan kampus yang estetik, penuh dengan simbol keagamaan, tapi kadang isi pesannya tidak menggugah secara spiritual. Lebih banyak gaya daripada makna.” (wawancara dengan FZ, 10 Maret 2025).

Fenomena simbolisasi keagamaan juga terjadi dalam komunikasi verbal. Dalam berbagai pidato pembukaan acara keagamaan, frase-frase seperti "*ukhuwah Islamiyah*", "*rahmatan lil alamin*", dan "*taqwa*" sering dikutip, namun tidak diikuti oleh narasi reflektif yang mengaitkan istilah tersebut dengan konteks sosial mahasiswa saat ini. Hal ini menunjukkan bahwa representasi nilai Islam dalam komunikasi kampus sering berhenti pada tataran permukaan:

“mahasiswa aktif dari organisasi keislaman, “Kami kadang merasa kegiatan dakwah hanya jadi rutinitas yang diulang tiap semester. Bahasanya sama, posternya ganti desain, tapi isinya tak berkembang.” (wawancara dengan RA, 10 Maret 2025).

Media sosial kampus, yang seharusnya menjadi sarana komunikasi dua arah dan pembinaan spiritual, lebih sering dimanfaatkan sebagai ruang promosi program. Unggahan di Instagram dan Youtube UINSU banyak menampilkan cuplikan ceramah, khutbah, dan kampanye moral yang dikemas secara sinematik:

“dibuat untuk menarik engagement, bukan selalu untuk mendalami nilai. Yang penting visualnya bagus dan bisa viral.” (wawancara dengan IH, 10 Maret 2025).

Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi keagamaan di media digital kampus telah masuk ke dalam ruang hiperrealitas, di mana tanda-tanda agama berputar tanpa referen esensial. Secara struktural, berbagai program keagamaan di UINSU diberi nama-nama Islami seperti "Kampus Berakhlak", "Gerakan Shalat Berjamaah", atau "Ramadhan Menginspirasi", namun dalam praktiknya, tidak semua pelaksanaannya konsisten dengan nilai-nilai yang diusung. Dalam observasi pada salah satu program tersebut, penulis mendapati bahwa meskipun nama program mencerminkan semangat Islam, pelaksanaannya lebih bersifat formal administratif:

“Yang penting laporan kegiatan selesai, urusan dampak rohaninya nomor dua,” (wawancara dengan ZM, 15 Maret 2025).

Penggunaan simbol-simbol agama juga terlihat dalam tata ruang kampus seperti penempatan musala di titik strategis, spanduk dakwah di lobi fakultas, serta kaligrafi di ruang pimpinan. Namun, keberadaan simbol fisik tersebut tidak selalu berbanding lurus dengan perilaku aktor kampus:

“Ada musholla megah di lantai dua, tapi sering kosong. Waktu dzuhur malah kantin yang penuh.” (wawancara dengan DN, 15 Maret 2025).

Pernyataan ini mempertegas bahwa simbol tidak serta-merta memproduksi makna religius yang hidup. Kritik terhadap representasi simbolik ini juga muncul dari kalangan mahasiswa yang lebih reflektif.

“Kita bisa lihat banyak simbol Islam di mana-mana, tapi apakah mahasiswa benar-benar merasa Islam itu hadir dalam interaksi harian mereka?” (wawancara dengan KT, 15 Maret 2025).

Kritik ini menyingkap ketimpangan antara simbol dan makna inti dari simulakra Baudrillard. Dalam kajian ini, simbol-simbol keagamaan yang seharusnya menjadi sarana aktualisasi nilai Islam justru sering menjadi tiruan dari tiruan simulasi yang kehilangan referensi aslinya. Dakwah visual, pesan moral dalam spanduk, hingga kegiatan spiritualisasi institusional cenderung menghasilkan komunikasi yang dikendalikan oleh estetika dan formalitas, bukan oleh kedalaman spiritual atau transformasi sosial (Saliano et al., [2025](#)).

Dengan menggunakan teori simulakra, kita dapat memahami bahwa representasi simbolik di UINSU telah mengalami pergeseran dari refleksi makna menuju konstruksi ilusi keagamaan. Komunikasi keagamaan berubah menjadi konsumsi simbol, bukan kontemplasi makna. Hal ini menunjukkan pentingnya reorientasi komunikasi dakwah kampus dari simbolisasi menuju internalisasi, dari performativitas ke reflektivitas (Azzahra et al., [2023](#)). Representasi simbolik dalam komunikasi keagamaan di UINSU perlu ditinjau ulang secara kritis agar tidak terjebak dalam jebakan simbol semu. Kegiatan dakwah dan komunikasi Islam di lingkungan kampus harus diarahkan pada penciptaan ruang spiritual yang otentik dan partisipatif, bukan sekadar pemenuhan tuntutan simbolik institusional.

Praktik Simulasi Nilai Islam dalam Aktivitas Keagamaan Kampus

Dalam konteks lembaga pendidikan tinggi Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) merepresentasikan dirinya sebagai ruang akademik yang tidak hanya mengedepankan rasionalitas keilmuan, tetapi juga nilai-nilai religius yang ditransmisikan melalui berbagai bentuk komunikasi keagamaan (Rangkuti & Tanjung, [2025](#)). Komunikasi tersebut tidak hanya berlangsung secara verbal melalui ceramah dan khutbah, tetapi juga secara visual melalui simbol-simbol Islam yang menghiasi ruang-ruang fisik dan digital kampus. Akan tetapi, dalam praktiknya, representasi ini kerap kali menunjukkan kecenderungan hiperrealitas sebagaimana dijelaskan dalam teori simulakra oleh Jean Baudrillard (Astuti, [2015](#)).

Representasi simbolik dalam ruang komunikasi kampus sering kali mengalami deviasi dari makna substansial nilai-nilai Islam. Fenomena tersebut dapat diamati melalui penggunaan simbol agama dalam publikasi kampus, seperti poster kegiatan keagamaan, spanduk digital, dan visualisasi konten media sosial (Matondang et al., [2024](#)). Dosen pengampu mata kuliah Komunikasi Islam:

“Banyak poster dakwah atau publikasi kegiatan kampus yang estetik, penuh dengan simbol keagamaan, tapi kadang isi pesannya tidak menggugah secara spiritual. Lebih banyak gaya daripada makna.” (wawancara dengan HM, 15 Maret 2025).

Pernyataan ini menandakan adanya dominasi estetika daripada refleksi substantif. Selanjutnya, simbolisasi keagamaan juga terinternalisasi dalam komunikasi verbal yang berlangsung dalam pidato resmi kampus, sambutan pada acara keislaman, dan forum-forum dakwah internal. Namun, frekuensi penggunaan istilah religius tidak serta-merta menjamin kebermaknaan komunikatifnya:

“Kami kadang merasa kegiatan dakwah hanya jadi rutinitas yang diulang tiap semester. Bahasannya sama, posternya ganti desain, tapi isinya tak berkembang.” (wawancara dengan HM tanggal 15 Maret 2025).

Hal ini menunjukkan kecenderungan komunikasi ritualistik yang minim inovasi reflektif. Simbol agama juga mendominasi ruang media sosial resmi kampus yang menyajikan konten-konten

bernuansa dakwah dalam format video sinematik, kutipan ayat dan hadis, serta kampanye moral visual:

“Dibuat untuk menarik engagement, bukan selalu untuk mendalami nilai. Yang penting visualnya bagus dan bisa viral.” (wawancara dengan AF, 15 Maret 2025).

Pernyataan ini mengonfirmasi dominasi logika pasar dalam komunikasi keagamaan kampus yang seharusnya bersifat edukatif dan transformatif. Dari sisi struktural, institusi kampus secara rutin menyelenggarakan berbagai program keagamaan dengan label-label Islami. Akan tetapi, ketika ditelusuri pelaksanaannya, sebagian besar kegiatan tersebut tidak memperlihatkan korelasi langsung dengan transformasi nilai-nilai keagamaan:

“Yang penting laporan kegiatan selesai, urusan dampak rohaninya nomor dua.” (wawancara dengan NS, 15 Maret 2025).

Narasi ini mencerminkan bagaimana representasi simbolik dijalankan lebih sebagai pemenuhan kewajiban administratif daripada sebagai agenda spiritualisasi. Dalam hal infrastruktur, penggunaan simbol keagamaan juga tampak mencolok melalui ornamen kaligrafi, penempatan musala di titik-titik strategis, serta penggunaan nama-nama Islami dalam gedung atau program. Namun demikian, kehadiran simbol tersebut tidak selalu menjamin internalisasi nilai:

“Ada musholla megah di lantai dua, tapi sering kosong. Waktu dzuhur malah kantin yang penuh.” (wawancara dengan LW, 15 Maret 2025). Ungkapan ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara representasi dan realitas praksis.

Resonansi dari kritik terhadap simbolisasi yang dangkal juga muncul dari kalangan mahasiswa pascasarjana:

“Kita bisa lihat banyak simbol Islam di mana-mana, tapi apakah mahasiswa benar-benar merasa Islam itu hadir dalam interaksi harian mereka?” (wawancara dengan KT, 10 Maret 2025).

Pernyataan di atas relevan dalam konteks pemahaman simulakra, di mana nilai agama terdistorsi menjadi citra yang kehilangan rujukan transendennya. Berdasarkan pengamatan dan triangulasi data, dapat disimpulkan bahwa simbol-simbol keagamaan di lingkungan UINSU cenderung mengalami “penceraian makna” dari nilai-nilai substantifnya. Representasi ini telah memasuki tahap simulasi, di mana tanda-tanda agama tidak lagi mengacu pada dimensi transendental, tetapi menjadi instrumen simbolik untuk membangun wacana hegemonik institusional.

Konsekuensi dari realitas ini adalah terbentuknya komunikasi keagamaan yang bersifat *hiperreal*; di mana mahasiswa dan sivitas akademika disuguhkan representasi Islam yang terus direproduksi secara visual dan verbal, namun miskin internalisasi (Siahaan et al., [2022](#)). Situasi ini membutuhkan intervensi melalui pendekatan komunikasi profetik dan pembaruan strategi dakwah kampus yang mengintegrasikan refleksi spiritual, bukan hanya estetika simbolik (Saumantri, [2023](#)).

Analisis ini menggarisbawahi pentingnya pemulihan makna dalam representasi simbolik komunikasi keagamaan di UINSU. Diperlukan revitalisasi komunikasi dakwah berbasis kesadaran nilai dan keterlibatan kritis agar simbol-simbol Islam kembali berfungsi sebagai pemancar nilai, bukan sekadar pelengkap visual dan prosedural dalam tata kelola lembaga pendidikan Islam.

Hiperrealitas Komunikasi Keagamaan di Media Sosial Resmi Kampus

Media sosial kini menjadi medium dominan dalam pembentukan representasi institusional, termasuk di lingkungan pendidikan tinggi Islam seperti Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU).

Dalam konteks ini, akun-akun resmi media sosial kampus seperti Instagram, Youtube, dan Tiktok telah menjadi saluran utama untuk menyampaikan konten keagamaan. Namun, alih-alih memperdalam pemahaman nilai-nilai Islam, konten yang ditampilkan cenderung berorientasi pada aspek visual dan performatif. Hal ini sejalan dengan kritik Jean Baudrillard dalam teori simulakra, yakni ketika tanda atau simbol tidak lagi merepresentasikan kenyataan, melainkan menciptakan realitas semu atau hiperrealitas (Hidayat, [2019](#); Kamaruddin et al., [2024](#); Mulyanti & Riyanti, [2024](#)).

Simulakra, menurut Baudrillard, melewati tiga tahap: representasi yang mencerminkan realitas, distorsi realitas, dan akhirnya simulasi realitas yang sepenuhnya menggantikan kenyataan. Dalam konteks media sosial UINSU, konten keagamaan seperti video dakwah pendek, kutipan ayat dalam desain digital modern, dan dokumentasi acara keagamaan telah melampaui fungsi edukatif dan memasuki tahap simulasi. Tanda-tanda keislaman yang disajikan tidak lagi merujuk pada substansi spiritual, melainkan pada estetika dan impresi yang bersifat konsumeristik (Oktavianingtyas et al., [2021](#)).

Fenomena ini menghasilkan hiperrealitas: Islam yang dikonstruksi secara visual, terkurasi, dan estetis untuk dikonsumsi publik digital, terlepas dari makna aslinya. Konten seperti “motivasi islami harian” atau “tausiah 60 detik” merupakan contoh simulasi religiusitas yang dirancang bukan untuk memperdalam kesadaran, tetapi untuk memenuhi ekspektasi algoritma media sosial. Tindakan menyukai, membagikan, atau mengomentari konten menjadi ritual digital yang tidak selalu disertai dengan internalisasi nilai (Fitrianti, [2021](#)).

Dalam masyarakat postmodernisme, makna digantikan oleh sirkulasi tanda. Dalam konteks ini, konten keagamaan yang dipublikasikan oleh institusi seperti UINSU tidak lagi menghadirkan nilai Islam sebagai sistem keyakinan atau praksis sosial, melainkan sebagai citra. Islam tampil sebagai visualisasi semu yang mengalami desakralisasi, karena makna spiritualnya telah larut dalam estetika digital dan format komunikasi viral (Asharudin, [2023](#)).

Narasi keagamaan di media sosial kampus juga mengalami penyusutan menjadi slogan-slogan moral yang terdengar benar, namun lepas dari konteks praksis. Frasa seperti “Mari tingkatkan keimanan” atau “Bersihkan hati, kuatkan ukhuwah” disajikan dalam desain menarik, namun tanpa ada elaborasi nilai, refleksi sosial, atau ajakan kritis. Hal ini mencerminkan bahwa komunikasi religius telah dikodifikasi menjadi format visual yang mudah dikonsumsi dan cepat dilupakan (Masut et al., [2023](#)).

Selain itu, dominasi visual dalam penyajian konten memperkuat orientasi pada impresi ketimbang pemahaman. Kutipan ayat atau hadis yang dijadikan caption atau judul video cenderung dipilih berdasarkan efek emosional atau estetikanya, bukan relevansi tematik. Dalam kerangka simulakra, ini menjadi representasi dari tanda-tanda yang kehilangan referennya agama dipresentasikan tanpa makna yang mengakar (Fitrianti, [2021](#)).

Hiperrealitas ini juga menghasilkan fragmentasi dalam konsumsi makna. Mahasiswa dan sivitas akademika sebagai audiens tidak lagi berinteraksi dengan nilai-nilai Islam sebagai sistem yang utuh, tetapi sebagai potongan-potongan simbolik yang diklik dan dilewati di lini masa. Ini menciptakan realitas keagamaan yang tidak lagi dibangun melalui proses reflektif, melainkan melalui logika *skrol* dan *swipe* representasi digital tanpa proses internalisasi (Adawiyah & Indra, [2023](#)).

Pergeseran ini berimplikasi serius terhadap fungsi pendidikan Islam itu sendiri. Ketika komunikasi keagamaan direduksi menjadi tampilan visual, maka tujuan pembentukan karakter, spiritualitas, dan kesadaran sosial menjadi terpinggirkan. Dakwah menjadi ekspresi simbolik yang

kehilangan kekuatan transformatifnya. Dalam bahasa Baudrillard, inilah bentuk tertinggi dari simulasi: “ketika realitas tidak hilang, tapi digantikan oleh tanda yang lebih nyata daripada kenyataan” (Nedashkivska et al., [2024](#)).

Dalam konteks kelembagaan, media sosial kampus telah bertransformasi menjadi etalase religiusitas yang lebih melayani kepentingan citra institusi daripada proses pembelajaran nilai. Agama, dalam hal ini, direproduksi dalam bentuk konten yang dapat diterima secara luas, tidak menimbulkan konflik, dan mudah dipasarkan. Ini menandai pergeseran dakwah dari arena moral dan intelektual menuju panggung visual yang ditentukan oleh logika platform (Sa’ad et al., [2020](#)).

Oleh karena itu, diperlukan pendekatan kritis terhadap pengelolaan komunikasi keagamaan digital di lingkungan kampus Islam. Kebutuhan akan estetika tidak boleh mengorbankan kedalaman makna. Dakwah harus dikembalikan pada tujuan awalnya membangun kesadaran, bukan membangun kesan. Tanpa upaya ini, komunikasi Islam di media sosial kampus akan terus berputar dalam ruang hiperrealitas yang jauh dari nilai-nilai Islam itu sendiri.

Relasi Kuasa dalam Produksi Simulasi Keagamaan

Produksi komunikasi keagamaan di kampus Islam tidak dapat dilepaskan dari relasi kuasa yang melibatkan aktor-aktor dominan seperti birokrasi kampus, dosen agama, lembaga dakwah kampus, dan unit humas. Dalam konteks Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU), narasi keislaman yang disampaikan melalui forum-forum formal maupun media sosial institusional sering kali mencerminkan kepentingan hegemonik yang ingin mempertahankan stabilitas dan citra lembaga (Jauhari, [2017](#)). Di sinilah teori simulakra dan teori kekuasaan Michel Foucault bertemu, menunjukkan bagaimana produksi simbol tidak netral, tetapi merupakan manifestasi dari kontrol atas wacana religius.

Dalam masyarakat modern, kekuasaan tidak hanya hadir dalam bentuk represif, tetapi juga dalam bentuk simbolik dan produktif. Seperti dikemukakan Foucault, kekuasaan bekerja melalui regulasi pengetahuan dan produksi kebenaran (Siswadi, [2022](#)). Dalam konteks kampus Islam, produksi simulasi keagamaan menjadi alat untuk membentuk citra institusi yang “religius” dan “bermoral” tanpa harus menyentuh transformasi nilai secara struktural. Komunikasi keagamaan direduksi menjadi proyek legitimasi budaya institusional (Naamy, [2018](#)).

Hal ini terlihat dari bagaimana narasi keagamaan didistribusikan secara *top-down*, diatur oleh birokrasi kampus dan dilegitimasi melalui protokol keagamaan. Misalnya, pemilihan tema dakwah, pembicara, dan gaya penyampaian tidak hanya berdasarkan kebutuhan spiritual mahasiswa, tetapi berdasarkan standar institusional yang sudah dibakukan (Ritonga, [2021](#)). Proses ini menunjukkan bahwa kontrol wacana keagamaan dilakukan melalui struktur formal, bukan berdasarkan dialog partisipatif.

Dalam perspektif Baudrillard, kontrol ini menciptakan simulasi otoritas religius—di mana simbol-simbol agama menjadi tanda kekuasaan yang tidak lagi merujuk pada nilai universal, tetapi pada otoritas yang mengaturnya (Febriana, [2017](#)). Kampus menjadi panggung di mana Islam ditampilkan sebagai performa simbolik, sementara makna-makna pembebasan, keadilan sosial, atau etika kritis disingkirkan demi stabilitas representasional. Islam menjadi “kulit luar” dari proyek simbolik birokratis.

Ketika mahasiswa hanya menjadi konsumen dari wacana religius yang disusun oleh otoritas, maka ruang-ruang kritis untuk mengembangkan keberagaman yang reflektif semakin menyempit. Hal ini diamini oleh penelitian Abdullah ([2017](#)) yang menunjukkan bahwa kegiatan keagamaan di

kampus sering kali menjadi instrumen depolitisasi pemikiran mahasiswa dan alat normalisasi terhadap ketundukan simbolik. Narasi tentang ketaatan, akhlak, dan adab lebih diutamakan daripada diskusi tentang keadilan struktural atau resistensi terhadap ketimpangan sosial.

Sementara itu, kelompok-kelompok mahasiswa yang mencoba membentuk narasi keagamaan alternatif kerap dihadapkan dengan mekanisme kontrol birokratis. Kegiatan kajian yang kritis terhadap isu-isu gender, pluralisme, atau kebebasan berpikir sering kali tidak mendapat dukungan struktural, atau bahkan dibatasi (Saumantri, [2023](#)). Hal ini mencerminkan adanya dominasi ideologi mayoritas yang dikukuhkan melalui infrastruktur kelembagaan dan simbol-simbol dakwah yang telah dikodifikasi.

Menurut Althusser, institusi seperti universitas berfungsi sebagai *ideological state apparatus* (ISA) yang mereproduksi ideologi dominan melalui perangkat simbolik dan ritual (Mulyanti & Riyanti, [2024](#)). Dalam kerangka ini, kampus Islam tidak hanya mentransmisikan ilmu pengetahuan, tetapi juga mendisiplinkan pemikiran melalui simulasi keagamaan yang telah dikemas. Kontrol terhadap simbol dan wacana menjadi bagian dari reproduksi kekuasaan, bukan sekadar penyampaian ajaran.

Kecenderungan ini diperkuat oleh riset digital yang menunjukkan bahwa algoritma media sosial kampus cenderung mempromosikan konten yang aman, normatif, dan tidak problematik (Saliano et al., [2025](#)). Artinya, narasi Islam yang kritis atau subversif terhadap kekuasaan tidak memiliki ruang dalam simulasi digital keagamaan yang dikurasi oleh institusi. Ini menunjukkan bahwa kekuasaan bekerja melalui preferensi simbolik dan algoritma yang saling mendukung.

Sebagai hasilnya, komunikasi keagamaan di lingkungan UINSU bukan hanya mengalami hiperrealitas sebagaimana dijelaskan Baudrillard, tetapi juga mengalami kolonisasi simbolik oleh struktur kekuasaan yang beroperasi melalui legitimasi budaya. Dakwah di kampus menjadi proyek institusional yang lebih melayani ketertiban representasi daripada pembebasan spiritual (Azzahra et al., [2023](#)). Dalam kondisi ini, komunikasi keagamaan kehilangan potensi emansipatorisnya.

Untuk mengatasi ini, diperlukan pendekatan komunikasi dakwah yang berbasis kesadaran kritis dan partisipatif. Produksi wacana keagamaan harus dibuka kembali ke arah yang lebih dialogis, bukan hanya simbolik. Dengan membuka ruang refleksi, komunikasi keagamaan di kampus Islam tidak hanya menjadi alat legitimasi, tetapi menjadi medium transformatif yang menggabungkan nilai spiritual, sosial, dan keadilan dalam satu ekosistem komunikasi yang utuh.

Refleksi Kritis terhadap Praktik Komunikasi Keagamaan di UINSU

Refleksi kritis terhadap praktik komunikasi keagamaan di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) menunjukkan bahwa meskipun institusi ini memiliki mandat sebagai pusat pembentukan nilai-nilai Islam, pelaksanaan komunikasi keagamaannya cenderung menampilkan gejala simbolik ketimbang substansial. Aktivitas dakwah, publikasi digital, dan seremoni keagamaan lebih berfungsi membangun citra keislaman daripada membentuk kesadaran religius yang mendalam (Rangkuti & Tanjung, [2025](#)).

Dalam kerangka teori simulakra yang dikembangkan oleh Jean Baudrillard, gejala ini menggambarkan bagaimana simbol keagamaan kehilangan referen spiritualnya dan berubah menjadi tanda yang saling mereplikasi. Islam dipresentasikan melalui poster, video, dan jargon kampus bukan sebagai nilai yang diinternalisasi, tetapi sebagai citra yang dikonsumsi (Siahaan et al., [2022](#)). Representasi ini menciptakan hiperrealitas keagamaan yang menyulitkan mahasiswa untuk mengalami Islam sebagai pengalaman eksistensial.

Kritik terhadap kondisi tersebut juga dapat dikaitkan dengan teori komunikasi profetik yang menekankan pentingnya nilai kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*ʿadl*), kasih sayang (*rahmah*), dan dialog (*shūrā*) sebagai inti dari dakwah Islam. Komunikasi keagamaan di UINSU tampak kurang menekankan unsur dialogis dan cenderung bersifat satu arah dan formalistis (Matondang et al., 2024). Hal ini menyulitkan mahasiswa untuk terlibat secara kritis dalam membangun pemahaman keislaman yang kontekstual dan responsif terhadap problem sosial.

Dominasi struktur birokrasi dalam menentukan agenda dakwah kampus menjadi salah satu hambatan dalam membangun komunikasi keagamaan yang partisipatif. Konten-konten dakwah lebih sering dirancang sesuai standar protokoler lembaga, bukan berdasarkan kebutuhan spiritual atau sosiologis mahasiswa, komunikasi keagamaan yang baik harus merespons konteks dan pengalaman aktual audiens.

Fenomena depolitisasi nilai Islam juga mengemuka dalam praktik dakwah kampus. Islam ditampilkan sebagai agama personal yang mengatur moral individu, namun kurang disampaikan sebagai sistem nilai yang mendorong keadilan sosial, kritik terhadap kekuasaan, atau pemberdayaan kelompok rentan. Kondisi ini menunjukkan reduksi fungsi dakwah menjadi sekadar instrumen reproduksi nilai-nilai konservatif dan status quo (Astuti, 2015).

Mahasiswa yang memiliki pemahaman kritis dan mencoba mengangkat isu-isu seperti kesetaraan gender, pluralisme, atau ekologi Islam sering tidak mendapat ruang yang layak. Pendekatan ini bertentangan dengan prinsip inklusivitas Islam yang menekankan pentingnya *taʿāruf* (saling mengenal) dan *tawāzun* (keseimbangan) dalam hubungan sosial (Rangkuti & Tanjung, 2025). Maka, komunikasi keagamaan di kampus perlu membuka ruang partisipatif bagi diskursus keislaman alternatif yang progresif.

Pengalaman mahasiswa dalam mengakses nilai Islam juga sangat dipengaruhi oleh kurasi konten dakwah digital yang dilakukan oleh tim media kampus. Algoritma media sosial digunakan untuk meningkatkan visibilitas konten, tetapi sering kali mengesampingkan kedalaman pesan. Seperti yang disampaikan oleh Saumantri (2023), estetika dan viralitas konten sering menggantikan dimensi transformatif dari pesan keagamaan, sehingga dakwah menjadi ritual visual, bukan refleksi spiritual.

Dalam konteks teoritis, refleksi ini mengarah pada perlunya reorientasi pendekatan dakwah kampus dari model simbolik-representatif menuju model transformatif-partisipatif. Sejalan dengan gagasan Paulo Freire tentang *pedagogi kritis*, komunikasi keagamaan seharusnya melibatkan mahasiswa sebagai subjek aktif dalam membentuk makna keislaman melalui dialog dan tindakan reflektif (Handayani & Ali, 2020).

Untuk itu, UINSU perlu mengembangkan model komunikasi keagamaan yang integratif, yakni menggabungkan dimensi spiritual, sosial, dan intelektual. Kegiatan keagamaan perlu diarahkan pada penyadaran, bukan sekadar penyampaian doktrin. Dakwah harus diposisikan sebagai ruang interaksi dan dialog, bukan sebagai media monolog institusional (Mulyanti & Riyanti, 2024).

Tanpa reorientasi ini, komunikasi keagamaan akan terus terjebak dalam pusaran simulasi simbolik yang hanya memperindah permukaan tanpa menyentuh realitas sosial. Dakwah kampus harus menjadi wahana pembentukan kesadaran kolektif dan nilai-nilai transformatif yang sejalan dengan ajaran Islam yang *rahmatan lil ʿālamīn*—membebaskan, bukan membelenggu.

Komunikasi keagamaan di lingkungan kampus Islam seperti UINSU belum sepenuhnya mencerminkan ketiga prinsip tersebut. Hikmah sebagai pendekatan bijaksana dalam membimbing mahasiswa sering kali digantikan oleh mekanisme *top-down* yang menekankan kepatuhan

administratif. Mauizhah hasanah yang seharusnya menjadi nasihat mendalam dan menyentuh batin terlalu sering diganti dengan slogan-slogan visual dan konten digital yang bersifat impresif namun dangkal (Abdullah, [2017](#)).

Begitu pula dengan mujadalah, alih-alih menjadi sarana diskusi yang mendalam dan terbuka, forum dakwah di kampus cenderung satu arah dan terkurasi ketat oleh kepentingan institusional. Hal ini menyulitkan mahasiswa untuk mengembangkan dialektika keagamaan yang kritis dan reflektif sebagaimana dicontohkan oleh para nabi dan ulama terdahulu (Siswadi, [2022](#)).

Analisis teoritis terhadap ayat ini jika didekonstruksi melalui teori komunikasi dialogis Paulo Freire dan dikaitkan dengan konsep simulakra Baudrillard, memperlihatkan kontradiksi antara pesan *ilahiyah* dan praktik kelembagaan modern. Ayat An-Nahl 125 menuntut dakwah sebagai transformasi kesadaran (*conscientization*), bukan sekadar pertunjukan simbolik. Sementara teori simulakra memperingatkan bahwa saat simbol kehilangan referensinya, ia tidak lagi mengarahkan pada realitas, tetapi menciptakan realitas semu yang menyimpang dari nilai aslinya (Jauhari, [2017](#)).

Dalam hal ini, spanduk dakwah, video ceramah Tiktok, atau desain *feed* Instagram yang menarik belum tentu membawa *hikmah*. Jika konten keagamaan hanya dibuat untuk menyesuaikan algoritma, maka esensi pengajaran hilang, dan yang tertinggal hanyalah impresi visual. Artinya, komunikasi keagamaan telah mengalami dekadensi dari *mauizhah* menjadi hanya *tayangan singkat* yang tidak membentuk kesadaran ruhani (Wandalibrata, [2020](#)).

Surat An-Nahl ayat 125 juga menuntut sensitivitas sosial dalam berdakwah. Namun, banyak aktivitas keagamaan di kampus masih menghindari isu-isu kritis seperti keadilan sosial, kemiskinan, hak-hak minoritas, dan problem lingkungan hidup. Padahal ayat ini menekankan bahwa berdakwah adalah memanggil kepada jalan Allah, bukan kepada jalan otoritas simbolik yang dibentuk institusi.

Kritik ini menunjukkan urgensi untuk meninjau kembali arah dan metode komunikasi keagamaan di UINSU. Dakwah kampus seharusnya menjadi perwujudan hikmah yang responsif terhadap realitas mahasiswa, bukan sekadar mengulang simbol normatif. Ayat ini secara tidak langsung juga menolak penggunaan simbol agama sebagai alat kekuasaan atau pencitraan semata.

Integrasi antara Surat An-Nahl: 125 dan pemahaman kritis kontemporer menunjukkan bahwa reorientasi komunikasi keagamaan harus kembali pada basis nilai: *hikmah, pelajaran yang baik, dan diskusi yang etis*. Ini berarti membuka ruang bagi refleksi spiritual, kesetaraan intelektual, dan keberanian moral untuk menyuarakan nilai-nilai Islam secara utuh—tidak hanya dalam retorika, tetapi dalam praksis kampus yang sehari-hari.

SIMPULAN

Simpulan utama dari analisis ini menunjukkan bahwa praktik komunikasi keagamaan di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara telah mengalami pergeseran dari yang semestinya bersifat transformatif dan berbasis nilai menjadi simbolik dan representasional. Dakwah, konten digital, serta aktivitas keagamaan formal yang diselenggarakan di lingkungan kampus lebih banyak mereproduksi simbol-simbol keislaman tanpa diiringi kedalaman makna dan konteks sosial. Dalam kerangka simulakra Jean Baudrillard, simbol-simbol tersebut telah memasuki tahap hiperrealitas menampilkan Islam sebagai citra visual dan retorik, bukan sebagai nilai spiritual dan etis yang diinternalisasi.

Relasi kuasa dalam produksi wacana keagamaan di kampus memperkuat kecenderungan ini, di mana otoritas birokrasi, lembaga dakwah institusional, dan kurasi media sosial membentuk narasi

keislaman yang melayani legitimasi lembaga, bukan emansipasi pengetahuan. Situasi ini menunjukkan adanya hegemoni budaya dan kontrol simbolik yang membatasi ruang kritik dan partisipasi mahasiswa. Dalam konteks ini, nilai-nilai Islam yang menekankan hikmah, *mauizhah hasanah*, dan *mujadalah*, justru tersubordinasi oleh mekanisme institusional yang menekankan stabilitas representasi daripada pembebasan spiritual dan intelektual.

Demi mengembalikan otentitas komunikasi keagamaan, perlu dilakukan reorientasi menyeluruh terhadap pendekatan dakwah di lingkungan pendidikan tinggi Islam. Dakwah harus ditempatkan sebagai proses komunikasi profetik yang berpihak pada kesadaran, partisipasi, dan transformasi sosial. Praktik komunikasi keagamaan harus membuka ruang dialogis yang menghargai perbedaan, mengakomodasi kritik, dan menolak estetika yang menutupi esensi. Dalam era digital dan *post-truth*, tantangan ini menjadi semakin mendesak agar Islam tidak tereduksi menjadi sekadar merek simbolik yang mengaburkan kedalaman nilai yang dibawanya.

Aplikasi praktis dari temuan ini bagi manajemen komunikasi kampus, khususnya di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, adalah pentingnya membentuk ekosistem komunikasi keagamaan yang berbasis nilai dan partisipasi. Lembaga kehumasan, pusat dakwah kampus, dan unit kegiatan mahasiswa perlu merancang strategi komunikasi yang tidak hanya fokus pada visualisasi simbol-simbol keislaman, tetapi juga pada kedalaman pesan yang transformatif. Ini dapat diwujudkan melalui kurasi konten dakwah digital yang berbasis riset sosial, pelatihan retorika dakwah profetik bagi mahasiswa, serta penyediaan ruang dialog antar kelompok keagamaan dan sivitas akademika lintas fakultas. Selain itu, pelibatan mahasiswa dalam proses produksi konten keagamaan secara kolaboratif dengan memperhatikan prinsip komunikasi etis, empati, dan argumentatif dapat menggeser model komunikasi dari *top-down* ke *bottom-up*. Pendekatan ini akan memperkuat fungsi dakwah sebagai wahana transformasi spiritual, bukan sekadar instrumen legitimasi institusional.

REFERENSI

- Abdullah, I. A. I. (2017). Di Bawah Bayang-Bayang Media: Kodifikasi, Divergensi, dan Kooptasi Agama di Era Internet. *Sabda: Jurnal Kajian Kebudayaan*, 12(2), 116–121. <https://doi.org/10.14710/SABDA.12.2.116-121>
- Adawiyah, R., & Indra, I. (2023). Hiperrealitas dan Krisis Identitas Manusia Post-Modern. *Journal of Islamic and Occidental Studies*, 1(2), 236–252. <https://doi.org/10.21111/jios.vii2.33>
- Asharudin, R. (2023). Analisis Pemikiran Jean Baudrillard tentang Simulasi dan Realitas dalam Konteks Era Digital. *Gunung Djati Conference Series*, 905–921. <https://www.conferences.uinsgd.ac.id/index.php/gdcs/article/view/1682>
- Astuti, Y. D. (2015). Dari Simulasi Realitas Sosial hingga Hiper-Realitas: Tinjauan Komunikasi Virtual Melalui Sosial Media di Cyberspace. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 8(2), 15–26. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/profetik/article/view/1084>
- Azzahra, T. M., Nasution, S. W., Aini, F., & Sahputra, D. (2023). Hubungan Tingkat Religiusitas dengan Rasa Empati pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(1), 610–615. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i1.1397>
- Febriana, M. (2017). Hiperrealitas “Endorse” dalam Instagram Studi Fenomenologi tentang Dampak Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Universitas Sebelas Maret. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 6(2), 18–29. <https://doi.org/10.20961/jas.v6i2.18098>
- Fitrianti, R. (2021). Simulacrum Media di Era Postmodern. *Bureaucracy Journal : Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 1(2), 92–117. <https://doi.org/10.53363/bureau.vii2.29>
- Hakim, F., Fadlillah, A., & Rofiq, M. N. (2024). Artificial Intelligence (AI) dan Dampaknya dalam Distorsi Pendidikan Islam. *Urwatul Wutsqo: Jurnal Studi Kependidikan Dan Keislaman*, 13(1), 129–144. <https://doi.org/10.54437/urwatulwutsqo.v13i1.1330>
- Handayani, M. A., & Ali, M. (2020). Antara Agama dan Imajinasi: Identitas Simbol Ibadah dalam Perspektif Postkomunikasi, Postspiritualitas, dan Hiperspiritualitas. *Religious: Jurnal Studi Agama-Agama Dan Lintas Budaya*, 4(2), 127–134. <https://doi.org/10.15575/rjsalb.v4i2.8592>

- Hidayat, M. A. (2019). Menimbang Teori-Teori Sosial Postmodern: Sejarah, Pemikiran, Kritik dan Masa Depan Postmodernisme. *Journal of Urban Sociology*, 2(1), 42. <https://doi.org/10.30742/jus.v2i1.610>
- Jauhari, M. (2017). Media Sosial: Hiperrealitas dan Simulakra Perkembangan Masyarakat Zaman Now dalam Pemikiran Jean Baudrillard. *Al'Adalah*, 20(1), 117-135. <https://aladalah.uinkhas.ac.id/index.php/aladalah/article/view/95>
- Kamaruddin, S. A., Adam, A., & Chakti, A. G. R. (2024). Komodifikasi Media Sosial dalam Perspektif Teori Jean Baudrillard. *Bosowa Journal of Education*, 5(1), 177-180. <https://doi.org/10.35965/bje.v5i1.5462>
- Masut, V. R., Wijanarko, R., & Pandor, P. (2023). Objektivikasi Subjek dalam Budaya Kontemporer berdasarkan Konsep Hiperrealitas Jean Baudrillard. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 6(3), 303-315. <https://doi.org/10.23887/jfi.v6i3.59000>
- Matondang, A. R., Sazali, H., & Zainun, Z. (2024). Exploration of Simulacra in Moderation Messages: Analysis of Salafi Dakwah on Youtube. *Journal La Sociale*, 5(3), 590-604. <https://doi.org/10.37899/journal-la-sociale.v5i3.1170>
- Muharis, M. (2023). Menciptakan Habitus Moderasi Beragama: Upaya Pondok Pesantren Sunan Pandanaran dalam meneguhkan Islam Rahmatan Lil 'Alamin. *Islam & Contemporary Issues*, 3(1), 1-8. <https://doi.org/10.57251/ici.v3i1.903>
- Mulyanti, D., & Riyanti, V. (2024). Mengupas Hiperrealitas dalam Kehidupan Sehari-Hari: Antara Fantasi dan Kenyataan. *Sanak: Jurnal Studi Agama-Agama*, 2(2), 1-10. <https://sanak.fusa.uinjambi.ac.id/index.php/jsa/article/view/31>
- Naamy, N. (2018). Runtuhnya Dunia Sosial di Era Komunikasi Media Simulakra. *KOMUNIKE*, 10(1), 77-88. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v10i1.559>
- Nedashkivska, T., Zarichanskyi, O., Pugachov, V., Shostak, V., & Stoliarchuk, N. (2024). Analysis of Cultural and Identity Transformations in The Modern World. *Multidisciplinary Reviews*, 7(10), 2024244. <https://doi.org/10.31893/multirev.2024244>
- Oktavianingtyas, I., Seran, A., & Sigit, R. R. (2021). Jean Baudrillard dan Pokok Pemikirannya. *PROPAGANDA*, 1(2), 113-121. <https://doi.org/10.37010/prop.vii2.258>
- Rahmawati, B., & Muhid, A. (2019). Analisis Wacana Kritis di Media Sosial (Studi pada Fenomena Pro-Kontra Penolakan Dakwah Ustadz Abdul Somad). *Jurnal Dakwah Tabligh*, 20(1), 126. <https://doi.org/10.24252/jdt.v20i1.9608>
- Rangkuti, F. khairunnisa, & Tanjung, M. (2025). Manajemen Penguatan Moderasi Beragama: Studi Masjid Perguruan Tinggi Negeri di Medan. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10(1), 150-161. <https://doi.org/10.29240/JDK.V10I1.12944>
- Ritonga, A. W. (2021). Konsep Internalisasi Nilai-Nilai Moderasi Beragama Bagi Generasi Milenial Berbasis Al-Qur'an. *Al-Afkar, Journal For Islamic Studies*, 4(1), 72-82. <https://doi.org/10.31943/AFKARJOURNAL.V4I1.170>
- Sa'ad, M., Baharun, H., & Istifa, F. A. (2020). Simulakra Bahasa Agama Da'i Milenial di Media "TikTok." *Jurnal Komunikasi Islam*, 10(2), 235-255.
- Salianto, S., Alifah, N., Istianah, I., & Nasution, D. A. (2025). Pengaruh Religiusitas terhadap Resiliensi Akademik Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan. *PAEDAGOGY: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Psikologi*, 5(1), 1-8. <https://doi.org/10.51878/paedagogy.v5i1.4257>
- Saumantri, T. (2023). Hyper Religiusitas di Era Digital: Analisis Paradigma Postmodernisme Jean Baudrillard Terhadap Fenomena Keberagamaan di Media Sosial. *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan*, 20(1), 107-123. <https://doi.org/10.46781/al-mutharahah.v20i1.646>
- Saumantri, T., & Zikrillah, A. (2020). Teori Simulacra Jean Baudrillard dalam Dunia Komunikasi Media Massa. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(2), 247. <https://doi.org/10.24235/orasi.viii2.7177>
- Siahaan, S. R., Rozi, F., & Syam, A. M. (2022). Konstruksi Identitas Virtual pada Film Ready Player One (2018). *At-Tazakki: Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan Islam Dan Humaniora*, 6(2), 411-425. <https://doi.org/10.47006/ATTAZAKKI.V6I2.13472>
- Siswadi, G. A. (2022). Hiperrealitas di Media Sosial dalam Perspektif Simulakra Jean Baudrillard. *Dharmasmrti: Jurnal Ilmu Agama Dan Kebudayaan*, 22(1), 9-18.
- Utami, D. R., Sumanti, S. T., & Zuhriah, Z. (2025). Transformasi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) ke Universitas Islam Negeri (UIN) Sumatera Utara: Dinamika dan Tantangan, 2014-2020. *Local History & Heritage*, 5(1), 31-39. <https://doi.org/10.57251/LHH.V5I1.1631>

Wandalibrata, M. P. (2020). Simulakra Sebagai Pembentuk Realitas Palsu. *Jurnal Ilmiah Cakrawarti*, 1(2), 56–58. <https://doi.org/10.47532/jic.vii2.17>

Daftar Informan

- 1) FZ, 45 tahun, Dosen Pengampu Mata Kuliah Komunikasi Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UINSU (15 Mei 2025).
- 2) RA, 22 tahun, Mahasiswa Aktif Organisasi Keislaman, Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat UINSU (16 Mei 2025).
- 3) IH, 28 tahun, Staf Pengelola Media Sosial Kampus, Bagian Pusat Informasi dan Humas UINSU (16 Mei 2025).
- 4) ZM, 40 tahun, Pegawai Tata Usaha (TU), Subbagian Akademik dan Kemahasiswaan FDK UINSU (17 Mei 2025).
- 5) DN, 24 tahun, Mahasiswa Tingkat Akhir, Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam UINSU (18 Mei 2025).
- 6) KT, 26 tahun, Mahasiswa Pascasarjana, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Pascasarjana UINSU (18 Mei 2025).
- 7) HM, 23 tahun, Anggota Lembaga Dakwah Kampus (LDK), LDK Syahid UINSU (19 Mei 2025).
- 8) AF, 50 tahun, Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UINSU (19 Mei 2025).
- 9) NS, 32 tahun, Anggota Humas dan Protokoler UINSU, Biro Akademik dan Kemahasiswaan Rektorat UINSU (20 Mei 2025).
- 10) LW, 25 tahun, Ketua Unit Kajian Keislaman Mahasiswa, Forum Studi Islam Mahasiswa UINSU (20 Mei 2025).