



## Disrupsi Nilai Keagamaan dan Komodifikasi Agama di Era Digital

L. Rudy Rustandi\*

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Jl. Laksda Adisucipto, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281

Submitted: 8<sup>th</sup> Agust 2019 | Revised: 9<sup>th</sup> Agust 2019 | Accepted: 15<sup>th</sup> Jan 2020

**Abstract** *In addition to being a necessity, the phenomenon of online social media usage of the community has its own complexity in a community order. Facebook is one of the online social media that is on the platform initially intended for virtual social networking. The goal began to shift as the community needs and social media development itself. People have used it to achieve economic, social and even religious objectives. This research aims to know deeply the meaning behind the phenomenon disruption religious value on social media Facebook. The methods used in these study used qualitative methods. While the approach in this study used a thick description theory approach presented by Clifford Greetz. The results gained in this study were in-depth descriptions of the social dynamics of the community on Islamic ideology and political conflicts in Indonesia.*

**Keywords:** *Disruption, Virtual Dakwah, Social Media, Clifford Greetz*

**Abstrak** Selain menjadi kebutuhan, fenomena penggunaan media sosial *online* masyarakat memiliki kompleksitas tersendiri dalam tatanan masyarakat. Facebook merupakan salah satu media sosial *online* yang pada *platform* awalnya ditujukan untuk melakukan *networking* sosial secara virtual. Tujuan tersebut mulai bergeser seiring kebutuhan masyarakat dan pengembangan media sosial itu sendiri. Masyarakat telah menggunakannya guna mencapai tujuan ekonomi, sosial dan bahkan keagamaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara mendalam makna dibalik fenomena disrupsi nilai keagamaan pada media sosial Facebook. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Sedangkan pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan teori *thick description* yang dikemukakan oleh Clifford Greetz. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini berupa deskripsi mendalam tentang dinamika sosial masyarakat tentang konflik ideologi dan politik Islam di Indonesia.

**Kata Kunci:** Disrupsi, Dakwah Virtual, Media Sosial, Clifford Greetz

## PENDAHULUAN

Perkembangan peradaban kehidupan manusia telah mengantarkannya ke dalam suatu era yang serba canggih. Perkembangan kecanggihan teknologi yang paling terlihat adalah perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dengan munculnya internet yang berjalan sangat cepat dan diikuti dengan hadirnya media sosial. Keleluasaan internet dalam suatu teknologi membuat semakin banyak aplikasi-aplikasi berbasis internet yang turut meramaikan produk tersebut. Salah satu aplikasi berbasis internet yang paling diminati saat ini adalah aplikasi media sosial.

Media sosial merupakan media yang memungkinkan setiap orang berinteraksi maupun bersosialisasi dan berkomunikasi tanpa terhalang ruang dan waktu (Fitriani, 2017:148; Jayadi, S. 2016). Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback* secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. Media sosial dapat dikatakan sebagai platform yang mampu memfasilitasi berbagai kegiatan seperti mengintegrasikan situs web, interaksi sosial, dan pembuatan konten berbasis komunitas (Supradono, 2011; Bakhri, S., & Hidayatullah, A. 2019). Penggunaan media sosial di Indonesia terhitung cukup besar. Berdasarkan hasil riset *Wearesosial Hootsuite* yang dirilis Januari 2019 pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi. Jumlah tersebut naik 20% dari survei sebelumnya. Sementara pengguna media sosial mobile (*gadget*) mencapai 130 juta atau sekitar 48% dari populasi. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna internet Indonesia setengahnya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial.

Jika dilihat lebih rinci, berdasarkan hasil survey *global web index* pada pengguna internet di Indonesia dalam rentang usia 16-64 tahun, menunjukkan bahwa ada beberapa platform media sosial yang aktif digunakan oleh masyarakat Indonesia. Platform tersebut terbagi dalam dua kategori media sosial, yaitu media jejaring sosial dan *messenger*. *Youtube* menempati peringkat pertama dengan persentase penggunaan sebesar 43%, di peringkat ke dua *Facebook* dengan persentase penggunaan sebesar 41%, kemudian *Whatsapp* dengan persentase penggunaan sebesar 40%. Besarnya potensi penggunaan media sosial ini pula banyak dimanfaatkan oleh sebagian besar orang untuk membantu tercapainya sebuah tujuan tertentu. Melalui fasilitas yang dimiliki, berita dapat disebarkan secara cepat dan jangkauan yang luas. Penerima berita pertama dapat menyebarkan kembali dengan fasilitas media sosial.

Semakin banyak orang yang menyebarkan berita tersebut, maka berita tersebut akan disebut berita viral (*trending topic*).

Nurudin (2004), menyatakan bahwa terdapat banyak motif dalam menggunakan sebuah media, di antaranya kebutuhan kognitif (kebutuhan akan informasi, pengetahuan dan pemahaman), kebutuhan afektif (kebutuhan akan emosi, perasaan dan kesenangan), kebutuhan integratif, personal (kebutuhan akan kredibilitas, stabilitas dan status, kebutuhan integratif sosial (kebutuhan akan interaksi dengan teman atau keluarga), dan kebutuhan pelepas ketegangan (kebutuhan akan hiburan). Hal ini menunjukkan bahwa tatanan sistem masyarakat Indonesia telah bergeser dari sistem tradisional menuju tatanan sistem yang berpusat kepada informasi. Kondisi semacam ini tentu akan mempengaruhi terbentuknya sistem tata nilai, pengetahuan, keagamaan, tradisi, dan kebudayaan yang baru.

Terbentuknya sistem yang baru dalam masyarakat modern ini menyebabkan adanya dua realitas kehidupan, yakni realitas aktual dan realitas virtual. Ekspresi realitas virtual dalam masyarakat modern ini dilakukan melalui media sosial. Dalam konteks demokratisasi Indonesia, media sosial memiliki implikasi yang sangat besar terhadap ideologi yang kontradiktif; di satu sisi, media sosial mampu menjadi saluran aspirasi dan kritik masyarakat terhadap pemerintah secara terbuka. Namun di sisi lain, media sosial tak jarang menjadi keranjang sampah, di mana segala ujaran kebencian, sikap sektarianistik, hoaks, dan fitnah ditumpahkan sebebaskan-bebasnya yang justru mencederai demokrasi itu sendiri.

Di era “post-tradisional” sekarang ini, pesan-pesan kitab suci diwacanakan melalui informasi daring; salah satunya dakwah virtual. Dari sini, muncul apa yang disebut oleh Bryan S. Turner, sebagai diskursif dan otoritas populer”. Dalam masyarakat jaringan (*network society*), otoritas dan diskursif terbentuk melalui data yang mengalirkan informasi. Dengan demikian kuasa, otoritas, dan karisma ditentukan oleh seberapa besar pengaruh wacana keagamaan dan sosial politik yang tersebar dan terbentuk berhasil diviralkan dan memiliki efek hegemonik mempengaruhi massa (*warganet*).

Akhir-akhir ini, umat Islam Indonesia sedang menikmati tren baru yakni dakwah virtual. Dakwah virtual dilakukan melalui beragam *fanpage* dakwah, khususnya di *facebook*. Bagi sebagian masyarakat, dakwah virtual ini telah menjadi sumber pengetahuan baru terkait perihal keislaman. Di sana mereka dengan mudah mendapatkan jawaban dari berbagai persoalan: mengenai ‘amaliyah hingga pada teologis. Umat Islam Indonesia tiap hari mengkonsumsi isu-isu sosial-keagamaan secara

instan. Bahkan, dakwah virtual ini pun kadang memberi jawaban untuk perihal teologi agama lain.

Dalam konteks sosiologi, agama bukan hanya sekadar sebagai suatu doktrin ideologis yang bersifat abstrak, tetapi agama muncul dalam kehidupan sehari-hari berbentuk seperangkat material. Dalam konteks inilah, agama dipandang sebagai bagian penting dari sistem kebudayaan. Dengan kata lain, agama dalam konteks ini adalah "praktik keagamaan" bukan hanya berkaitan dengan "doktrin keagamaan" semata, akan tetapi agama adalah tentang bagaimana cara seseorang menjalankan syariat agamanya. Identitas-identitas keagamaan semacam ini biasanya lebih mudah diterima ketika di-materialisasi melalui cara berpikir, cara bertindak dan berperilaku.

Munculnya para da'i virtual ini dalam menyiarkan doktrin keagamaan ternyata tidak hanya merespon isu keislaman, akan tetapi belakangan mereka juga merespon isu-isu kebangsaan dan kekuasaan (politik). Para da'i virtual ini memiliki corak ideologis yang beragam, sehingga dalam realitas online mereka sering terlihat berselisih paham tentang satu pokok persoalan keagamaan. Dalam konteks ini, semua agama tak terkecuali Islam adalah suatu sistem nilai yang bersifat kongkrit. Sebagaimana yang dikemukakan Louis Althusser (2006) bahwa ideologi dapat dimaterialisasi ke dalam bentuk-bentuk tertentu yang kongkrit. Misalnya, Islam dapat dimaterialisasi kedalam berbagai bentuk kebudayaan seperti sarung, jilbab, dan kegiatan pengajian yang merupakan salah satu bentuk dari materi ideologi Islam itu sendiri. Pada akhirnya, cara beragama seseorang menjadi sesuatu yang bersifat kultural diakibatkan oleh pergeseran nilai dan otoritas pengetahuan beragama yang sempit.

Paparan di atas, dapat dipahami bahwa kini agama telah diperlakukan seperti barang-barang (produk) yang telah diambil-alih oleh pasar untuk dikelola sedemikian rupa sehingga memiliki nilai jual. Proses semacam ini disebut sebagai komodifikasi agama. Proses komodifikasi yang terjadi memang tidak dapat dihindari, akan tetapi komodifikasi agama pada konteks masyarakat jejaring ini memberikan beberapa penyesuaian pada konsep komodifikasi itu sendiri. Sumber daya praktis berupa perangkat teknologi modern lebih mudah diakses oleh masyarakat akibat proses kapitalisasi perangkat menjadi awal dari proses komodifikasi yang terjadi di tengah masyarakat jejaring.

Fenomena yang terjadi dalam dunia jejaring terutama media sosial seperti *facebook* menjadi sebuah fenomena baru di masyarakat. Untuk mencari makna dan mendeskripsikan secara mendalam pendekatan terhadap fenomena keagamaan di atas, dalam tulisan ini menggunakan

pendekatan *thick description*. Pendekatan ini memfokuskan pada pengkajian makna secara mendalam tentang sebuah simbol kebudayaan. Dalam konteks ini, kebudayaan digambarkan sebagai sistem pola makna-makna (*pattern of meaning*) atau ide-ide yang termuat dalam simbol-simbol yang dengannya masyarakat menjalani berdasarkan pengetahuan mereka tentang kehidupan dan mengekspresikan kesadaran mereka melalui simbol-simbol budaya yang dipahami tersebut (Jayadi, S., Demartoto, A., & Kartono, D. T. 2017; Lufaei, L. 2019).

### **METODE PENELITIAN**

Metode kualitatif pendekatan terhadap objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *thick description*. Pendekatan ini memfokuskan pada makna mendalam dari simbol kebudayaan. Selanjutnya data yang ditemukan akan disajikan dan dianalisis secara sistematis, dan akhirnya dapat dipahami dan disimpulkan. Kebudayaan digambarkan sebagai pola makna-makna (*pattern of meaning*) atau ide-ide yang termuat dalam simbol-simbol (Pals, 2011). Berbeda dengan Kluckhohn, Geertz (2011) menawarkan konsep kebudayaan yang sifatnya interpretatif, yaitu: sebuah konsep semiotik, di mana Geertz melihat kebudayaan sebagai suatu teks yang perlu diinterpretasikan maknanya daripada sebagai suatu pola perilaku yang sifatnya kongkrit.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Perkembangan teknologi yang semakin pesat serta pergeseran gaya baru pada kehidupan manusia yang tidak bisa dilepaskan dari perangkat elektronik memulai babak baru pada era digital saat ini. Teknologi menjadi alat yang mampu membantu sebagian bahkan keseluruhan pekerjaan manusia. Maka peran penting teknologi inilah yang membawa manusia memasuki era digital (Setiawan, 2017; Fikri, H. K. 2018).

Kehadiran teknologi digital dan internet juga dapat menggantikan pekerjaan manusia, termasuk dalam menyampaikan nilai-nilai keagamaan. Kegiatan penyampaian keagamaan ini, kini dapat tergantikan oleh aplikasi dan mesin, seperti robot. Kasali (2017), mengatakan fenomena tersebut dapat dikatakan sebagai disrupsi (*disruption*). Menurut Christensen (dalam Stephens et al., 2014), disrupsi merupakan suatu inovasi untuk perubahan, bahkan dapat mengganggu tatanan organisasi jika mereka tidak siap dengan inovasi perubahan. Inovasi yang dimaksud adalah perubahan secara revolusioner, yang memungkinkan terjadinya perubahan sistem lama ke sistem baru, dan teknologi lama ke teknologi baru untuk mengoperasikan suatu organisasi

atau perusahaan. Terkait dengan disrupsi profesi, Kasali (2017) mengatakan bahwa pada Oktober 2016 telah terjadi percepatan teknologi hingga tahun 2030 diprediksi ada beberapa profesi yang akan hilang, diantaranya petugas pengantar pos, penerjemah, dan pendakwah, dan profesi informasi. Hal tersebut mungkin dapat terjadi, jika profesi tersebut tidak mampu mengikuti perkembangan teknologi digital.

Sebagai bagian dari agama, dakwahpun tak luput dari proses disrupsi. Salah satunya adalah dengan menjadikan simbol-simbol agama sebagai mesin uang oleh teknologi dan media massa. Dakwah sebagai bagian dari ajaran agama, juga tidak bisa mengelak dari komodifikasi, terutama semenjak lahirnya berbagai macam media informasi, termasuk media sosial. Banyaknya akun dan *fanpage* dakwah di media sosial di satu sisi menambah transformasi nilai-nilai Islam, tetapi di sisi lain terkadang merusak citra Islam, karena dakwah sebagai bagian suci dari ajaran agama, terkadang menjadi alat bagi media untuk meraih keuntungan dari keberadaan penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam tadi.

Namun muncul beberapa persoalan berkaitan dengan sejauh mana era digital atau lebih singkatnya bagaimana karakteristik era digital mampu meredakan persoalan di antara umat beragama. Maka untuk menjawab masalah tersebut, kembali kepada dasar bahwa sebutan era digital telah melekat dengan sendirinya pada situasi individu manusia terkini yang pada kenyataannya setiap individu mempunyai kebutuhan dan tuntutan terhadap teknologi informasi. Selain itu juga, akan ada persoalan baru yang ditimbulkan akibat interaksi manusia dengan teknologi dalam jejaring internet seperti bahasan berikut ini.

### **Eksistensi Kelompok Agama**

Pada masa lalu, agama dianggap sebagai sesuatu yang sakral. Agama menjadi hal yang begitu penting dan sangat dijunjung tinggi oleh setiap penganutnya. Peran ulama pada kehidupan sosial salah satunya melakukan ceramah rohani secara rutin, ceramah tersebut biasanya dilakukan di ruang-ruang publik seperti masjid dan diberbagai acara keagamaan. Hampir semua persoalan sosial pada saat itu yang dialami masyarakat biasanya akan diceritakan kepada tokoh agama untuk dimintai pendapat. Para ulama menjadi konsultan dari persoalan sosial hingga problem keluarga. Modernisasi kemudian menggeser peran itu. Persoalan sosial tersebut kini sudah terfragmentasi kedalam lembaga-lembaga khusus sesuai dengan keahlian dari pengelolaan lembaga tersebut. Jadi, dalam batas-batas tertentu modernisasi atau perkembangan ilmu pengetahuan memang telah menggeser posisi agama.

Dakwah virtual merupakan salah satu proses menyebarkan informasi dan pengetahuan yang tersedia bagi berbagai kalangan yang ditujukan oleh penggunaannya. Menurut Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 14 Tahun 2011 bahwa proses berbagi dapat terbentuk melalui proses sosial pada kultur dalam individu maupun organisasi yang menghargai aktivitas penyebaran pengetahuan. Proses tersebut dapat berlangsung secara tradisional melalui diskusi dan kolokium, maupun melalui medium modern dengan berbasiskan teknologi. Aktivitas dakwah virtual di era digital yang syarat akan bauran teknologi ini dapat disebut sebagai *knowledge sharing*. Yanlin Zheng (2010) menambahkan, *knowledge sharing endows knowledge with wider and deeper social values. Practically, effective knowledge sharing relies on effective communication*. Artinya, pembagian pengetahuan membantu memberikan nilai sosial yang luas dan dalam pada pengetahuan. dalam prakteknya, efektifitas pembagian pengetahuan mengandalkan pada efektifitas komunikasi.

Dari keseluruhan hasil reduksi data yang telah di paparkan di atas, maka dapat sejalan dengan pendapat Yanlin Zheng dkk (2010), bahwa media sosial memiliki tiga keuntungan dalam mendukung proses berbagi pengetahuan. Pertama, konten yang dikirimkan melalui media sosial memiliki isyarat sosial (*social cues*), sehingga memberikan peluang lebih banyak bagi pengguna dalam melakukan pembagian pengetahuan (*knowledge sharing*). Isyarat sosial pengetahuan dapat memberikan informasi kepada pengguna tentang bagaimana cara menemukan rekan kerja atau seorang ahli untuk mengembangkan hubungan sosial berkelanjutan dalam pembagian pengetahuan. Memiliki jaringan pertemanan (*network*) secara *online* melalui media sosial dapat memberikan peluang bagi pengguna dalam memperoleh dan membagikan berbagai macam pengetahuan dari atau kepada orang lain.

Kedua, media sosial menjanjikan harapan pengguna dalam meningkatkan motivasi pembagian pengetahuan. Jika terdapat dua arah komunikasi yang saling percaya, mereka dapat membagikan pengetahuan lebih baik. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa saat pengguna media sosial menginginkan “pengikut” (*followers*) yang banyak, dia akan lebih aktif mempublikasikan konten dan memfasilitasi pertukaran informasi. Ketiga, hubungan sosial sangat diperlukan untuk keberhasilan pembagian pengetahuan, artinya bahwa hubungan sosial dilakukan dengan waktu yang tepat dan keadaan yang memadai, media sosial dapat menjamin efisiensi hubungan sosial tersebut. Media sosial dapat menjamin terjadinya hubungan sosial selama 24 jam penuh. Dengan media sosial, pengguna media sosial dapat melakukan hubungan

sosial dimanapun dan kapanpun untuk melakukan pembagian pengetahuan dengan pengguna lain.

**Implikasi Terhadap Dinamika Sosial Budaya Masyarakat di Era Digital**  
*Krisis dan Konflik Agama Terbuka* Fenomena penggunaan *Facebook* dalam menyebarkan informasi dan pengetahuan tentang keagamaan merupakan hal yang unik. Pengguna *facebook* dapat mempengaruhi pengguna yang lain dalam forum yang terbuka. Agama sebagai sebuah sistem budaya berawal dari sebuah kalimat tunggal yang mendefinisikan agama sebagai sebuah sistem simbol yang memiliki tujuan tertentu; membangun suasana batin dan menguatkan motivasi, sehingga mudah menyebar dan tidak mudah hilang dalam diri seseorang; merumuskan tatanan nilai dan konsepsi kehidupan secara umum; melekatkan konsepsi tersebut pada pancaran nilai yang faktual; sehingga menyebabkan konsepsi tersebut akan terlihat sebagai suatu realitas yang unik (Pals, 2011).

Definisi di atas cukup menjelaskan bahwa agama dan budaya berjalan secara beriringan dengan runtut dan keseluruhan elemennya terlibat. *Pertama*, sistem simbol merupakan segala sesuatu yang dapat membawa dan menyampaikan ide kepada seseorang. Ide dan simbol tersebut bersifat publik, artinya bahwa meskipun ide dan simbol tersebut masuk dalam pikiran pribadi manusia, namun dapat dipegang terlepas dari otak manusia yang memikirkan simbol tersebut. *Kedua*, agama melalui simbol tersebut menyebabkan seseorang dapat merasakan, melakukan atau tergerak untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Orang yang termotivasi tersebut akan dibimbing oleh seperangkat sistem nilai yang penting, sehingga dapat menentukan benar dan salah ataupun baik dan buruk bagi dirinya. *Ketiga*, agama dapat membentuk keterpaduan konsep-konsep tentang tatanan nilai dari seluruh eksistensi yang dimilikinya. Dalam konteks ini agama dimaknai sebagai sesuatu yang terpusat pada makna final (*ultimate meaning*), yakni suatu tujuan yang pasti bagi dunia. *Keempat*, konsepsi-konsepsi dan motivasi tersebut membentuk pancaran nilai faktual yang oleh Geertz diringkas menjadi dua hal, yakni agama sebagai “etos” dan agama sebagai “pandangan hidup”. *Kelima*, pancaran nilai faktual tersebut akan melahirkan ritual unik yang memiliki posisi istimewa dalam tatanan nilai tersebut, yang oleh manusia dianggap lebih penting dari apapun (Pals, 2011). Seperti halnya penyebaran tentang konten keagamaan yang terjadi. Tentu saja hal tersebut tidak hanya sekedar menyebarkan saja, banyak motif dan makna di dalamnya. Konflik secara terbuka merupakan keniscayaan dalam era digital saat ini. Agama tidak lagi di rawat dalam area yang



“aman”. Risiko gesekan di dalam masyarakat yang kuat akibat era keterbukaan saat ini. Hubungan antar manusia menjadi hubungan antara dua abstraksi, antara dua mesin yang hidup, dan saling menggunakan satu dengan lainnya. Setiap orang hanyalah komoditas. Sebagian besar orang merasa dirinya itu sebuah komoditas yang harus dilemparkan ke pasar. Pada konteks ini manusia telah kehilangan rasa kemuliaannya, yang bahkan manusia primitif pun memilikinya (Kuntowijoyo, 2006).

Penting juga untuk dicatat, bahwa akhir-akhir ini aktivis dakwah virtual semakin senada dengan spirit yang digelorakan oleh para aktivis yang menyebut dirinya gerakan 212. Pertemuan para da'i virtual dengan ikon gerakan 212, presidium 212 dan elemen-elemen lain yang melingkupinya seperti HTI, MMI, dan beberapa kelas menengah Muslim dari kalangan artis kian memperjelas perihai tersebut. Sehingga, dapat dikatakan bahwa pertemuan tersebut sebagai representasi habitus Muslim kelas menengah ketimbang sebagai agenda politis. Sebab, pertemuan tersebut dimungkinkan terjadi karena adanya kegiatan umroh yang merupakan tren ibadah para Muslim kelas menengah saat ini. Selain itu, para da'i virtual tersebut juga bukanlah pengurus struktural di partai-partai politik.

*Pergeseran Nilai Agama dan Otoritas Pengetahuan* Dalam masyarakat modern, sebagai kelanjutan dari periodisasi perkembangan sosial yang telah dipaparkan di atas, birokratisasi juga merupakan produk kebudayaan berkedudukan destruktif bagi kesadaran sejarah dalam serangkaian metode struktural transedental. Birokratisasi telah melahirkan budaya keterasingan. Lebih dari dari anggota-anggota masyarakat kapitalis telah terasing dari kekuatan sosial yang mengatur dan menentukan kehidupan mereka sehari-hari.

Kebangkitan para da'i virtual ini ternyata tidak hanya merespons isu keagamaan semata, akan tetapi belakangan juga merespon isu-isu kebangsaan dan kekuasaan (politik). Para da'i virtual ini memiliki corak ideologis yang sangat beragam, sehingga dalam realitas *online*, mereka sering terlihat berselesih paham tentang satu pokok persoalan keagamaan. Namun demikian, dalam realitas *offline*, para da'i ini terlihat solid dan melampaui sekat-sekat perbedaan ideologis yang ada. Aktivisme dakwah virtual ini memberi dampak cukup signifikan bagi massa Islam khususnya di Indonesia, baik pada tataran teologis, maupun politis. Salah satu dampak yang ditimbulkan ialah munculnya suatu kebiasaan baru umat Islam Indonesia, yakni kecenderungan *go beyond boundaries*. Dalam arti, banyak kalangan di dalam dua ormas Islam terbesar di Indonesia yakni NU dan Muhammadiyah, dalam batas

tertentu, berani menyebrang dan keluar dari identitas kultural maupun politik ormasnya.

Banyak kalangan mengasumsikan bahwa kebangkitan dakwah virtual ini sengaja dimanfaatkan oleh kalangan tertentu untuk tujuan politis. Hal ini terlalu prematur jika menilai aktivisme dakwah virtual ini semata-mata bernuansa politis. Meskipun harus diakui bahwa aroma politisnya tetap ada dan sangat kental. Namun demikian, sepertinya faktor dominan yang mendorong kebangkitan dakwah virtual ini adalah perihal “nilai”. Yakni, munculnya suatu kehendak untuk memperjuangkan nilai-nilai Islam dalam melawan nilai-nilai yang ‘dianggap’ sekuler, liberal, dan komunis yang mengancam Indonesia. Namun yang perlu ditegaskan, apakah benar Indonesia ini dipenuhi sekularisme, liberalisme dan komunisme sebagaimana yang mereka imajinasikan, yang dengan lantang mereka kutuk dalam setiap ceramah, pernahkah berdialog secara fair dan terbuka terkait isu-isu tersebut? Ketika kita belum sempat memastikan itu semua, kita telah lebih dulu menaruh “*phobia*” di antara kita.

Khotbah moral dilantangkan sebagai sebuah perlawanan terhadap nilai-nilai yang “dianggap” menyimpang. Meminjam terma Saba Mahmood, saya ingin mengatakan bahwa tren ini merupakan bentuk *politic of piety*. Yakni munculnya suatu kesadaran tentang semakin sekulernya tata nilai kehidupan, dan oleh sebab itu nilai-nilai Islam harus ditegaskan. *Politik of Piety* ini kemudian dengan segera disandera, dikooptasi oleh elit-elit partai, dan dijadikan *social capital*, maka di situlah kemudian persoalannya tak lagi sederhana. Pada titik ini, jalin-kelindan moral, kekuasaan, kepentingan politik praktis menjadi sedemikian rumit. Seperti kompleksnya memahami gerakan-gerakan keagamaan macam subuh berjama’ah, zikir akbar, tablig akbar di musim-musim politik, yakni mempercampurkan antara aspek kesalehan dan kepentingan politik praktis. Selain itu, isu-isu ketimpangan ekonomi juga akan terus dimainkan. Terbentuknya koperasi syari’ah 212 dan mart212 di beberapa daerah akan menjadi modal untuk mengkampanyekan kebangkitan ekonomi umat Islam dan perlawanan terhadap kapitalisme global.

Masa lalu Indonesia menyaksikan adanya sistem simbol yang dualistik dan berhirarki yakni adanya kelas negara dan rakyat. Dalam konteks sosio kultural, dua kelas tersebut memiliki sistem pengetahuan yang berbeda. Masyarakat petani yang merupakan bagian terbesar dari kelas rakyat misalnya, menomorsatukan pengetahuan tentang lingkungan alam, karena berhasilnya pertanian mereka tergantung pada musim. Kemudia berturut-turut berdasarkan prioritasnya, dibarengi

dengan pengetahuan sehari-hari (*common-sens knowledge*), pengetahuan politik, pengetahuan tentang yang lain, dan pengetahuan teknik.

Dalam masyarakat feodal, baik kelas negara maupun kelas rakyat tampak bahwa perioritas pengetahuan itu berturut-turut ialah pengetahuan filsafat dan teologi, pengetahuan politik, pengetahuan sehari-hari, dan pengetahuan tentang yang lainnya di luar diri manusia, pengetahuan teknik, pengetahuan tentang alam sekitar, dan pengetahuan ilmiah (Kuntowijoyo, 2006). Meskipun antara kelas negara dengan kelas petani memiliki kedudukan yang berbeda dalam sebuah masyarakat, akan tetapi karena sistem feodal yang mendominasi, maka masyarakat awam terkena oleh destruksi birokratisasi dari kelas negara. Hal ini pula berpengaruh terhadap sistem nilai dan budaya dalam masyarakat Indonesia ketika sudah mengenal media baru berupa media sosial.

## **KESIMPULAN**

Aktivitas dakwah virtual keagamaan memiliki tendensi dimensi politik yang sangat kuat. Fenomena ini merepresentasikan kondisi masyarakat saat ini yang mengalami krisis ideologi dalam ber-agama. Konflik secara terbuka merupakan keniscayaan dalam era digital saat ini. Agama tidak lagi di rawat dalam area yang “aman”. Resiko pergesakan di dalam masyarakat yang kuat akibat era keterbukaan saat ini. Eksistensi kelompok dalam *facebook* menjadi simbol kekuatan atas pengikut suatu kelompok agama. Hal ini memiliki potensi besar dalam menggerakkan sebuah masa kelompok keagamaan. Pergesekan dalam masyarakatpun tidak hanya terjadi dalam dunia virtual. Dalam realitas kehidupan nyata konflik dapat terjadi diakibatkan oleh pergesekan dalam dunia virtual.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arief, Y. (2015). *Komoditas Syariah di Layar Kaca, dalam Yovantra Arief & Wisnu Prasetyo Utomo, Orde Media: Kajian Televisi dan Media di Indonesia*. Yogyakarta: INSISTPress.
- Bakhri, S., & Hidayatullah, A. (2019). Desakralisasi Simbol Politheisme dalam Silsilah Wayang: Sebuah Kajian Living Qur'an dan Dakwah Walisongo di Jawa. *SANGKÉP: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan*, 2(1), 13-30.
- Clifford, G. (1992). *Kebudayaan dan Agama*. Yogyakarta: Kanisius Press.
- Fikri, H. K. (2018). Agama dalam Eksistensi Pemahaman Tradisionalis Masyarakat Indonesia: Upaya Membedah Agama Perspektif Tradisional Ekstrem dan Antisipasi Konflik Bermotif Agama. *SANGKÉP: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan*, 1(1), 49-60.

- Fitria, F. (2013). Interpretasi Budaya Clifford Geertz: Agama sebagai Sistem Budaya. Dalam *Journal Sosiologi Reflektif*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.
- Fitriani, Y. (2017). Analisis Pemnfaatan Berbagai Macam Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat. Dalam *Paradigma*, Vol. 19, No. 2, September 2017, 148.
- Jayadi, S. (2016). *Beragama untuk Kemanusiaan dan Kebangsaan: Esai-esai Sosiologi Agama*. Diandra Kreatif.
- Jayadi, S., Demartoto, A., & Kartono, D. T. (2017). Interaksi Sosial Umat Hindu dan Muslim dalam Upacara Keagamaan dan Tradisi Perang Topat di Lombok. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 6(2).
- Katadata, Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia", dalam <https://databoks.katadata.co.id> diakses pada 28 Maret 2019 pukul 14.12 WIB.
- Katadata. Berapa Pengguna Media Sosial Indonesia?, dalam <https://databoks.katadata.co.id> diakses pada 28 Maret 2019 pukul 14.10 WIB.
- Latief, N. (2005). *Teori dan Praktik Dakwah Islamiah*. Jakarta: Firma Dara.
- Lufaei, L. (2019). Jumping Conclusion Tafsir: Penyimpangan Ayat-Ayat Khilafah HTI dalam Kitab Daulah Islamiyyah. *SANGKĒP: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan*, 2(2), 139-150.
- Murfianti, F. (2012). Komodifikasi Dakwah Dalam Religiotainment di Stasiun Televisi Indonesia. Dalam *Jurnal ISI-Volume 3 no. 1 Juni 2012*.
- Nurudin. (2004). *Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Pals. D. L. (2011). *Seven Theories of Religion*, (terj. Inyik Ridwan Munir dan M. Syukri). Yogyakarta: Ircisod.
- Pendit, P. L. (2003). *Penelitian Ilmu Perpustakaan dan Informasi: Suatu Pengantar Diskusi Epistimologi dan Metodologi*. Bandung: Alfabeta.
- RI. Peraturan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 14 Tahun 2011.
- Simon. (TT). Digital, Social & Mobile in APAC in 2015. Dalam [www.wearesocial.net](http://www.wearesocial.net), diakses tanggal 20 Desember 2016, pukul 23.12.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supradono, B. (2011). Peran Sosial Media Untuk Manajemen Hubungan dengan Pelanggan Pada Layanan E-Commerce. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 7, No.2,
- Zafrul Khan. (2012). *Filsafat Umum: Sebuah Pendekatan Tematik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.