Al-Kindi: *Jurnal Pendidikan Islam Multidisipliner*
Vol. 02, No. 03 (2026), p. 146 - 158 e-ISSN 3110--3804

Normalisasi *Mujaharah Bi Al-Ma'shiayah* Demi Popularitas Digital: Studi Kasus Pergeseran Standar Malu pada *Content Creator* di Platform Tiktok

***[1]Habibatur Rahmaniyah, [2]Nasrulloh**
[1,2]Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia
email: *[1]roehbih@gmail.com, [2]nasrulloh@syariah.uin-malang.ac.id

Abstract

In today's digital era, social media functions not only as a communication tool but has also transformed society's perspective on moral values. This study aims to analyze how algorithmic systems and the attention economy on social media influence the shifting meaning of modesty (al-haya') within the context of Islamic values. Employing a qualitative case study method on the digital activities of public figure Dinar Candy, this research dissects the phenomenon of losing modesty to chase digital metrics such as views, likes, and shares. The findings indicate a compartmentalization strategy, where the subject separates real-world and virtual identities to justify vulgar behavior under the guise of professionalism or art. Consequently, a process of collective moral desensitization occurs, leading the digital society to gradually normalize content that violates religious norms. This study also finds that the "alternative dawah" excuse frequently used by controversial content creators is often a failed form of digital self-defense (cyber-apologetics) that instead results in the assimilation of immorality. This research concludes the critical importance of revitalizing moral awareness of modesty as an ethical shield amidst the current wave of a permissive virality culture.

Keywords: *Modesty (Al-Haya'), Digital Metrics, Compartmentalization, Moral Desensitization, Dinar Candy*

Abstrak

Di era digital saat ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga telah mengubah cara pandang masyarakat terhadap nilai-nilai moral. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana sistem algoritma dan ekonomi perhatian (*attention economy*) di media sosial memengaruhi pergeseran makna rasa malu (*al-haya'*) dalam konteks nilai Islam. Dengan menggunakan metode studi kasus kualitatif terhadap aktivitas digital figur publik Dinar Candy, penelitian ini membedah fenomena hilangnya rasa malu demi mengejar metrik digital seperti *views*, *likes*, dan *shares*. Hasil penelitian menunjukkan adanya strategi kompartementalisasi, di mana subjek memisahkan identitas dunia nyata dan dunia maya untuk membenarkan perilaku vulgar dengan dalih profesionalisme kerja atau seni. Akibatnya, terjadi proses desensitisasi moral kolektif di mana masyarakat digital mulai menganggap biasa konten-konten yang melanggar norma agama. Penelitian ini juga menemukan bahwa alasan "dakwah alternatif" yang sering digunakan oleh kreator konten kontroversial sering kali merupakan bentuk pembelaan diri digital (*apologetika siber*) yang gagal, dan justru berujung pada asimilasi kemaksiatan. Penelitian ini menyimpulkan pentingnya menghidupkan kembali kesadaran moral rasa malu sebagai benteng etika di tengah arus budaya viralitas yang permisif

Kata Kunci: *Rasa Malu (Al-Haya'), Metrik Digital, Kompartementalisasi, Desensitisasi Moral, Dinar Candy*

PENDAHULUAN

Platform TikTok telah menjadikan komunikasi digital melalui fitur *Short-Video* yang mengandalkan viralitas sebagai ukuran kesuksesan. (Hastuti dkk., 2024) dalam kajiannya mengenai privasi bermedia sosial menyatakan bahwa ruang digital telah menciptakan batas tipis antara privasi dan konsumsi publik. Hal ini tentunya menuai banyak pro dan kontra dalam pengendalian konten. Ketika konten tidak menunjukkan nilai – nilai positif secara nampak, hal ini menyebabkan kesalahfahaman terhadap audience. Dalam konteks masyarakat Muslim, hal ini melahirkan fenomena *mujaharah bi al-ma'shiayah*, di mana individu tidak lagi merasa perlu menyembunyikan pelanggaran syariat demi mengejar *engagement* (Zarman, 2021). Tentunya hal ini menjadi tantangan dalam membentuk karakter manusia khususnya seorang muslim, bahwa modernitas barat telah mempengaruhi standart kehidupan umat Islam. Berkembangnya aplikasi digital telah membentuk pola pikir dan perilaku mereka sehari – hari. Seringkali ditemukan konten – konten yang bertentangan dengan syari'at Islam berlalu – lalang begitu saja, sehingga menormalisasikan hal – hal tersebut menjadi sebuah budaya baru yang menarik (Pasaribu dkk., 2023).

Dalam hal ini pula telah menciptakan budaya baru yang berpusat pada perhatian (*attention economy*). Dalam ekosistem ini, "menjadi viral" sering kali dianggap sebagai pencapaian tertinggi, melampaui pertimbangan etika dan moral. Fenomena yang paling memprihatinkan adalah kemunculan *content creator* yang secara sadar melakukan *mujaharah bi al-ma'shiayah*. Nampaknya masyarakat muslim Indonesia tengah mengalami krisis malu. Hal ini menjadi bukti bahwa pemahaman masyarakat muslim indonesia terhadap rasa malu mengalami minoritas. Standart rasa malu yang dimiliki oleh umat muslim tidak lagi berpatokan pada dasar syari'at, namun kepada kepemilikan duniawi terhadap seorang muslim (Solihah dkk., 2021)

Dalam teologi Islam, tindakan *mujaharah* atau mengekspos kemaksiatan secara demonstratif di ruang publik merupakan salah satu bentuk degradasi moral yang sangat dikecam. Ironisnya perilaku tersebut justru diadopsi oleh individu yang lahir dan tumbuh di lingkungan keluarga pendakwah. Kesenjangan antara

reputasi religius keluarga dengan vulgaritas konten digital yang diproduksi tidak hanya memicu ambiguitas moral di kalangan masyarakat, melainkan juga mempercepat proses normalisasi perilaku menyimpang atas nama tuntutan tren. Fenomena ini secara tegas membentur sabda Nabi Muhammad SAW: "*Setiap umatku dimaafkan kecuali orang yang terang-terangan (melakukan dosa)*" (HR. Bukhari & Muslim). Masalah di masyarakat muncul ketika batasan suci agama mulai dilanggar demi konten digital. Banyak orang melakukan tindakan buruk hanya untuk mengejar popularitas instan, *likes*, dan jumlah penonton.

Berdasarkan fenomena hari ini, peneliti menilai sangat penting untuk meneliti pergeseran standar rasa malu (*al-haya'*) di zaman sekarang. Penelitian ini bertujuan untuk memetakan bagaimana masyarakat muslim menanggapi dan membuat konten-konten viral, yang lambat laun menciptakan budaya baru di dunia digital. Penelitian ini juga menjelaskan dampak tanyangan tersebut dalam mengikis dan membentuk kembali moral serta kepribadian bangsa Indonesia.

Pergeseran nilai ini menandakan adanya "perubahan budaya" (mutasi kultural). di mana rasa malu tidak lagi dipandang sebagai benteng keimanan, melainkan dianggap sebagai hambatan dalam berkreasi di dunia maya. Ketika ruang pribadi diubah menjadi konsumsi publik, standar kepatutan sosial mengalami kelumpuhan secara masif. Budaya digital yang cenderung seba boleh (permisif)dan mengunggulkan viralitas tanpa filter moralitas memaksa masyarakat, terutama generasi muda, berada dalam pusaran krisis identitas. Di satu sisi, mereka dihadapkan pada doktrin nilai luhur keagamaan, namun di sisi lain, algoritma media sosial terus menyuapi mereka dengan pembenaran atas perilaku *mujaharah* sebagai bentuk ekspresi modern.

Oleh karena itu, penelitian ini tidak sekadar melihat kemerosotan moral di permukaan saja, melainkan membedah kesadaran digital umat Muslim dalam menyikapi komersialisasi dosa (*komodifikasi dosa*). Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu merumuskan solusi etis dan membangun kembali konsep rasa malu yang adaptif dengan zaman namun tetap berbasis prinsip syariat. Kajian ini sangat penting sebagai upaya pencegahan agar dunia digital Indonesia tidak

menormalisasi kerusakan moral yang dapat meruntuhkan fondasi peradaban bangsa.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran mendalam dan mendetail mengenai fenomena sosial serta perilaku manusia yang kompleks di ruang digital (Ishtiaq, 2019). Fokus penelitian ini adalah mengeksplorasi motif dan dampak dari normalisasi *mujaharah bi al-ma'shiayah* pada *content creator* di platform tiktok.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi netnografi dimana peneliti melakukan pengamatan langsung secara digital terhadap aktivitas akun tiktok subjek penelitian (Dinar Candy) dalam kurun waktu satu tahun terakhir (2025-2026). Observasi difokuskan pada pola konten yang menunjukkan kontradiksi identitas, penggunaan simbol agama, dan reaksi audiens terhadap konten tersebut (Sulianta, 2022). Selain itu, Studi Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder berupa pernyataan subjek di berbagai media digital, berita terkait hubungan subjek dengan latar belakang keluarganya, serta regulasi etika media sosial yang berlaku di Indonesia. Kajian Literatur (Library Research) juga digunakan untuk merujuk pada kitab-kitab klasik *Ahlussunnah wal Jamaah* terkait konsep *al-haya'*, *Istihsan*, dan *Bid'ah*, serta mengintegrasikannya dengan jurnal-jurnal ilmiah kontemporer tentang komunikasi digital dari lima tahun terakhir (2022-2026).

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik Analisis Isi (Content Analysis). Proses analisis data meliputi tiga tahap yakni Reduksi Data dengan menyaring konten-konten yang relevan dengan tema *mujaharah bi al-ma'shiayah*, Display Data dengan menyajikan perbandingan antara perilaku digital subjek dengan nilai-nilai ushul fiqh. Dan penarikan kesimpulan untuk merumuskan proposisi ilmiah mengenai pergeseran standar malu di era digital. Validitas data dalam penelitian ini diuji melalui triangulasi sumber, yaitu

dengan membandingkan data observasi digital dengan teori-teori hukum Islam yang otoritatif guna memastikan objektivitas hasil penelitian (Wiyanda Vera Nurfajriani, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hakikat Al-Haya' (Rasa Malu)

Dalam sistem etika dan moralitas Islam, rasa malu (*al-haya'*) bukan sekadar sebuah pilihan sikap atau norma kesopanan yang bersifat opsional. Rasa malu merupakan fondasi utama yang mengontrol seluruh perilaku manusia. Rasulullah SAW memberikan penegasan teologis yang sangat kuat mengenai hal ini melalui sabdanya yang populer: "*Malu itu bagian dari iman*" (HR. Bukhari).

Pernyataan ini memiliki konsekuensi logis yang sangat mendalam: iman dan rasa malu adalah dua instrumen spiritual yang berada dalam satu kesatuan organis. Ketika salah satu instrumen tersebut melemah, instrumen lainnya secara otomatis akan mengalami degradasi. Hubungan timbal balik ini menjadi indikator bahwa kualitas keberagamaan seseorang dapat diukur secara eksplisit dari seberapa kuat ia memelihara rasa malunya di ruang publik.

Pentingnya menjaga rasa malu sebagai warisan moral kemanusiaan lintas generasi juga diingatkan kembali dalam kitab *Arbain Nawawi* melalui sebuah hadis yang dikutip dari ajaran para nabi terdahulu:

"إِنَّ مِمَّا أَدْرَكَ النَّاسُ مِنْ كَلَامِ النُّبُوَّةِ الأُوْلَى: إِذَا لَمْ تَسْتَحْيِ فَاصْنَعْ*مَا شِئْتَ"

Artinya: "Sesungguhnya di antara perkataan kenabian terdahulu yang masih diketahui manusia ialah: jika engkau tidak malu, maka berbuatlah sesukamu!" (HR. Bukhari).

Secara tekstual, kalimat "*berbuatlah sesukamu*" di atas tidak boleh dipahami sebagai bentuk pemberian izin atau legalisasi kebebasan mutlak dari agama. Sebaliknya, kalimat tersebut merupakan bentuk sindiran tajam dan peringatan keras (*tahdid*). Hadis ini menjelaskan sebuah hukum sebab-akibat sosiologis: ketika benteng rasa malu di dalam diri seseorang telah runtuh, ia akan kehilangan kendali atas hati nuraninya. Akibatnya, ia akan cenderung bertindak egois, menghalalkan segala cara, dan melakukan tindakan-tindakan destruktif tanpa peduli apakah perbuatannya merugikan orang lain atau melanggar kesucian ajaran agama.

Di era modern saat ini, peringatan yang disampaikan dalam hadis tersebut menemukan konteks pembuktiannya yang paling nyata di dalam ekosistem dunia digital. Media sosial tidak lagi beroperasi sekadar sebagai alat komunikasi yang netral, melainkan telah menjelma menjadi pasar ekonomi perhatian (*attention economy*). Di dalam pasar virtual ini, perhatian publik adalah komoditas utama yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Setiap kreator konten berlomba-lomba untuk memenangkan perhatian pengguna internet, di mana keuntungan materi dan popularitas mereka diukur secara kuantitatif melalui metrik digital, yaitu jumlah penonton (*views*), suka (*likes*), komentar (*comments*), dan bagikan (*shares*) (Zulli & Towner, 2021). Secara sosiologis, mekanisme konversi perhatian publik menjadi keuntungan ekonomi (kapital) di media sosial dapat digambarkan melalui sebuah formula matematis-sosial sebagai berikut:

$$E_c = f(V.L.S).\ \alpha$$

Keterangan:

E_c (*Economic Capital*): Keuntungan ekonomi atau pendapatan materi yang diperoleh oleh kreator konten.

V, L, S (*Views, Likes, Shares*): Kuantitas keterlibatan pengguna (*user engagement*) yang menjadi indikator popularitas sebuah konten.

α (*Algorithmic Amplification Factor*): Faktor pengganda atau penguat yang dikendalikan oleh sistem algoritma platform media sosial.

Sistem arsitektur algoritma media sosial dirancang secara inheren untuk mengenali dan mempromosikan konten yang memiliki interaksi tinggi secara cepat. Algoritma secara otomatis akan memberikan dorongan visibilitas yang meningkatkan nilai α pada konten-konten yang mampu memicu reaksi emosional yang kuat dari netizen. Jenis konten yang paling mudah memicu reaksi tersebut adalah konten yang memuat kontroversi, drama, konflik, atau stimulasi visual yang mengeksploitasi aspek vulgaritas (Bucher dkk., 2021).

Kondisi struktural inilah yang menjadi hulu dari dekonstruksi nilai rasa malu di ruang siber. Demi mengejar pertumbuhan nilai variabel V, L, dan S agar pendapatan materi (E_c) mereka melonjak, sebagian kreator konten terjebak dalam

lingkaran setan. Mereka secara sadar memilih untuk menanggalkan rasa malu, melanggar batas-batasan kesopanan masyarakat, dan menabrak aturan hukum agama demi sebuah algoritma.

Fenomena ini mengubah media sosial menjadi instrumen penguji keimanan gaya baru (*digital fitnah*). Banyak individu di era digital ini yang mengalami krisis spiritual akut; mereka jauh lebih cemas dan takut jika konten mereka sepi penonton atau kehilangan jangkauan (*reach*) algoritma, daripada cemas kehilangan moralitas, harga diri, dan rida Allah SWT (Nurkaidah & Bahri, 2024)

Studi Kasus: Pemisahan Identitas dan Munculnya Budaya "Mujaharah bi Maashiyah" Dinar Candy

Anomali perilaku berupa hilangnya rasa malu demi mempertahankan popularitas digital ini tercermin secara jelas dalam rekam jejak aktivitas selebritas internet Dinar Candy. Sebagai seorang figur publik yang memiliki jutaan pengikut, ia kerap mempertontonkan gaya hidup, pakaian, dan tindakan yang memicu kontroversi publik. Menariknya, realitas siber yang ia bangun menunjukkan kontras atau perbedaan yang sangat tajam dengan latar belakang kehidupan domestiknya, di mana sang ayah merupakan seorang tokoh agama (pendakwah) yang dihormati dan memegang teguh nilai-nilai tradisional Islam.

Dalam perspektif sosiologi dan psikologi perilaku, fenomena kontradiktif ini merupakan bentuk nyata dari strategi Kompartementalisasi Sosial-Kultural. Strategi ini merujuk pada upaya sadar seorang individu untuk memisahkan dua identitas atau sistem nilai yang saling bertentangan ke dalam kotak-kotak (kompartemen) yang berbeda di dalam pikirannya. Tujuannya adalah untuk meredakan ketegangan mental, yaitu rasa tidak nyaman atau konflik batin yang muncul akibat melakukan perbuatan yang bertentangan dengan prinsip dasar keluarga atau nilai yang diyakininya sekaligus untuk menghindari tekanan sanksi sosial dari masyarakat.

Pemisahan identitas yang dilakukan oleh subjek dapat dipetakan ke dalam struktur ruang sosial sebagai berikut:

(IDENTITAS REALITAS / DOMESTIK) (IDENTITAS VIRTUAL / PUBLIK)

Anak Tokoh Agama <=======> Kreator Konten / DJ

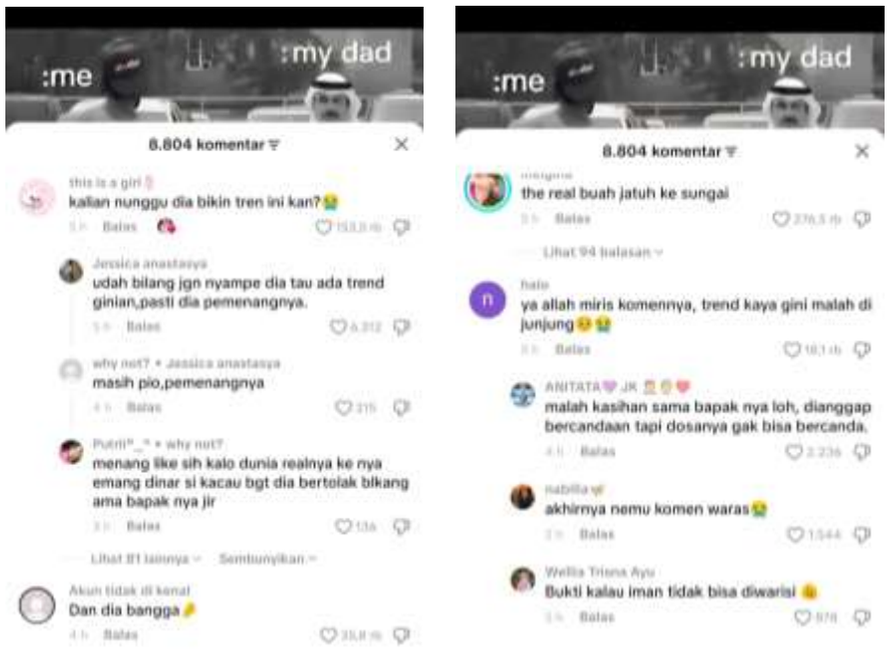
(Norma Agama & Sakral) Kompartementalisasi (Dunia Hiburan & Profan)

Dalam berbagai kesempatan klarifikasi di ruang publik, subjek kerap membangun narasi pembelaan diri dengan mengklaim bahwa penampilan seksi, tindakan tidak tahu malu, atau konten vulgar yang ia unggah di media sosial hanyalah sebuah "tuntutan profesi" dan bagian dari "kreativitas seni". Ia mencoba meyakinkan publik bahwa persona digitalnya sebagai seorang *Disc Jockey* (DJ) adalah identitas yang terpisah sepenuhnya dari kehidupan pribadinya sebagai seorang anak perempuan Muslim yang tetap menghormati ayahnya.

Namun, dari sudut pandang sosiologi perilaku Islam, argumentasi pemisahan ruang etik semacam ini merupakan sebuah kekeliruan yang fatal dan merupakan bentuk nyata dari sekularisasi perilaku beragama. Di dalam bangunan hukum dan etika Islam, tidak ada dikotomi atau pemisahan ruang antara aspek privat dan publik, ataupun antara dunia nyata dan dunia siber. Prinsip moralitas Islam mengikat setiap individu Muslim secara menyeluruh (*kaffah*) tanpa batas ruang dan waktu (Nashirah Dwi Arini Faiza dkk., 2024). Menanggalkan kewajiban menutup aurat dan memamerkan tindakan nirmalu di hadapan jutaan penonton internet tidak bisa diputihkan status hukumnya hanya dengan alasan profesionalisme kerja atau tuntutan industri hiburan.

Dampak sosiologis yang jauh lebih berbahaya adalah ketika tindakan nirmalu ini diproduksi secara masif dan berulang-ulang oleh figur publik yang memiliki pengaruh luas. Perilaku tersebut lambat laun mengkristal dan membentuk sebuah subkultur baru di jagat digital Indonesia, yaitu budaya permisif yang

mendewakan viralitas tanpa penyaringan moral.



Gambar 1 & 2. *Kolom komentar salah satu konten Dinar Candy*

Melalui pengamatan mendalam pada interaksi di kolom komentar media sosial subjek, peneliti menemukan terjadinya fenomena *shifting threshold* atau pergeseran ambang batas kepatutan di tengah masyarakat digital. Pada fase awal kemunculannya, konten-konten vulgar dan kontroversial memicu gelombang penolakan, kemarahan, dan hujatan masif dari netizen. Namun, karena konten serupa terus-menerus muncul dan membanjiri lini masa setiap hari, masyarakat digital mengalami proses desensitisasi moral kolektif yaitu mati rasanya kepekaan moral akibat pembiasaan melihat hal-hal yang buruk (Ramadhan, 2025)

Tindakan-tindakan yang semula dinilai tabu, memalukan, dan melanggar norma agama kini mengalami proses normalisasi. Netizen pemuja subkultur ini mulai menggeser narasi hujatan menjadi narasi pujian dengan dalih "kebebasan berekspresi", "kejujuran untuk menjadi diri sendiri tanpa kepalsuan", atau "simbol modernitas dan independensi". Rasa malu (*al-haya'*) yang dalam khazanah Islam dipandang sebagai mahkota kemuliaan, harga diri, dan benteng *muru'ah* (kehormatan) bagi perempuan Muslimah, kini didekonstruksi dan distigmatisasi oleh subkultur digital sebagai sebuah bentuk ketertinggalan zaman, kepunahan berpikir, serta hambatan besar dalam proses akumulasi kapital di dunia maya.

Kegagalan Interpretasi Dakwah

Sisi krusial lain yang ditemukan dalam dinamika perkembangan dunia digital belakangan ini adalah munculnya tren apologetika siber dari para kreator konten kontroversial. Apologetika siber di sini dipahami sebagai upaya pembelaan diri atau pembenaran teologis yang dicari-cari oleh kreator konten ketika mereka menghadapi gelombang kritik tajam dari komunitas Muslim.

Saat perilaku digital mereka dinilai melanggar batas syariat, mereka sering kali berlindung di balik tameng argumen "Dakwah Alternatif" atau "Metode Merangkul". Mereka berargumen bahwa keputusan mereka untuk masuk ke dalam lingkungan dunia malam, lingkaran politik keras, atau memproduksi konten-konten sensasional adalah sebuah langkah strategis untuk mendekati kelompok masyarakat marjinal yang selama ini tidak tersentuh oleh dakwah masjid konvensional.

Namun, jika data dan fakta empiris di lapangan siber dibedah secara kritis, klaim dakwah alternatif tersebut mengalami kegagalan interpretasi yang sangat mendasar. Aktivitas digital yang dipertontonkan oleh subjek dan kreator serupa sama sekali tidak memenuhi kriteria esensial dari aktivitas dakwah. Secara epistemologis, dakwah memiliki fungsi transformatif, yaitu sebuah upaya aktif untuk mengajak, memperbaiki, dan mengubah kondisi manusia dari kegelapan maksiat menuju cahaya hidayah Islam.

Realitas yang terjadi di lapangan siber justru memperlihatkan proses yang sebaliknya, yaitu Asimilasi dan Akomodasi terhadap kemaksiatan itu sendiri (Elyafi dkk., 2023). Kreator konten tersebut tidak berhasil mewarnai atau mengubah kultur permisif di lingkungan virtualnya menjadi lebih islami. Sebaliknya, identitas religi dan komitmen moral kreator itulah yang luntur, larut, dan terkooptasi oleh arus budaya hedonisme dan tuntutan ekonomi industri hiburan siber.

Menggunakan dalih inovasi perilaku, kebebasan berekspresi, atau label dakwah alternatif untuk membenarkan pembuatan konten yang jelas-jelas menanggalkan rasa malu adalah sebuah bentuk kesesatan berpikir (*logical fallacy*) yang fatal dalam jurisprudensi Islam. Dalam kaidah hukum fikih kontemporer,

penentuan keabsahan sebuah tindakan sosial tidak hanya dinilai dari niat atau tujuan akhirnya (*ends*), tetapi juga wajib tunduk pada keabsahan cara yang digunakan (*means*). Hal ini diatur secara ketat dalam kaidah fikih populer:

{الْوَسَائِلُ لَهَا أَحْكَامُ الْمَقَاصِدِ}

Artinya: "*Perantara (cara) itu memiliki hukum yang sama dengan tujuannya.*" (Robi'ah Robi'ah dkk., 2025)

Kaidah ini mematahkan seluruh argumen apologis para kreator konten. Niat yang diklaim baik seperti mencari nafkah untuk keluarga, menghibur penonton, atau klaim merangkul audiens tidak akan pernah bisa mengubah status hukum cara-cara yang haram menjadi halal. Niat baik tidak bisa menghalalkan tindakan pamer kemaksiatan secara terbuka (*mujaharah*) atau pamer aurat yang eksploitatif (*tabaruj*) di hadapan publik media sosial.

Ketika tindakan-tindakan yang merusak moralitas ini dikemas secara estetik, menarik, dan dibenarkan dengan menggunakan istilah-istilah agama, yang terjadi adalah fenomena komodifikasi dosa yaitu menjadikan pelanggaran nilai agama sebagai komoditas jualan yang bernilai ekonomi tinggi (Azizah, 2024)

Jika ekosistem digital yang permisif ini terus dibiarkan tumbuh subur tanpa adanya kontrol sosial yang ketat dan upaya rekonstruksi konsep emosi moral (*al-haya'*) dari para pemikir Islam, masyarakat Indonesia akan menghadapi ancaman kelumpuhan standar kepatutan sosial secara masif. Normalisasi terhadap kerusakan moral di dunia digital ini, jika tidak segera diantisipasi, lambat laun akan meruntuhkan fondasi karakter, etika, dan peradaban generasi muda Muslim Indonesia di masa yang akan datang.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis mendalam yang telah dilakukan, penelitian ini menyimpulkan bahwa ekosistem media sosial yang digerakkan oleh sistem ekonomi perhatian (*attention economy*) secara nyata telah menggeser makna dan urgensi rasa malu (*al-haya'*) di tengah masyarakat digital. Demi mengejar metrik popularitas yang bernilai materi—seperti jumlah *views*, *likes*, dan *shares*—sebagian kreator konten secara sadar memilih untuk melanggar batas kesopanan dan hukum

agama. Fenomena ini tercermin jelas dalam aktivitas digital Dinar Candy, yang menerapkan strategi kompartementalisasi sosial-kultural untuk memisahkan identitas domestiknya sebagai anak tokoh agama dengan persona virtualnya yang vulgar. Dampak sosiologis yang ditimbulkan dari tindakan nirmalu yang diproduksi secara berulang ini adalah terjadinya desensitisasi moral kolektif, di mana masyarakat digital mengalami mati rasa dan mulai menganggap biasa konten-konten yang melanggar norma etika dengan dalih kebebasan berekspresi.

Lebih lanjut, penelitian ini menemukan bahwa berbagai pembelaan diri digital (*apologetika siber*), seperti menggunakan alasan "dakwah alternatif" atau metode merangkul untuk membenarkan konten kontroversial, merupakan sebuah kegagalan logika yang fatal dalam hukum Islam. Alih-alih membawa pengaruh baik dan mentransformasi audiens, para kreator tersebut justru mengalami asimilasi dan larut ke dalam arus industri hiburan yang permisif. Sesuai dengan kaidah fikih bahwa perantara memiliki hukum yang sama dengan tujuannya, niat baik tidak akan pernah bisa menghalalkan cara-cara yang melanggar syariat, seperti pamer aurat (*tabaruj*) ataupun pamer kemaksiatan (*mujaharah*). Pada akhirnya, penelitian ini menegaskan bahwa jika tren normalisasi pelanggaran moral demi sebuah viralitas algoritma ini terus dibiarkan tanpa adanya kontrol sosial dan penguatan kembali esensi rasa malu, maka standar kepatutan sosial masyarakat akan lumpuh, yang pada gilirannya akan mengancam masa depan karakter dan moralitas generasi muda Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Azizah, N. (2024). *Kontekstualisasi Al-Mujahirin Dalam Hadis Nabi Saw (Studi Ma'ani Al-Hadis)* [S1, Universitas Ahmad Dahlan]. Https://Eprints.Uad.Ac.Id/64427/

Bucher, M., Vu, T.-H., Cord, M., & Pérez, P. (2021). *Handling New Target Classes In Semantic Segmentation With Domain Adaptation* (Arxiv:2004.01130). Arxiv. Https://Doi.Org/10.48550/Arxiv.2004.01130

Elyafi, F. M., Septriani, V., Pandini, I., & Hasanah, U. A. (2023). Relasi Manusia Dalam Ruang Sosial. *Ushuly: Jurnal Ilmu Ushuluddin*, *2*(2), 123–139. Https://Doi.Org/10.52431/Ushuly.V2i2.2049

Hastuti, P. T., Fitriandra, B., & Lestari, S. (2024). *Kesadaran Dan Perlindungan Privasi Dalam Penggunaan Media Sosial*.

Ishtiaq, M. (2019). Book Review Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative And Mixed Methods Approaches (4th Ed.). Thousand Oaks, Ca: Sage. *English Language Teaching*, *12*, 40–40. Https://Doi.Org/10.5539/Elt.V12n5p40

Nashirah Dwi Arini Faiza, Tia Angrelia, Siti Nuriyah Ahmad, Risya Purnama Sari, Wismanto Wismanto, & Fitria Mayasari. (2024). Aqidah Dan Etika: Membangun Moralitas Di Tengah Perubahan Sosial. *Reflection : Islamic Education Journal*, *2*(1), 32–39. Https://Doi.Org/10.61132/Reflection.V2i1.374

Nurkaidah, N., & Bahri, S. (2024). Perubahan Sosial Fenomena Media Sosial Digitalisasi Terhadap Minat Belajar Siswa Sekolah Di Depok. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *4*(5), 2646–2659. Https://Doi.Org/10.47467/Elmujtama.V4i5.3651

Pasaribu, P. N., Megawati, D., Wibowo, A., Suharti, T., & Muniroh, L. (2023). Online Shopping Motives Of Micro, Small And Medium Enterprises' Products Towards New Normal Era. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, *21*(2), 346–359. Https://Doi.Org/10.21776/Ub.Jam.2023.021.02.06

Ramadhan, M. (2025). *Media Sosial Dan Degradasi Akhlak: Respons Pendidikan Islam Di Indonesia*. (4).

Robi'ah Robi'ah, Mela Ernia Sari, & Nadila Juanda. (2025). Fiqih Kontemporer: Aplikasi Dan Relevansinya Dalam Konteks Masyarakat Modern. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu*, *2*(1), 20–28. Https://Doi.Org/10.69714/Xp5k7d43

Solihah, I., Asikin, I., & Surbiantoro, E. (2021). Nilai-Nilai Pendidikan Akhlak Terkait Keutamaan Rasa Malu Dalam Kitab Adab Riyadhush Shalihin. *Jurnal Riset Pendidikan Agama Islam*, *1*, 57–62. Https://Doi.Org/10.29313/Jrpai.V1i1.222

Sulianta, F. (2022). *Langkah-Langkah Netnografi*.

Wiyanda Vera Nurfajriani, M. W. I. (2024). *Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif*. https://doi.org/10.5281/ZENODO.13929272

Zarman, W. (2021). Information Overload: Clarifying the Problem. *IJIE (Indonesian Journal of Informatics Education)*, *5*(2), 79–83.

Zulli, D., & Towner, T. L. (2021). The Effects of "Live," Authentic, and Emotional Instagram Images on Congressional Candidate Evaluations. *Social Media + Society*, *7*(4), 20563051211062917. https://doi.org/10.1177/20563051211062917