

Depersonalisasi dan Simbolisasi Agama dalam Ruang Dakwah Digital: Akseptansi Mahasiswa Semarang atas Cyber-religion

Ririh Megah Safitri¹

Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

email: ririh.megah.safitri@walisongo.ac.id

Abstract

The rapid development of information and communication technology is one of the factors that affect the orientation of society in all spheres of life, including religion. Communication media is a vital tool that allows individuals to carry out various activities through digital space (cyberspace). Cyberspace becomes a space for social interaction. culture. economy. politics and religion. Religion has been discussed, debated and contested in it through the concept of cyber-religion as part of the cyberspace sub-system that represents literacy to religious practices through virtual space. The acceptance of students in cyber-religion is the main issue in this study because there are differences in acceptance caused by differences in students' socio-cultural backgrounds. The qualitative method is used to collect students' experiences and meanings of cyber-religion. There are three points of findings in this study: (1) the birth of a new culture based on the existence of new media in religious life; (2) Depersonalization of religion when religious communication is no longer based on the existence of religious figures; (3) Identity and sociocultural background become influential factors in the process of acceptance of various religious content in the media.

Keywords: Religion; Media; Depersonalization

Abstrak

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap orientasi masyarakat di semua ranah kehidupan, termasuk agama. Media komunikasi menjadi alat bantu vital yang memungkinkan individu melakukan berbagai aktivitas melalui ruang digital (cyberspace). *Cyberspace* menjadi ruang interaksi sosial, budaya, ekonomi, politik dan keagamaan. Agama telah diperbincangkan, didiskusikan, diperdebatkan serta dikontestasikan di dalamnya melalui konsep cyber-religion sebagai bagian dari sub sistem *cyberspace* yang merepresentasikan literasi hingga praktik keagamaan melalui ruang virtual. Akseptansi mahasiswa dalam *cyber-religion* menjadi persoalan utama dalam kajian ini, karena terdapat perbedaan akseptansi yang disebabkan oleh perbedaan latar belakang sosio-kultural mahasiswa. Metode kualitatif digunakan untuk menghimpun pengalaman dan pemaknaan mahasiswa terhadap *cyber-religion*. Terdapat tiga point temuan dalam kajian ini: (1) lahirnya kultur baru yang berdasar pada eksistensi new media dalam kehidupan beragama; (2) Depersonalisasi agama ketika komunikasi keagamaan tidak lagi berdasar pada keberadaan tokoh agama; (3) Identitas dan latar belakang sosiokultural menjadi faktor yang berpengaruh dalam proses akseptansi atas berbagai konten keagamaan di media

Kata kunci: Agama; Media; Depersonalisasi

Pendahuluan

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi belakangan ini menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap reorientasi masyarakat di semua ranah kehidupan. Teknologi informasi dan telekomunikasi yang terwujud melalui media bukan lagi sebagai wadah bertukar informasi (alat komunikasi) namun justru dimaknai sebagai alat bantu vital kehidupan manusia. Pernyataan tersebut merujuk pada berbagai macam aplikasi mutakhir yang tersedia di berbagai media guna membantu berbagai aktivitas masyarakat. Revolusi di bidang teknologi informasi dan telekomunikasi menyebabkan munculnya distansiasi ruang dan waktu sehingga merobohkan batas-batas ruang dan waktu konvensional (Giddens, 1999; Harvey, 2005), sehingga yang terjadi adalah media telekomunikasi menjadi alat bantu vital yang memungkinkan individu melakukan berbagai bentuk aktivitas melalui ruang digital (*cyberspace*) yang disediakan oleh media telekomunikasi (Kurniawati, 2021). Dengan kata lain, ruang digital (*cyberspace*) yang dibentuk oleh media menjadi substitusi ruang nyata atau konvensional. Oleh karena itu, ruang digital (*cyberspace*) menjadi tumpuan atas berbagai aktivitas yang dilakukan masyarakat berdasar pada alasan efektifitas dan efisiensi. Terbukanya ruang partisipasi dalam ruang digital lantas dimanfaatkan untuk berkomunikasi, berkreatifitas dan berekspresi (Aguilar et al., 2017).

Cyberspace lantas menjadi ruang interaksi dalam konteks sosial, budaya, ekonomi, politik, pendidikan hingga praktik religiusitas atau beragama (AnnaZill, 2018). Ekspresi spiritualitas atau religiusitas faktanya telah muncul melalui situs keagamaan, blog pribadi, hingga pada akun-akun keagamaan yang belakangan ini menjadi realita terkini. Merujuk pada konsep Ibrahim, dunia maya serta kemutakhiran teknologi telekomunikasi lantas mewujudkan agama online atau *cyber-religion* dimana khalayak dapat membentuk komunitas religi, berbagi referensi keagamaan, tour virtual religi, serta berpartisipasi dalam ritual-ritual keagamaan (meditasi, ziarah virtual, berkhotbah dan lain sebagainya) (Abdullah, 2017; Aulia, 2017; Ibrahim & Akhmad, 2014). Fenomena munculnya akun-akun religi dalam media sosial, youtube serta *platform* web menjadi salah satu bukti eksisnya *cyber-religion* di Indonesia (Iqbal, 2013; Rustandi, 2019). Terdapat tiga hal yang melatarbelakangi krusialnya mengkaji *cyber-religion* dalam kajian ini. Pertama terkait dengan lahirnya kultur baru dalam kehidupan umat

beragama karena *cyber-religion* dapat mengubah metode enkulturasi agama dalam berbagai dimensi (pengetahuan, nilai dan praktik) serta mengubah kesadaran publik tentang hubungan agama dengan manusia serta menempatkan agama sebagai objek yang seringkali diperdebatkan. Kondisi tersebut disebabkan oleh asas demokrasi komunikasi yang melandasi setiap aktivitas dalam *cyberspace*, sehingga khalayak dapat mengunggah, memilih serta memaknai setiap informasi keagamaan yang tersedia dalam *cyberspace* (Karaflogka, 2002; Nasrullah & Rustandi, 2016).

Kedua terkait dengan depersonalisasi agama ketika komunikasi keagamaan yang berlangsung tidak lagi berdasar pada keberadaan tokoh agama dalam kehidupan bermasyarakat. Pada konteks ini *cyber-religion* telah menggantikan posisi sentral dari tokoh agama yang menjadi figur dalam praktik keagamaan. Kehadiran tokoh agama di masyarakat pada dasarnya tidak hanya menjadi pusat orientasi dalam penyebaran pengetahuan keagamaan, namun kehadiran tokoh agama justru memiliki pemaknaan yang kompleks. Faktanya, *cyber-religion* tidak memiliki kapasitas untuk turut mentransfer unsur kharismatik dan hubungan emosional tersebut. Ketiga terkait dengan kodifikasi agama ketika *cyber-religion* memodifikasi pengetahuan, nilai dan praktik keagamaan menjadi simbol-simbol agama (bahasa, gambar, suara dan visual).

Kehadiran media sebagai *instrument of change* semakin diyakini signifikansinya dengan melihat indikator pergeseran nilai dan pemaknaan agama dalam kehidupan bermasyarakat (Hojsgaard & Warburg, 2005). Seperti yang telah dikaji oleh Epafras (2016) yang mengemukakan data bahwa 82 persen dari pengguna internet di Indonesia adalah orang muda atau remaja yang menggunakan media dan ruang virtual sebagai wadah untuk menunjukkan ekspresi individualisasi, bersosialisasi dan menunjukkan kesalehan. Isu media dan agama juga dikaji dalam ranah politik oleh Hasan (2014) dengan menekankan peranan signifikan media yang dipakai sebagai instrumen dalam menguatkan isu-isu teologis keagamaan. Media tidak lagi berperan sebagai media informasi saja, namun juga sebagai pembawa kepentingan lain yang pada konteks ini ditunjukkan melalui peranan media dalam menggeser peranan partai politik dalam melakukan edukasi politik bagi pemilih melalui unggahan berita yang dipublikasikan (Hasan, 2014; Yusuf, 2016). Media telah menjadi ruang dalam proses legitimasi simbol dan nilai-nilai keagamaan oleh para elit politik

untuk mendapatkan simpati dari masyarakat (Muttaqin, 2012). Signifikansi peran media dalam proses konstruksi wacana masyarakat turut mendasari kajian ini. Pada konteks ini fungsi media sebagai *change instrument* dikaji dalam proses konstruksi perspektif keagamaan mahasiswa. Konten keagamaan yang terunggah dalam media secara tidak langsung telah menjadi referensi alternatif bagi sebagian besar mahasiswa dalam mempelajari agama, bahkan pada suatu fase tertentu media telah mampu mengakomodasi ritual atau praktik keagamaan. Titik analisis lain yang menjadi distingsi dari kajian ini juga merujuk pada komparasi akseptansi mahasiswa sebagai *cyber-religion users* (Abdurrahman, 2020).

Representasi agama dalam media dan ruang virtual menjadi pokok permasalahan yang mendasari kajian ini. Berdasar pada rumusan tersebut, maka tulisan ini akan berfokus pada tiga fokus kajian. Pertama terkait dengan representasi agama dalam media melalui eksistensi *cyber-religion*. Fokus kajian kedua merujuk pada munculnya fenomena depersonalisasi agama dalam ruang virtual yang dilatarbelakangi oleh simbolisasi material keagamaan dalam media. Bagian ketiga akan berfokus pada akseptansi *user* atas *cyber-religion* yang pada konteks ini merujuk pada mahasiswa (UIN Walisongo dan Universitas Diponegoro). Pada konteks ini pengalaman akseptansi *user* berimplikasi pada pemaknaan dan signifikansi *cyber-religion* dalam praktek beragamanya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pertimbangan utama penggunaan metode penelitian kualitatif yakni berorientasi pada pencarian pemaknaan dan pengalaman mahasiswa terkait fenomena *cyber-religion* yang tengah populer belakangan ini. Pengalaman mahasiswa sebagai *user* atas maraknya informasi keagamaan di media melalui media sosial, blog, web, youtube serta aplikasi keagamaan faktanya telah menjadi alternatif referensi belajar dan praktik agama. Berdasar pada pengalaman sebagai *user* dari *cyber-religion* tersebut, analisis yang selanjutnya merujuk pada proses pemaknaan mahasiswa sebagai *user* atas eksistensinya *cyber-religion* dalam keseharian masyarakat. Pada konteks kajian ini pendekatan *case study* menjadi krusial dalam proses komparasi antara mahasiswa UIN Walisongo Semarang dengan Universitas Diponegoro. Pertimbangan perbedaan implementasi karakter

pendidikan dan latar belakang sosio-kultural dari masing-masing mahasiswa juga menjadi faktor lain yang harus dipertimbangkan dalam proses pemaknaan atas *cyber-religion*. Faktanya kedua universitas memiliki segmentasi mahasiswa yang berbeda pula. Oleh karena itu pendekatan *case study* menjadi pendekatan yang relevan. Pemilihan kedua universitas tersebut berdasar pada latar belakang orientasi dan karakter pendidikan masing-masing universitas yang kemudian akan berdampak pada perbedaan karakter mahasiswa dari masing-masing universitas tersebut.

Penggalan data awal dilakukan melalui *Focus Group Discussion* (FGD) bersama kelompok mahasiswa yang menjadi anggota UKM universitas sebagai representasi dari keseluruhan fakultas yang ada di masing-masing universitas guna mendapatkan data pembuka wawasan. Kompilasi data hasil FGD yang kemudian digunakan untuk menentukan informan yang relevan untuk mendapatkan data yang lebih detail melalui *indepth interview* atau wawancara mendalam. Wawancara mendalam dilakukan kepada 7 orang mahasiswa aktif berorganisasi (4 mahasiswa UIN Walisongo Semarang dan 3 mahasiswa Universitas Diponegoro). Observasi partisipasi juga dilakukan guna mendapatkan data yang lebih komprehensif terkait *cyber-religion* di kalangan mahasiswa UIN Walisongo dan Universitas Diponegoro. Pemilihan fokus kajian pada mahasiswa berdasar pada pertimbangan bahwa mahasiswa menjadi pengguna internet aktif. Sehingga diasumsikan signifikansi *cyber-religion* lebih menyasar pada mahasiswa. Studi literatur menjadi alternatif cara penggalan data sekunder dalam kajian representasi agama dalam media.

Hasil dan Pembahasan

Representasi Agama dalam Media

Terdapat beberapa aplikasi yang krusial dalam merepresentasikan agama dalam media. Pertama yakni media sosial yang menjadi penanda komunikasi online dan komunikasi global. Media sosial menjadi alternatif ranah publik baru terkait konstruksi wacana keagamaan bagi mahasiswa (Bhakti 2020). Instagram menjadi referensi krusial dalam konteks aksesibilitas mahasiswa atas *cyber-religion*. Kondisi tersebut dapat ditinjau melalui praktik mengikuti/memfollow akun-akun instagram dari tokoh agama maupun akun yang dikelola oleh admin khusus untuk membuat konten keagamaan. Instagram menjadi media sosial terfavorit tidak terlepas

dari fitur-fitur yang terdapat di dalamnya seperti *hashtag*, *mentions*, *follow*, *like* dan komentar yang nantinya berampak pada dimensi ritual, sosial dan intelektual (Ferlitasari 2018). Selain itu aspek kontinuitas aktivitas dari pemilik akun keagamaan di instagram juga dapat diketahui dengan mudah oleh pengikutnya. Sehingga mahasiswa dapat selalu mengikuti unggahan maupun aktivitas yang dilakukan oleh pemilik akun dimana dalam hal ini merujuk pada tokoh agama. Youtube menjadi aplikasi kedua dalam konteks representasi agama dalam media sosial. Pada konteks ini sistem dan nilai keagamaan tidak hanya terepresentasi melalui audio-grafis layaknya di Instagram, namun dapat terepresentasi secara komprehensif dalam tayangan video dengan durasi waktu yang lama.

Selain itu, terdapat beberapa aplikasi keagamaan yang dapat diunduh secara gratis dan berbayar. Aplikasi keagamaan yang telah terinstall memberikan fitur layanan keagamaan yang berkelanjutan terhadap *user*. Aplikasi keagamaan dapat dibedakan berdasarkan fungsi utamanya. Pertama yakni aplikasi praktek ibadah harian yang memiliki fitur utama untuk mengingatkan waktu shalat, media dzikir, al quran digital, memberikan alternatif masjid terdekat serta kumpulan doa. Aplikasi yang berkaitan dengan praktek ibadah harian antara lain Dzikir Setiap Hari; Muslim: Qibla Finder. Prayer Times. dll. Jenis aplikasi kedua merujuk pada aplikasi keagamaan yang memberikan *guideline* secara keseluruhan atas amalan Islam seperti Muslim Pro, Media Umat Islam, Muslim GO, dll. Jenis aplikasi ketiga adalah aplikasi kajian yang berkorelasi dengan eksistensi tokoh agama islam, antara lain: Kajian Full Reza Basalamah, Kajian Ust. Adi Hidayat, Kajian Ust. Khalid Basalamah, Kitab E Dhikr & Mowlid, dll. Representasi agama dalam media melalui media sosial, youtube hingga ragam aplikasi keagamaan menunjukkan bahwa media mampu memindahkan pengetahuan dan praktik keagamaan ke dalam ruang virtual (Wahidin 2018).

Bentuk Kodifikasi dan Depersonalisasi Agama dalam Media

Eksistensi dan popularitas *cyber-religion* tidak akan terlepas dari tingkat aksesibilitas *user* atas konten yang ditawarkan. Sejalan dengan hal tersebut detail penggunaan *cyber-religion* juga telah disesuaikan dengan perkembangan teknologi informasi. Sehingga aksesibilitas atas konten dalam *cyber-religion* menjadi *borderless*, mengingat semua kalangan masyarakat dapat mengakses *cyber-religion*. Selain itu, kepemilikan atas *gadget* juga

menjadi hal yang lumrah dewasa ini. Oleh karena itu, potensi aksesibilitas terhadap konten *cyber-religion* semakin tinggi. Pada konteks ini mahasiswa menjadi fokus kajian terkait *user* atas *cyber-religion*. Terdapat beberapa hal yang melatarbelakangi pemilihan fokus kajian tersebut. Pertama terkait dengan tingginya frekuensi mahasiswa dalam mengakses *cyber-religion*. Kedua terkait dengan dinamika sosio-kultural yang dimiliki oleh mahasiswa di Semarang (UIN Walisongo dan UNDIP). Heterogenitas yang dimiliki oleh masyarakat Semarang secara keseluruhan faktanya berdampak pada bentuk interaksi sosial yang terbangun dalam kesehariannya.

Latar belakang identitas sosio-kultural yang melekat pada masing-masing mahasiswa berpengaruh terhadap penentuan aksesibilitas *cyber-religion*. Oleh karena itu terdapat perbedaan mendasar antara pemilihan konten *cyber-religion* bagi mahasiswa UNDIP dan UIN Walisongo. Pertama berkaitan dengan cara penyampaian konten keagamaan dalam *cyber-religion*. Konten keagamaan yang terepresentasi melalui konten media berupa foto, video serta meme menjadi referensi menarik dalam proses akseptansi agama (Rohmatulloh 2019). Faktor kedua yang berpengaruh terhadap pemilihan konten agama dalam *cyber-religion* oleh mahasiswa yakni waktu pengaksesan. Intensitas akses atas *cyber-religion* dipengaruhi oleh kebiasaan praktek beragama yang telah dimiliki oleh mahasiswa sebelumnya. Oleh karena itu, terdapat perbedaan periodisasi pengaksesan konten agama dalam *cyber-religion*. Ketiga berkaitan dengan respon dan pemaknaan atas pengalaman mahasiswa dalam mengakses *cyber-religion*. Habituasi yang terbangun dalam keseharian mahasiswa dalam mengakses *cyber-religion* pada akhirnya akan berujung pada pemaknaan atas *cyber-religion*. Pada konteks ini pemaknaan akan dipengaruhi oleh *framework* nilai yang telah dimiliki mahasiswa sebelumnya.

Representasi agama dalam media menjadi fokus perhatian khusus dalam *cyber-religion*, mengingat pada proses kesehariannya agama diimplementasikan dalam berbagai macam bentuk dan aliran. Oleh karena itu, simbolisasi atas agama dalam media menjadi penting untuk dikaji karena simbol tidak hanya berfungsi untuk menghadirkan agama dalam ruang virtual namun juga akan memberikan makna tersendiri (Rahman 2018). Dampak yang kemudian muncul yakni klasifikasi identitas atas pemaknaan simbol yang diyakini oleh *user* yang pada konteks ini merujuk pada mahasiswa. Sepertihalnya mahasiswa yang telah memiliki peta referensi

dalam mengakses konten-konten keagamaan dalam media dengan berdasar pada simbol agama. Representasi simbol dalam *cyber-religion* menjadi penting mengingat konteks dakwah dalam ruang virtual bersifat *borderless* atau tanpa batasan. Mahasiswa akan memilih referensi keagamaan dalam media berdasarkan ketertarikannya pada simbol yang terepresentasi dalam media.

Simbol pertama yang menjadi indikator atas pemilihan referensi keagamaan adalah bahasa yang digunakan dalam penyampaian konten keagamaan. Akun instagram Ustadz Hanan Attaki (@shiftmedia.id) menjadi referensi agama yang populer dikalangan mahasiswa dalam kurun waktu belakangan ini. Hal tersebut dapat ditilik dari *followers* atau pengikutnya di instagram yang mencapai angka 7,7 M *followers*. Menurut pengikutnya, Ustadz Hanan Attaki dianggap membawa suasana baru dalam berdakwah dengan konsep hijrah yang tersematkan dalam setiap dakwahnya. Selain itu konten keagamaan yang disampaikan dikemas dalam gaya bahasa komunikatif dengan sesekali disampaikan dalam bentuk puisi dan *quotes* harian. Selain itu, tafsir dan pemaknaan atas ayat maupun hadist sering tersampaikan melalui bahasa sastra yang membuat pengikutnya turut membawa perasaan (baper atau bawa perasaan). Seperti halnya beberapa tema kajian yang bertopik “Dear Allah, Ternyata Engkau Begitu Dekat”; “Love is Never Flat” dan lain sebagainya. Akun instagram @s.kakung milik Kyai Ahmad Mustofa Bisri/Gus Mus juga menjadi referensi keagamaan bagi mahasiswa. Bahkan kini berbagai ceramahnya juga telah terdokumentasi dengan baik di Channel Youtube GusMus Channel. Gaya bahasa sastra yang turut merepresentasikan kondisi emosional Gus Mus saat membuat puisi diterima dengan mudah oleh para pengikutnya. Gaya komunikasi yang fleksibel, santai dan sederhana membuat Gus Mus semakin digandrungi para remaja dalam belajar ilmu agama. Sepertihalnya salah satu puisi dakwah Gus Mus yang berjudul “B.A.G.I.M.U.” yang menekankan pada wujud tawakal hamba kepada Tuhannya yang disukai oleh 56.268 pengikutnya di instagram. Materi dakwah tersebut tersaji secara ringan dengan gaya bahasa yang mudah dimengerti namun sarat akan makna religius.

Bentuk kodifikasi agama dalam media juga terepresentasi melalui tampilan atau karakter khas dari tokoh agama. Pada konteks ini tampilan (visual) yang dimaksud tidak hanya merujuk pada tampilan yang *good looking* saja namun juga karakter khas (*nyentrik*) yang dimiliki oleh tokoh

agama. Gus Miftah menjadi salah satu tokoh agama yang dibanyak diikuti oleh kalangan anak muda karena gaya dakwahnya yang *'nyentrik'*. Akun instagram Gus Miftah (@gusmiftah) yang diikuti oleh 660K pengikut menjadi referensi belajar agama yang tengah populer bagi mahasiswa. Selain tampilan *style fashion* yang nyentrik dengan tatanan rambut panjang terurai dan blangkon yang khas, Gus Miftah juga tampak selalu memadupadankan kaca mata hitam serta outfit baju yang *casual* dalam acara kajiannya. Disamping itu Gus Miftah juga membuat acara dakwahnya dalam suasana yang santai, bahkan belakangan ini Gus Miftah tengah gencar melakukan ceramah di klub malam dan cafe yang menjadi tempat para remaja kumpul bersama. Nilai dan ajaran agama yang terkodifikasi dalam media tersebut menjadi alternatif belajar agama bagi mahasiswa yang notabenehnya tinggal di Semarang dimana sebagian besar dari mahasiswa tersebut adalah perantauan dari daerah lain. Dengan demikian eksistensi dari *cyber-religion* menjadi alternatif belajar dan mengekspresikan praktek beragama mengingat tidak semua dari mahasiswa menjadi santri atau memiliki Kyai yang diikutinya di Semarang. Simbol bahasa dan tampilan visual yang terepresentasi dalam *cyber-religion* menjadi indikator bagi mahasiswa untuk mengakses konten keagamaan yang ditawarkan dalam konteks *cyber-religion*. Masing-masing dari mahasiswa memiliki latar belakang tersendiri dalam memilih tawaran bentuk, konten dan tokoh agama yang terepresentasi dalam *cyber-religion*.

Sejalan dengan kondisi tersebut, representasi agama dalam media juga berdampak pada kodifikasi agama yang merujuk pada proses meringkas agama menjadi simbol-simbol seperti bahasa, suara dan visual (Maulana 2022). Pada konteks ini, media telah memindahkan ruang beragama nyata ke dalam ruang virtual yang bisa diakses oleh siapa saja, dari mana saja dan kapan saja. Agama kemudian eksis dalam ruang virtual melalui simbol-simbol keagamaan yang pada kenyataannya justru mengalami reduksi dan simplifikasi karena pemadatan nilai yang terkandung dalam norma dan praktik keagamaan (Rubawati 2018). Hingga pada akhirnya kondisi tersebut berdampak pada munculnya tafsir dan interpretasi bebas atas pengetahuan dan praktik keagamaan. Pendangkalan keagamaan menjadi maklum terjadi karena ketidakhadiran tokoh agama yang dapat menunjukkan kembali keabsahan dan kebenaran atas konten keagamaan dalam media. Proses kodifikasi agama yang berujung pada depersonalisasi tokoh keagamaan kerap terjadi dalam keseharian mahasiswa sebagai *user* atas *cyber-religion*.

Bentuk komunikasi yang demokratis menjadikan setiap individu mampu berpartisipasi dalam komunikasi dunia virtual. termasuk dalam konteks *cyber-religion*. Kondisi tersebut yang melatarbelakangi munculnya fenomena depersonalisasi atas tokoh agama yang muncul dalam konteks *cyber-religion*. Terdapat beberapa fenomena depersonalisasi tokoh keagamaan dalam ruang virtual. Pada konteks ini kebebasan berekspresi dalam ruang virtual mengabaikan nilai dan norma sosial yang telah eksis dan dipedomani dalam aktivitas nyata (konvensional). Relasi emosional dan kepatuhan tersebut tidak serta merta dapat tereduksi dalam konteks *cyber-religion*, khususnya terkait dengan respon khalayak yang diekspresikan melalui komentar. Selain respon yang merujuk pada bentuk kekaguman, terdapat beberapa komentar yang justru merujuk pada bentuk cemoohan atas ceramah yang diunggah oleh tokoh keagamaan. Seperti yang muncul dalam laman instagram Ustadz Hanan Attaki. @bakmielahap yang menulis komentar “*Ustad suka2. suka2 hawa nafsunya dalam memberikan statmen. Jangan sembarangan berdiri diatas mimbar bro bisa menyesatkan banyak orang. Allahuyahdik*” dan beberapa akun lain. Respon yang bermuatan negatif tersebut menunjukkan tidak adanya standart etika komunikasi dalam konteks komunikasi virtual. Sehingga bentuk komunikasi yang terbangun tidak merepresentasikan adab komunikasi yang membedakan siapa lawan bicara layaknya komunikasi nyata (konvensional). Standart etika komunikasi tersebut tidak dapat tereduksi sepenuhnya dalam konteks *cyber-religion*, maka ekspresi atas adab komunikasi akan bergantung pada masing-masing individu sebagai *user*. Kharisma dan kompetensi tokoh agama yang menjadi faktor utama *keta’dhiman* santri maupun khalayak pada umumnya tidak menjamin mengkonstruksi *keta’dhiman* dalam konteks komunikasi dunia virtual.

Bentuk depersonalisasi yang kedua merujuk pada praktik *iseng* beberapa individu dengan tujuan meresahkan khalayak melalui *pelencengan* paparan tokoh agama tertentu. Belakangan kasus pengeditan video ceramah Gus Mus dengan Ustadz lainnya yang memiliki perspektif keagamaan berbeda tengah viral di media. Hal tersebut berdampak pada *miss* sinkronisasi materi keagamaan. terlebih kedua tokoh agama tersebut memiliki orientasi dan konten dakwah yang berbeda. Maka pemaknaan atas nilai dan makna yang terkandung dalam video ceramah tersebut menjadi *miss*. Kharisma dan popularitas Gus Mus sebagai Kyai moderat membuat

apapun materi agama yang diikuti dengan nama Gus Mus akan dianggap sebagai referensi agama yang berkualitas oleh pengikutnya. Viralnya video editan tersebut lantas meresahkan khalayak khususnya pengikutnya karena berpotensi memunculkan salah pemaknaan atas konten keagamaan yang dimaksud. Praktik pengeditan video ceramah menjadi indikasi terjadinya peremehan terhadap tokoh agama.

Ketiga, praktik *self-learning* dalam konteks memahami nilai dan ajaran agama menjadi salah satu dampak yang lekat dengan *cyber-religion*. Di satu sisi, praktik *self-learning* menjadi satu kelebihan dari perkembangan teknologi dimana semua sumber informasi dapat diakses dalam dunia virtual dengan koneksi internet pun hampir semua aktivitas telah mampu dioperasionalkan menggunakan gawai. Sehingga seluruh kegiatan masyarakat dapat lebih efektif dan efisien. Namun, di sisi yang lain *open sources system* tersebut berdampak pada minimnya konfirmasi atas informasi dan aktivitas di dunia nyata (konvensional). Religiusitas dari nilai dan ajaran agama faktanya mengalami profanisasi. Semua informasi terkait ajaran agama, praktik ibadah, hingga pada kajian agama dari tokoh keagamaan telah tereduksi dalam media yang dapat diakses oleh semua masyarakat menggunakan gawai dan koneksi internetnya. Namun, media tidak memiliki sistem kontrol benar dan salah atas berbagai konten agama yang terunggah dan tersedia dalam konteks *cyber-religion*. Oleh karena itu, setiap individu dapat mengunggah konten agama pun termasuk dapat mengakses semua konten agama yang tersedia dalam *cyber-religion*.

Praktik *self-learning* atas konten keagamaan di media pada akhirnya merujuk pada kondisi bebas paham dan makna oleh mahasiswa sebagai *cyber-religion user*. Tidak adanya sistem kontrol konten dalam *cyber-religion* membuat *cyber-religion user* bebas memahami dan memaknai konten agama sesuai dengan kapasitasnya sendiri. Oleh karena itu, seringkali terjadi debat publik terkait dengan perbedaan paham atas nilai agama. Perbedaan paham atas nilai agama tersebut dilatarbelakangi oleh kondisi bebas tafsir dan pemaknaan yang disesuaikan oleh kapasitas masing-masing individu (Fakhrurroji 2010; Wahyuni 2017). Pada konteks ini konfirmasi kebenaran tafsir dan pemaknaan konten agama kepada Kyai atau tokoh agama sangat minim. Perdebatan beda paham lantas akan berdampak pada terbentuknya komunitas-komunitas separatis yang berpedoman pada pemahaman ajaran agama sesuai dengan kalangannya sendiri. Kondisi tersebut pada akhirnya

justru membuat keresahan masyarakat secara keseluruhan karena terdampak separatisasi aktivitas maupun lokasi aktivitasnya.

Kesimpulan

Reduksi agama dalam media melalui proses kodifikasi pada kenyataan justru berdampak pada munculnya permasalahan sosial baru seperti depersonalisasi tokoh-tokoh agama serta munculnya praktek *miss-interpretasi* atas konten keagamaan dalam konteks *cyber-religion*. Secara spesifik, terdapat dua kesimpulan dalam kajian ini. Pertama yakni terjadinya pergeseran orientasi dan kultur praktik keagamaan mahasiswa karena eksistensi *cyber-religion*. Pada konteks ini, konten keagamaan dalam *cyber-religion* menjadi referensi yang dijadikan acuan dalam aktivitas keseharian mahasiswa. Bahkan, konten keagamaan dalam *cyber-religion* seringkali justru dijadikan indikator untuk memverifikasi hal-hal tertentu yang berkaitan dengan nilai, ajaran, serta praktek agama.

Kesimpulan kedua merujuk pada akseptansi mahasiswa atas *cyber-religion*. Akseptansi tersebut merupakan dampak dari proses reduksi agama dalam media yang lantas berpengaruh terhadap resepsi mahasiswa atas representasi agama di media dan ruang virtual. Perbedaan latar belakang sosio-kultural antara mahasiswa UIN Walisongo dan Universitas Diponegoro faktanya tetap menjadikan keduanya sebagai pengguna aktif dari *cyber-religion*. Karakter sosio-kultural mahasiswa UIN Walisongo yang sarat akan referensi atau sumber keagamaan dalam ruang konvensional pada kenyataan juga tetap mengakses *cyber-religion* sebagai salah satu referensi keagamaannya. Begitu pula dengan mahasiswa Universitas Diponegoro yang memiliki latar belakang karakter non-integrasi ilmu keislaman turut mengakses *cyber-religion* sebagai referensi beragamanya. Meskipun demikian, ideal value terkait dengan praktik keberagamaan yang telah terinternalisasi sejak dini tetap menjadi rujukan dalam memilih dan memilih referensi agama dalam ruang virtual.

Daftar Pustaka

- Abdullah, I. (2017). Di Bawah Bayang-Bayang Media: Kodifikasi, Divergensi, dan Kooptasi Agama di Era Internet. *Sabda: Jurnal Kajian Kebudayaan*, 12(2), 116–121.
- Abdurrahman, M. S. (2020). Generasi Muda, Agama Islam, dan Media Baru (Studi Kualitatif Perilaku Keagamaan di Shift Gerakan Pemuda Hijrah,

- Kota Bandung). *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 20(1), 46–63.
- Aguilar, G. K., Campbell, H. A., Stanley, M., & Taylor, E. (2017). Communicating Mixed Messages About Religion Through Internet Memes. *Information, Communication & Society*, 20(10), 1498–1520.
- Allen, A. (1999). *The Power of Feminist Theory: Domination, Resistance, Solidarity* (1st ed.). Routledge Taylor and Francis Group.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV Jejak.
- AnnaZill, M. H. (2018). Relasi Antara Agama dan Media Baru. *Syi'ar*, 18(2), 26–44.
- Aulia, N. N. (2017). Islam Dan Mediatisasi Agama. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 137–150.
- Butler, J. (1988). Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory. *Theatre Journal*, 40(4), 519–531.
- Creswell, J. W., & Wekke, I. S. (2020). *Berpikir Seperti Peneliti Kualitatif*.
- Dwidjowijoto, R. N., & Wrihatnolo, R. R. (2007). *Manajemen Pemberdayaan: Sebuah Pengantar dan Panduan untuk Pemberdayaan Masyarakat*. PT. Elex Media Komputindo.
- Epafras, L. (2016). Religious E-Xpression Among The Youths In The Indonesian Cyberspace. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), 1–18.
- Febianah, M., Fitriasari, N. S., & Anzani, L. (2023). Analisis Supply Chain Management Komoditas Rajungan di Kecamatan Gebang Kabupaten Cirebon. *Lemuru: Jurnal Ilmu Perikanan Dan Kelautan Indonesia*, 5(1), 46–59.
- Giddens, A. (1999). *Runway World : How Globalization is Reshaping Our Lives*. New York : Routledge.
- Harvey, D. (2005). *A Brief History of Neoliberalism*. Oxford : Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780199283262.001.0001>
- Hasan, A. (2014). Agama, Media dan Kekuasaan : Analisis Isu Agama dalam Pilpres 2014. *Jurnal Penelitian Keislaman*, 10(2), 93–106.
- Hojsgaard, M., & Warburg, M. (2005). *Religion and Cyberspace*. London : Routledge.
- Ibrahim, I. S., & Akhmad, B. A. (2014). *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Iqbal, A. M. (2013). Agama dan Adopsi Media Baru: Penggunaan Internet oleh Gerakan Salafisme di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 2(2), 77–87.
- Karaflogka, A. (2002). Religious Discourse And Cyberspace. *Religion*, 32(4), 279–291.
- Kurniawati, E. (2021). Media Baru Sebagai Media Literasi Agama Bagi Mahasiswa Tuli di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. *Al-MUNZIR*, 14(1), 71–92.

- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.
- Muttaqin, A. (2012). Agama Dalam Representasi Ideologi Media Massa. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 6(2), 1–9.
- Nasrullah, R., & Rustandi, D. (2016). Meme Dan Islam: Simulakra Bahasa Agama Di Media Sosial. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 10(1), 113–128.
- Rustandi, R. (2019). Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam. *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 3(2), 84–95.
- Suhaeti, R. N., & Basuno, E. (2006). Integrasi Gender dalam Penguatan Ekonomi Masyarakat Pesisir. *SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 6(1).
- Yusuf, M. F. (2016). Komodifikasi: Cermin Retak Agama Di Televisi: Perspektif Ekonomi Politik Media. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 1(1), 25. <https://doi.org/10.18326/inject.v1i1.672>