

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Di tengah kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, masyarakat Indonesia semakin hari semakin menjadi masyarakat informasi. Masyarakat semakin banyak mengakses media komunikasi dalam pelbagai jenis sekaligus menjadi pelaku aktif komunikasi. Kemajuan perangkat internet melalui media sosial sangat pesat menembus batas ruang dan waktu kehidupan manusia dan menyebarkan bermacam-macam informasi hampir seketika. Sementara itu, masyarakat Indonesia pun mengalami penurunan kualitas dalam hal kultur tulis-cetak-baca yang lebih reflektif. Masyarakat semakin dipengaruhi arus budaya audio-visual modern yang mumpuni. Lompatan jauh dari model tradisional ke model elektronik yang menggunakan teknologi audio-visual, membuat masyarakat cenderung pasif sekaligus konsumtif terhadap informasi. Artinya, masyarakat pun cenderung tidak menggunakan kemampuan dan kesempatan untuk menelaah informasi secara kritis, sehingga publik menjadi sasaran manipulasi.¹

Nurudin, 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).² Era informasi dan komunikasi kini merupakan dinamika zaman yang tak bisa dielak bahkan dinegasi, penandanya melalui kemajuan sains dan teknologi, yang berdampak pada perubahan sosial yang signifikan menyasar semua lini kehidupan. Tak terkecuali agama menjadi sasaran perubahan. Melalui perangkat

¹ Mohamad Yasir Alimi, *Mediatisasi Agama Post-Truth dan Ketahanan Nasional* (Yogyakarta: LKiS, 2018), 70.

² Nurudin, *Komunikasi Massa* (Jakarta: Rajawali Pers, 2004), 45.

media maka agama mesti menyesuaikan diri dengan keadaan, sebagaimana pada fenomena Covid-19 yang melanda dunia.

Max Weber (1864-1920), dalam karyanya *The Protestant Ethic and The Spirit of Capitalism* sebagaimana yang dikutip oleh Turner bahwa agamalah yang berjasa melahirkan perubahan sosial yang paling spektakuler dalam sejarah peradaban manusia.³ Namun Weber, bukanlah manusia ‘hari ini’, tesisnya mengenai agama sebagai motor perubahan sosial itu dilahirkan sekitar 140 tahun yang lalu. Hari ini kelihatannya yang terjadi sebaliknya, agama (utamanya) melalui instrumen teologinya mengejar ‘kebaruan’ pola interaksi sosial. Kapitalisme yang dulu dilahirkan oleh semangat agama, tapi kapitalisme yang jaya hari ini tidak lagi memerlukan dukungan agama. Tesis ini berangkat dari sebuah teori kritis yang menyeruak sekitar tahun 60-an utamanya melalui Mazhab Frankfurt,⁴ atau, pada tataran epistemologi menjadi sebuah alternatif atas metodologi positivistik.

Weber mengembangkan tiga kategori otoritas yang legitim, yakni karismatik, tradisional dan rasional legal. Menurutnya otoritas rasional-legal berarti kepatuhan terhadap sistem aturan yang abstrak dan konsisten yang dibangun melalui kesepakatan atau pemaksaan dan diimplementasikan oleh aparat birokrasi. Kewajiban dan tanggung jawab ditunjukkan kepada hukum, bukan kepada manusia. Mazhab Frankfurt tidak mengingkari tren ke arah rasionalitas birokratis dan formalisme legal, menurutnya yang tidak layak di dalam formalisme legal adalah rasionalitas menjadi sebatas sisi formal dan instrumennya.⁵

Hingga hari ini, hemat saya, terdapat tarik-menarik yang begitu besar pada wacana yang berpengaruh dalam hubungan antara agama dengan perubahan sosial. *Pertama*, pendapat yang menempatkan agama (harusnya) berubah mengikuti arus kondisi interaksi manusia. *Kedua*, pendapat yang dipicu dipicu oleh ‘kegelisahan’

³ Bryan S Turner, *BrReigion and Social Theory: A Materialist Perspective* (London: Heinemann, 1983), 34.

⁴ *The Frankfurt School* merupakan julukan kepada sekelompok intelektual Jerman yang tergabung dalam *The Institute for Social Research in Frankfurt*, yang didirikan pada tahun 1920. Walaupun masing-masing pribadi dalam kelompok ini mempunyai minat yang berbeda-beda dalam melakukan penelitiannya.

⁵ Martin Jay, *Sejarah Mazhab Frankfurt: Imajinasi Dialektis dalam Perkembangan Teori Kritis* (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2009), 173–174.

terhadap perkembangan kondisi interaksi manusia hari ini yang semakin membangun jarak terhadap kontrol agama, karenanya-kondisi hari inilah yang harus (dirubah) menyesuaikan (teks-teks) agama.

Pendapat yang pertama menempatkan agama sebagai suprastruktur sosial. Agama bukanlah sebuah entitas otonom yang *vakum* dari interaksi sosial di luarnya. Bahkan entitas 'luar agama' itu bisa jadi mendikte (perubahan) agama.⁶ Agama terus berubah mengikuti pergeseran struktur ekonomi dan struktur budaya. Karen Armstrong bahkan menggunakan term Tuhan (*God*), dalam bukunya *A History of God* dalam menggambarkan betapa 'agama' terus berubah berdialektika dengan alam dan struktur sosialnya, yang dalam bahasa Armstrong "Tuhan berevolusi" dalam rentang peradaban manusia.⁷

Masyarakat hidup dengan limpahan informasi (pengetahuan) serta dengan cepat dan mudah mengambil serta menyebarkannya, sehingga terbangun pola pikir 'instan'. Karena mentalitas ini, banyak berita yang beredar pun mudah dan bahkan sengaja dimanipulasi kebenarannya dalam proses penyebaran. Di zaman ini, masih ada orang yang menghargai proses, tetapi kurang kritis karena dibungkus motivasi mendapat hasil serba cepat demi suatu tujuan. Kematangan berpikir untuk mempertimbangkan segala hal yang baru masih kurang.

McLuhan menyatakan bahwa setiap masyarakat modern yang maju dibentuk oleh berbagai teknologi media yang tersedia untuknya.⁸ McLuhan menggunakan penemuan kereta api sebagai analogi tentang bagaimana teknologi dapat dengan cepat mengubah skala fungsi manusia sebelumnya dengan menciptakan jenis pekerjaan dan aktivitas rekreasi baru. Selain itu, McLuhan juga percaya bahwa media memainkan peran penting dalam mengubah struktur budaya masyarakat, karena "medium adalah pesan."⁹ Dengan kata lain, medium membentuk dan mengendalikan skala serta bentuk asosiasi dan tindakan manusia terlepas dari apa pun kontennya.

⁶ Bryan S Turner, *Religion and Social Theory: A Materialist Perspective* (London: Heinemann, 1983), 67.

⁷ Karen Armstrong, *Sejarah Tuhan*, trans. Zaimul Am (Bandung: Mizan, 2016), 21.

⁸ Quentin Fiore dan Marshall McLuhan, *The Medium is The Massage*, vol. 9 (New York: Random House, 1967), 152.

⁹ Fiore dan McLuhan, *The Medium is The Massage*, 9:9.

McLuhan juga menambahkan perspektif teori medium dengan mengusulkan bahwa media menjadi perpanjangan indra manusia. Dia mengklaim bahwa pengenalan medium baru ke dalam budaya mengubah keseimbangan sensorik orang-orang dalam budaya tersebut. Misalnya, penyebaran melek huruf, pencetakan, dan media elektronik telah memberikan orang-orang "mata untuk telinga" dan memasukkan mereka ke dalam 'desa global' dengan koneksi yang lebih besar.¹⁰ Oleh karena itu, McLuhan memberikan sudut pandang teknologis pada teori medium.

Dalam konteks ini, Meyrowitz mengemukakan beberapa argumen utama *pertama* adalah bahwa media elektronik telah "menggabungkan apa yang sebelumnya merupakan pengaturan sosial yang berbeda" menjadi situasi yang lebih dikenal.¹¹ Sebagai contoh, di masa lalu, anak-anak dan orang dewasa mungkin mengetahui hal-hal yang dianggap tabu seperti seks, tetapi mereka biasanya tidak membicarakan topik tersebut di depan satu sama lain, sehingga mereka dikelompokkan ke dalam pengaturan sosial yang berbeda. Televisi, di sisi lain, melemahkan pengaturan-pengaturan tersebut karena mencakup anak-anak, orang dewasa, pria, wanita, dan semua kelompok sosial lainnya dalam lingkungan informasi tunggal. Ini mendorong orang untuk "menghancurkan pemisahan perilaku dan audiens yang ada sebelumnya dan untuk memperlakukan orang-orang dengan jenis kelamin, usia, ras, dan profesi yang berbeda sebagai lebih mirip.¹² Dengan kata lain, dengan menghadirkan orang pada aliran informasi, televisi telah memaksa orang untuk membawa masalah-masalah "belakang panggung" mereka ke depan.

Media memiliki potensi untuk memperluas wawasan pemikiran, media mampu memfokuskan perhatian, dan media memiliki kemampuan untuk menginspirasi aspirasi.¹³ Menurut Staubar dan LaRose bahwa media sebagai penunjang dalam perubahan sosial, yaitu: *Pertama*, media memiliki peran penting dalam

¹⁰ Fiore dan McLuhan, *The Medium is The Massage*, 9:522.

¹¹ David J Crowley dan David Mitchell, *Communication theory today* (Stanford University Press, 1994), 309.

¹² Crowley dan Mitchell, *Communication theory today*, 5.

¹³ James Lull, *Media komunikasi kebudayaan: Suatu pendekatan global* (Yayasan Obor Indonesia, 1998), 27.

menyampaikan informasi kepada masyarakat. Tanpa adanya media, sulit bagi informasi untuk disebarakan dengan cepat dan akurat. Media berperan sebagai saluran yang efektif untuk menyampaikan berita, fakta, dan informasi kepada masyarakat luas. *Kedua*, media massa berperan sebagai penunjang dalam proses pengambilan keputusan. Hal ini terjadi dengan adanya kelompok-kelompok diskusi yang menggunakan media sebagai sumber informasi untuk membahas dan mengambil keputusan yang berhubungan dengan isu-isu sosial. Selain itu, media juga berperan dalam mengubah sikap, keyakinan, dan norma-norma sosial melalui pesan-pesan yang disampaikan oleh tokoh-tokoh masyarakat dan melalui pemberitaan yang memperjelas masalah-masalah yang ada. *Ketiga*, media memiliki peran dalam pendidikan masyarakat dengan menyediakan konten-konten yang mendidik. Melalui media, informasi, pengetahuan, dan nilai-nilai dapat dijangkau oleh masyarakat secara lebih luas. Media menyediakan program-program edukatif, dokumenter, dan berita yang dapat memberikan pembelajaran dan pemahaman kepada masyarakat.¹⁴

Menurut McLuhan, media informasi ditransmisikan memiliki dampak yang lebih mendalam pada masyarakat daripada konten aktual yang disampaikan. Dia berpendapat bahwa karakteristik dan atribut media membentuk cara informasi diterima, dirasakan, dan ditafsirkan oleh individu dan masyarakat secara keseluruhan. Dengan kata lain, media itu sendiri memengaruhi cara orang berpikir dan berperilaku, terlepas dari pesan spesifik yang dibawanya. McLuhan mengklasifikasikan media menjadi dua kategori besar: panas dan dingin. Media panas mengacu pada media *high-definition*, media tersebut menyediakan banyak data sensorik, menyisakan sedikit ruang untuk partisipasi atau interpretasi audiens. Contoh media panas termasuk televisi, film, dan media cetak tradisional. Di sisi lain, media keren adalah media dengan definisi rendah dan fidelitas rendah yang membutuhkan partisipasi lebih aktif dari audiens untuk mengisi kekosongan informasi. Contoh media keren antara lain buku komik, percakapan telepon, dan

¹⁴ Joseph Staubhaar dan Robert LaRose, "Communications, Media in Society" (Belmont, Wadworth Publishing Company, 1996), 58.

internet.¹⁵ McLuhan percaya bahwa media yang berbeda memiliki tingkat kepanasan atau kesejukan yang berbeda-beda, yang mempengaruhi tingkat keterlibatan dan partisipasi penonton.

Menurut pendapat dari para pendukung teori sekularisasi seperti Armfield dan Holbert seperti yang dikutip oleh Asep Iqbal, semakin religius seseorang, ia akan semakin cenderung tidak menggunakan internet.¹⁶ Hal ini didasarkan pada argumen bahwa internet adalah teknologi yang dibangun di atas etos pandangan dunia yang sekuler. Hal serupa juga disampaikan oleh Bockover dan Adamu yang menyatakan bahwa internet memiliki potensi yang berbahaya bagi agama karena dianggap membawa sistem nilai tertentu berupa kapitalisme dan westernisasi.¹⁷ Akibatnya, agama tidak bisa menempati posisi yang sebenarnya. Agama juga kehilangan penganut yang sebenarnya dan kesadaran kolektif mereka. Semua ini merupakan akibat dari pengalaman-pengalaman keagamaan yang didapatkan secara *online*.

Menurut riset yang dilakukan Ali Kandari dan Ali Dashti di Arab Saudi, tanggapan-tanggapan negatif, sinis dan tidak jarang pula disertai penolakan dihembuskan oleh para ulama konservatif. Mereka beranggapan bahwa internet adalah produk modernitas yang disusupi unsur-unsur sekularisme dan dapat mengakibatkan agama kehilangan otoritas tradisionalnya.¹⁸ Dalam konteks Indonesia, penggunaan internet dan anonimitasnya sebagai media informasi agama dikhawatirkan akan menyebabkan ketidakteraturan informasi. Hal ini disebabkan oleh kurangnya peran otoritas agama dalam mengatur fungsi informasi dan menghasilkan "mufti", "kiai", "ustaz" dan "mualim" baru yang belum terbukti keandalannya.¹⁹ Fenomena yang juga menjadi perhatian adalah munculnya istilah "*fatwa shopping*" yang menjadi masalah bagi otoritas agama tradisional.

¹⁵ Fiore dan McLuhan, *The Medium is The Massage*, 9:134.

¹⁶ Asep Muhamad Iqbal, "Agama dan Adopsi Media Baru: Penggunaan Internet oleh Gerakan Salafisme di Indonesia," *Jurnal Komunikasi Indonesia* (2017): 77–88.

¹⁷ Mary I Bockover, "Confucian values and the internet: a potential conflict," *Journal of Chinese philosophy* 30, no. 2 (2003): 159–175.

¹⁸ Ali A Al-Kandari dan Ali Dashti, "Fatwa And The Internet: a Study of The Influence of Muslim Religious Scholars on Internet Diffusion in Saudi Arabia," *Prometheus* 32, no. 2 (2014): 127–144.

¹⁹ Nadirsyah Hosen, "Online Fatwa in Indonesia: From Fatwa Shopping to Googling a Kiai," in *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*, ed. Greg Fealy dan Sally White (Singapore: Institute of Southeast Asian Studies, 2008), 161.

Dalam konteks perubahan sosial, fungsi-fungsi tersebut dapat membantu menggerakkan perubahan dalam masyarakat. Media sebagai pemberi informasi, pengambil keputusan, dan pendidik memiliki peran penting dalam membentuk persepsi, sikap, dan tindakan masyarakat terhadap isu-isu sosial yang relevan. Dalam konteks keberagaman Indonesia, media sosial memiliki implikasi yang sangat besar terhadap kebenaran yang kontradiktif; di satu sisi, media sosial mampu menjadi saluran dalam mencari kebenaran dan pengetahuan agama. Namun di sisi lain, media sosial tak jarang menjadi keranjang sampah, di mana segala ujaran kebencian, sikap sektarianistik, hoaks, dan fitnah ditumpahkan sebebas-bebasnya yang justru mencederai ajaran agama.

Di era modern sekarang ini, pesan-pesan kitab suci diwacanakan melalui beragam media baik secara offline maupun media *online*. Dari sini, muncul apa yang disebut oleh Bryan S. Turner, sebagai diskursif dan otoritas populer²⁰. 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). Karena masifnya wacana agama di dalam media maka lambat lain agama kehilangan makna sakralnya.

Fenomena dalam kehidupan masyarakat modern mewarnai kehidupan masyarakat global. Kehidupan manusia diwarnai dengan gaya kehidupan yang serba modern, baik cara berpakaian, cara makan, cara berbicara, kebebasan belanja, pilihan restoran, pilihan hiburan, tata rambut, tata busana dan sebagainya. Gaya hidup seperti ini merupakan kombinasi dan totalitas dari cara, tata, kebiasaan pilihan serta obyek-obyek yang mendukungnya.²¹

Terbentuknya sistem yang baru dalam masyarakat modern tersebut menyebabkan adanya dua realitas kehidupan, yakni realitas aktual dan realitas virtual. Ekspresi realitas virtual dalam masyarakat modern dilakukan melalui media

²⁰ Anthoni Giddens dan Jonathan Turner, *Social Theory Today*, trans. Yudi Santoso (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 56.

²¹ Yasraf Amir Piliang, *Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-batas Kebudayaan* (Bandung: Pustaka Matahari, 2010), 209.

sosial. Dalam konteks keberagamaan Indonesia, media sosial memiliki implikasi yang sangat besar terhadap kebenaran yang kontradiktif; di satu sisi, media sosial mampu menjadi saluran dalam mencari kebenaran dan pengetahuan agama. Namun di sisi lain, media sosial tak jarang menjadi keranjang sampah, di mana segala ujaran kebencian, sikap sektarianistik, hoaks, dan fitnah ditumpahkan sebebas-bebasnya yang justru mencederai agama itu sendiri.

Relasi agama dan media virtual tidak hanya menerima pesan dakwah dan mencari informasi yang dibutuhkannya, tetapi bagaimana khalayak melakukan aktivitas-aktivitas ritual keagamaan Islam di dunia virtual. Selaras dengan pendapat Richard Coyne bahwa realitas virtual menyiratkan semacam pengagungan atau penyombongan diri, memainkan peran Tuhan. Perkembangan *cyberspace* / dunia virtual telah mengubah berbagai cara menjalankan dunia keberagamaan dan spiritualitas. Perubahan tersebut mengarah pada berbagai bentuk atau cara artifisial dalam melaksanakan berbagai aktivitas ritual keagamaan.²²

Bagi masyarakat Indonesia, Islam bukan hanya sekadar pilihan dalam agama, juga bukan hanya acuan untuk perilaku dalam kehidupan sosial. Lebih dari itu, Islam juga merupakan salah satu elemen penanda identitas etnis Indonesia. Karena masyarakat Indonesia telah menjadikan Islam sebagai bagian dari identitas dalam kehidupan mereka, tidak mengherankan jika sebagian masyarakat Indonesia memiliki keterkaitan yang erat dengan elemen-elemen Islam. Masyarakat Indonesia dalam semua kegiatan mereka juga terus mengikuti aturan-aturan agama Islam, baik dalam perilaku maupun dalam hal-hal lain, baik yang bersifat universal maupun pribadi. Dalam perkembangannya, agama memengaruhi banyak hal, bahkan budaya juga memiliki elemen-elemen keagamaan.

Fenomena penggunaan media sosial dalam menyebarkan informasi dan pengetahuan tentang keagamaan merupakan hal yang unik. Penggunaanya 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

²² Richard Coyne, *Technoromanticism: digital narrative, holism, and the romance of the real* (MIT Press, 1999), 20.

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.²³

Penjelasan di atas cukup menjelaskan bahwa agama dan media 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 Daniel Pals 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.²⁴

Digitalisasi telah mengubah cara berkomunikasi dan interaksi, dan salah satu perubahan yaitu cara berbagi (*sharing*). Orang tidak semata-mata mengalami segala sesuatu, tetapi terlibat lebih jauh dalam mempublikasikan informasi atau berita. Orang tidak semata-mata melihat peristiwa, tetapi turut aktif membagikannya. Orang tidak hanya mengetahui suatu informasi, tetapi aktif meneruskannya

²³ Daniel L Pals, *Ten Theories of Religion* (Oxford: Oxford University Press, 2022), 87.

²⁴ Pals, *Ten Theories of Religion*, 302.

semudah mengklik layar gawainya. Ini adalah salah satu mentalitas yang merebak, seperti dikatakan Yuval Noah Harari dalam bukunya *Homo Deus: A Brief History of Tomorrow*. yang berpandangan bahwa menulis di buku harian pribadi (kemampuan reflektif) adalah praktik umum humanis pada generasi terdahulu²⁵ yang dirasa tidak berguna bagi kaum muda kini. Harari mengatakan:

Jika Anda pergi ke India dan melihat seekor gajah, Anda tidak memperhatikannya dan bertanya kepada diri sendiri ‘Apa yang saya rasakan?’ Anda terlalu sibuk mencari telepon pintar, mengambil gambar gajah itu, mengunggahnya ke Facebook dan kemudian memeriksa akun Anda setiap beberapa menit untuk melihat berapa banyak ‘like’ yang Anda dapatkan. Motto yang baru adalah “Jika Anda mengalami sesuatu, rekam. Jika Anda mengalami sesuatu, unggah. Jika Anda mengunggah sesuatu, bagikan.” Kaum datais percaya bahwa pengalaman tidak berguna jika tidak dibagi, dan bahwa kita tidak perlu bahkan tidak bisa mencari makna dalam diri kita. Kita hanya perlu merekam, melihat sekilas (atau hanya judulnya) dan menghubungkannya pada aliran data besar, yakni membagikan lewat media sosial.²⁶

Apa yang dikemukakan oleh Harari merupakan sebuah petanda bahwa zaman kekiniaan orang tidak bisa lepas dari media. Oleh sebab itu, media berperan dalam membangun keterlibatan dan partisipasi anggota dalam praktik keagamaan. Tanpa media, partisipasi anggota mungkin menurun, karena kurangnya informasi, dorongan, dan interaksi yang diberikan oleh media. Ini dapat menghambat perubahan yang diinginkan dalam praktik keagamaan. Tanpa adanya media, partisipasi anggota dalam praktik keagamaan dapat mengalami penurunan. Media memainkan peran penting dalam membangun keterlibatan dan partisipasi anggota dengan menyediakan informasi yang relevan, memberikan dorongan dan motivasi, serta memfasilitasi interaksi antara anggota. Ketika media tidak ada, anggota mungkin mengalami keterbatasan dalam mendapatkan informasi terkait perubahan dalam praktik keagamaan, serta kurangnya dorongan dan motivasi untuk terlibat secara aktif.

²⁵ Kalangan humanis meyakini bahwa pengalaman terjadi dalam diri seseorang, dan bahwa ia harus menemukan dalam dirinya sendiri makna dari segala yang terjadi sehingga mengilhamkan makna bagi alam semesta.

²⁶ Yuval Noah Harari, *Homo Deus: Masa Depan Umat Manusia* (Jakarta: Pustaka Alvabet, 2018), 444–445.

Media memberikan saluran komunikasi yang efektif antara pemimpin agama, tokoh masyarakat, dan anggota organisasi keagamaan. Melalui media, pesan-pesan, instruksi, dan arahan terkait praktik keagamaan dapat disampaikan dengan lebih luas dan cepat. Informasi yang disampaikan melalui media juga dapat mempengaruhi persepsi dan pemahaman anggota mengenai perubahan yang diinginkan dalam praktik keagamaan. Selain itu, media juga memfasilitasi interaksi antara anggota organisasi keagamaan, baik secara langsung maupun melalui platform *online*. Interaksi ini memungkinkan anggota untuk berbagi pengalaman, memperkuat keyakinan, dan mendukung satu sama lain dalam melaksanakan praktik keagamaan yang diperbarui. Tanpa media, kesempatan untuk berinteraksi dan berbagi pandangan antara anggota dapat terbatas, sehingga menghambat perubahan yang diinginkan dalam praktik keagamaan.

Dengan demikian, media berperan sebagai alat yang penting dalam membangun keterlibatan dan partisipasi anggota dalam praktik keagamaan. Keberadaan media memberikan akses kepada anggota untuk mendapatkan informasi yang relevan, dorongan untuk terlibat secara aktif, serta interaksi yang memperkuat perubahan sosial dalam praktik keagamaan.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah membawa perubahan yang signifikan dalam pendidikan, dakwah, sosial keagamaan. Pada masyarakat Indonesia yang menjadi aktor penggerak utama adalah ulama dan organisasi keagamaan yang mampu menginspirasi masyarakat Indonesia dalam merespons tuntutan secara kultural dan agama. Penggerak utama ini telah berhasil mengirimkan santri-santri Jawa ke pusat dunia Islam. Pada saat pulang kembali ke Indonesia telah menjadi pemimpin yang otoritatif yang mampu mencerahkan kehidupan sosial-agama seperti KH. Hasyim Ansyari yang mendirikan organisasi Nahdlatul Ulama²⁷ dan KH. Ahmad Dahlan yang mendirikan organisasi

²⁷ Faisal Ismail, *Paradigma Kebudayaan Islam: Studi Kritis dan Refleksi Historis* (Yogyakarta: Suka Press, 2014), 28–29.

Muhammadiyah²⁸ dan KH. Zamzam dan KH. Muhammad Yunus yang mendirikan Persatuan Islam.²⁹

Setiap organisasi kemasyarakatan (ormas) Islam memiliki kekhasan dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaannya. Kekhasan ini dapat berkaitan dengan tujuan dan visi organisasi, pemahaman keagamaan, cara penyampaian pesan, serta media yang digunakan. Muhammadiyah memiliki kekhasan dalam pemahaman Islam yang moderat dan inklusif, yang lebih menekankan pada pentingnya pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan sosial. Dalam memediasi pesan-pesan keagamaannya, Muhammadiyah memiliki media dalam merespon perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dan saat ini aktif dalam melakukan dakwah melalui berbagai platform media digital. Beberapa contoh ajaran agama Islam yang dilakukan oleh Muhammadiyah di era new media antara lain *website* (Muhamadiyah chanel), *facebook* (Perserikatan Muhamadiyah), *twitter* (@muhamadiyah), *Instagram* (@lensamu), dan *youtube* (TvMU). Muhammadiyah juga memiliki aplikasi mobile yang dapat diunduh oleh pengguna smartphone. Aplikasi ini menyediakan berbagai informasi tentang ajaran Islam, kajian keagamaan, dan pengajian *online*. Radio dan televisi *online* juga dijadikan media yang dapat diakses melalui internet. Begitu juga mengembangkan media *blog* dan *website* dalam menyediakan berbagai informasi dan pemikiran tentang ajaran Islam.

Persatuan Islam atau yang dikenal dengan Persis memiliki kekhasan dalam pemahaman Islam yang cenderung lebih konservatif dan puritan. Dalam mensosialisasikan pesan-pesan keagamaannya, Persis dahulu lebih banyak

²⁸ Muhammadiyah didirikan di Yogyakarta pada 1912 oleh KH Ahmad Dahlan, Muhammadiyah berdiri tidak hanya terdorong oleh politik pengkristenan pemerintah kolonial yang reaksioner terhadap agama Islam, tetapi juga merupakan perlawanan terhadap tradisionalisme Islam. Tantangan tradisionalisme Islam di Jawa relatif lebih berat dan sulit. Hal ini disebabkan oleh dalamnya pengaruh nilai-nilai Hindu-Budha serta nilai-nilai paganistik lainnya yang ada pada masyarakat Islam Jawa pada waktu itu. Fachry Ali dan Bachtiar Effendi, *Merambah Jalan Baru Islam: Rekonstruksi Pemikiran Islam Indonesia Masa Orde Baru* (Bandung: Mizan, 1986), 71.

²⁹ Persatuan Islam (Persis) yang didirikan di Bandung pada tanggal 12 September 1923. Dalam aktivitasnya, Persis berusaha keras mengembalikan umat Islam kepada tuntunan al-Qur'an dan Sunnah Nabi, menghidupkan ruh jihad dan ijtihad, serta membasmi *bid'ah*, takhayul, khurafat, syirik, musyrik, dan *taqlid* buta dengan cara tablig dan dakwah Islam kepada masyarakat serta mendirikan pesantren dan sekolah-sekolah untuk mendidik para putera Muslim. Lothrop Stoddard, *Dunia Baru Islam*, (Jakarta: Panitia Penerbit, 1966), 297.

menggunakan media cetak, seperti buku dan majalah, namun sekarang juga merambah ke berbagai platform media digital dalam memediasi pesan-pesan keagamaannya. Beberapa media yang digunakan oleh Persis antara lain *website* (persis.or.id), *facebook*, *Twitter*, *Instagram* (@infopersis), dan *youtube* (persis tv channel) Melalui platform ini, Persis menyebarkan berbagai informasi tentang ajaran Islam, kajian keagamaan, serta beritaberita terkini dari Persis. Begitu juga radio dan televisi *online* melalui youtube serta mengembangkan *blog* dan *website* resmi yang menyediakan berbagai informasi tentang ajaran Islam, pemikiran keagamaan, kajian keislaman, dan berita-berita terkini dari Persis.

Nahdlatul Ulama merupakan ormas Islam yang memiliki basis pesantren, sehingga dalam memediasi pesan-pesan keagamaannya, NU lebih banyak menggunakan media yang berbasis pendidikan, seperti buku-buku pelajaran dan kitab-kitab kuning. Selain itu, NU juga aktif dalam pengembangan radio dan televisi berbasis pesantren, seperti TV Edukasi dan Radio Dakwah NU. Sejak 2003, Nahdlatul Ulama telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah daring untuk memperluas kegiatan dakwahnya, yang dikenal sebagai dakwah multimedia. Nahdlatul Ulama menggunakan berbagai platform media sosial, termasuk Instagram (@nuonline_id), Facebook (NU Online), Twitter (@nu_online), YouTube (NU Online), dan situs web (www.nu.or.id). Redaksi NU Online berlokasi di Gedung PBNU Lantai 5, Jalan Kramat Raya No. 164, RT 7/RW 2, Kenari, Senen, Jakarta Pusat.

Selain itu, setiap ormas Islam juga memiliki cara tersendiri dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaannya, seperti gaya penyampaian, bahasa yang digunakan, serta target audiens yang dituju. Namun, pada dasarnya, tujuan dari mediasi pesan-pesan keagamaan yang dilakukan oleh ormas Islam adalah untuk memperkuat pemahaman dan pengamalan ajaran Islam, serta memperluas jangkauan dakwah dan pengaruh keagamaan di masyarakat. Media radio dan televisi *online*, NU juga menyediakan radio dan televisi *online* yang dapat diakses melalui internet serta *blog* dan *website* resmi NU yang menyediakan berbagai informasi tentang ajaran Islam, pemikiran keagamaan, kajian keislaman, dan berita-berita terkini dari NU. Dengan berbagai platform media digital tersebut, ormas

Muhammadiyah, Persis dan NU berusaha untuk memperkuat ajaran agama Islam dan menyebarkan pesan-pesan keagamaan yang moderat dan inklusif kepada masyarakat luas. ormas Muhammadiyah, Persis dan NU juga berharap agar ajaran agama Islam melalui media digital dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan agama Islam di era yang semakin modern dan digital.

Era globalisasi kini merupakan dinamika zaman yang tak bisa diejawantah, dinegasi bahkan ditanggihkan. Penandanya melalui kemajuan sains dan teknologi, dan cara kerja yang serba instan yang berdampak pada perubahan sosial yang signifikan menysar semua lini kehidupan. Tak terkecuali keyakinan agama menjadi sasaran perubahan. Kemerosotan moralitas agama disebabkan karena dominasi grand narasi modernisme³⁰ yang mengokohkan peran subjek (manusia) sebagai kuasa atas objek (alam). *World view* (pandangan dunia) macam ini, beserta tatanan sosial yang dihasilkannya, ternyata telah melahirkan berbagai konsekuensi buruk bagi kehidupan manusia dan alam.³¹

Atas dasar pandangan dunia modern maka konflik terjadi dimana-mana bukan saja konflik sosial, namun konflik agamapun merajalela. Terjadi pada penganut beda agama bahkan di kalangan tokoh-tokoh intern seagama pun bertikai. Semuanya berakar pada identitas yang berbeda. Terdapat dua hal dalam menjelaskan identitas keagamaan; *pertama*, menurut Fiona Bowie bahwa identitas dikonstruksi secara terus-menerus melalui pengalaman hidup di dalam dan ketika berinteraksi dengan dunia. Ini berarti bahwa sepanjang manusia berhubungan dengan yang lain maka sesungguhnya ia sedang mengonstruksi identitasnya. *Kedua*, identitas dibangun berdasarkan pada perbedaan-perbedaan dalam konteks

³⁰ Gerakan pemikiran dan gambaran dunia tertentu yang awalnya diinspirasi oleh sang bapak filsafat modern yakni Rene Descartes, dikokohkan oleh gerakan pencerahan (*aufklarung*), dan mengabadikan dirinya hingga abad kedua puluh ini melalui sains dan kapitalisme.

³¹ *Pertama*, pandangan dualistiknya yang membagi seluruh kenyataan menjadi subjek dan objek, spiritual dan material, manusia dan dunia, dsb. *Kedua*, pandangan modern yang bersifat objektivistis dan positivistis yang akhirnya cenderung menjadikan manusia seolah objek juga dan masyarakat pun direkayasa sebagai mesin. *Ketiga*, ilmu-ilmu positif empiris menjadi standar kebenaran tertinggi. *Keempat*, materialisme, bila kenyataan terdasar tak lagi ditemukan dalam religi, maka materilah sebagai kenyataan paling dasar. *Kelima*, adalah militerisme, karena norma-norma religious dan moral tak lagi berdaya bagi perilaku manusia, maka kekerasan adalah satu-satunya jalan untuk mengatur manusia. Lihat, Bambang Sugiharto, *Posmodernisme Tantangan Bagi Filsafat* (Yogyakarta: Kanisius, 1996), 29.

hubungan dan interaksi dengan yang lain (*others*).³² Manusia memandang diri, dan hidupnya melalui pengalaman keseharian dan adanya interaksi dengan yang lain, itu kemudian mengontraksi identitas siapa dirinya. Hasil dari pencerapan pada pelbagai hal seperti; Ideologi, pengetahuan, sosial, ekonomi, politik yang kemudian merepresentasi pada pandangan hidup seseorang.

Jika kita telisik bahwa identitas tak pernah stagnan atau kaku, ia selalu bisa berubah. Menurut Eriksen, perubahan identitas karena yang menjadi batas-batas identitas berubah dan batas-batas identitas tersebut bersifat arbitrar, yaitu hanya elemen-elemen tertentu yang dipilih dan dianggap penting. Sebagaimana sang Buddha mengembangkan pandangan bahwa gambaran kita sehari-hari akan alam semesta dan diri kita adalah sejenis ilusi. Dalam rentang sejarah, selama berabad-abad, para filsuf India mempertahankan suatu konsepsi tentang adanya realitas absolut, atau Brahman yang dipegang teguh oleh pengalaman manusia sehari-hari yang bebas dan tidak dikenal sama sekali.³³

Nilai-nilai moralitas semestinya menjadi pegangan hidup setiap orang, namun karena *trend* lebih menekankan *pleasure oriented*, maka hal itu akan mudah ditinggalkan. Dalam menghadapi proses perubahan itu agama mengalami apa yang disebut pembedangan institusional. Agama harus menegaskan dirinya di mana letaknya ia sebagai suatu institusi. Sebab dalam masyarakat menurut yang masih sederhana Durkheim, agama biasanya berfungsi untuk segala-segalanya.³⁴

Perubahan sosial yang cepat mempengaruhi pola perilaku masyarakat khususnya pengamalan agamanya yang semakin menurun, karena salah satu akibat dari perubahan pengamalan agama masyarakat dan semakin tumbuhnya materialisme dan hedonisme masyarakat, kedua sikap ini sangat merusak bagi umat. Maka dalam hal ini jika peran organisasi ormas keagamaan dalam berdakwah yang dilaksanakan maksimal dalam memecahkan permasalahan tersebut dan karena mengandaikan suatu strategi baru dalam menghadapi perubahan sosial

³² Fiona Bowie, *The Anthropology of Religion* (Oxford: Oxford Blackwell Publishers, 2001), 71.

³³ Robert C dan Higgins Kathleen M Solomon, *Sejarah Filsafat*, trans. Saut Pasaribu (Yogyakarta: Bentang Budaya, 2002), 3.

³⁴ Emile Durkheim, *The Elementary Forms of Religious Life* (New York: The Free Press, 1995), 56.

kemungkinan mengakibatkan terjadinya kegagalan pencapaian tujuan dakwah. Sementara itu menurut Dadang Kahmad, yang memaknai fungsi agama sebagai motivator tindakan sosial,³⁵ tentunya ajaran agama harus bisa menjadi landasan norma dan acuan masyarakat sebagai penganutnya dalam melakukan tindakan sosial, maka disinilah peran media sangat penting dalam mengikuti arus perubahan sosial keagamaan kepada masyarakat.

Perubahan sosial yang cepat, seperti globalisasi, urbanisasi, perkembangan teknologi, dan pergeseran nilai-nilai budaya, dapat mempengaruhi pola perilaku masyarakat, termasuk pengamalan agama. Dalam banyak kasus, perubahan ini dapat menyebabkan penurunan intensitas pengamalan agama, karena individu cenderung lebih fokus pada aspek materialisme dan hedonisme dalam upaya menyesuaikan diri dengan perubahan. Organisasi keagamaan seperti Persis, Muhammadiyah, dan Nahdlatul Ulama memiliki peran penting dalam merespons perubahan sosial dan menjaga pengamalan agama di tengah masyarakat. Namun, dalam konteks perubahan sosial yang cepat, strategi yang digunakan masih belum maksimal. Perlu adanya inovasi dan adaptasi strategi dakwah agar lebih relevan dengan tantangan baru yang dihadapi. Jika organisasi keagamaan tidak mampu menghadapi perubahan sosial dengan strategi yang tepat, tujuan dakwah seperti menjaga pengamalan agama dan mengedepankan nilai-nilai spiritual masyarakat dapat terancam gagal dicapai. Masyarakat bisa semakin menjauh dari ajaran agama dan lebih terpengaruh oleh materialisme serta hedonisme.

Berdasarkan pada paparan latar belakang penelitian, ***Media Sosial dan Perubahan Sosial (Penelitian Kualitatif Mengenai Peran Media Sosial bagi Organisasi Kemasyarakatan Islam Persis, Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama di Jawa Barat)***.

³⁵ Dadang Kahmad, *Sosiologi Agama, Potret Agama dalam Dinamika Konflik, Pluralisme dan Modernitas* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), 164.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana peran media sosial sebagai sarana informasi bagi Ormas Islam Muhamadiyah, Persis, dan Nahdlatul Ulama di Jawa Barat?
2. Bagaimana peran media sosial sebagai sarana pendidikan bagi Ormas Islam Muhamadiyah, Persis, dan Nahdlatul Ulama di Jawa Barat?
3. Bagaimana peran media sosial dalam mempengaruhi sikap dan perilaku Ormas Islam Muhamadiyah, Persis dan Nahdlatul Ulama di Jawa Barat?

C. Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini bertujuan untuk menganalisis:

1. Peran media sosial sebagai sarana informasi bagi Ormas Islam Muhamadiyah, Persis, dan Nahdlatul Ulama di Jawa Barat.
2. Peran media sosial sebagai sarana pendidikan bagi Ormas Islam Muhamadiyah, Persis, dan Nahdlatul Ulama di Jawa Barat.
3. Peran media sosial dalam mempengaruhi sikap dan perilaku Ormas Islam Muhamadiyah, Persis dan Nahdlatul Ulama di Jawa Barat.

D. Manfaat Penelitian

1. Teoretis

- a. Kontribusi akademik akademik bagi perkembangan ilmu studi agama, komunikasi, sosiologi agama, khususnya tentang perubahan sosial, media, dan keberagamaan.
- b. Menambah khazanah teori-teori tentang keberagamaan organisasi keagamaan yang selama ini masih belum banyak di kaji yang menyentuh pada aspek perubahan sosialnya dalam kacamata stu
- c. Menjelaskan gejala-gejala perubahan sosial pada perilaku keagamaan, khususnya di Jawa Barat.

2. Praktis

- a. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi kebijakan oleh lembaga-lembaga yang memiliki otoritas dalam upaya pembangunan masyarakat di wilayah Jawa Barat.
- b. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi lembaga pemerintah yang bertanggung jawab, baik di tingkat daerah maupun pusat, yang bertujuan untuk membangun dan memberdayakan organisasi keagamaan di bidang sosial dan keagamaan.
- c. Hasil penelitian juga dapat bermanfaat bagi para agen perubahan seperti para agamawan dan lembaga-lembaga keagamaan yang secara praktis terlibat dalam masalah-masalah sosial keagamaan dan ingin memahami konstelasi perubahan sosial keagamaan dalam konteks keindonesiaan.

E. Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai kaitan atau beririsan dengan penelitian ini, yaitu:

1. Handayani, Muslih Aris, and Mukti Ali. *"Antara Agama dan Imajinasi: Identitas Simbol Ibadah dalam Perspektif Postkomunikasi, Postspiritualitas, dan Hiperspiritualitas."* Religious: Jurnal Studi Agama-Agama dan Lintas Budaya 4.2 (2020). Penelitian di atas yaitu tentang praktik-praktik ibadah itu menyangkut relasi manusia dengan dirinya, manusia dengan manusia, manusia dengan Tuhan, bahkan relasi manusia dengan lingkungan tempat ia hidup. Ketika relasi-relasi itu dipraktikkan secara baik sesuai arahan Tuhan, ditambah dengan daya imajinasi manusia, maka akan muncul kepasrahan, kepatuhan, dan kekhusyukan dalam beribadah kepada Tuhan. Namun hiperrealitas spiritual atau hiperspiritualitas telah menjungkir balikkan keadaan. Hiperspiritualitas telah menciptakan praktik-praktik ibadah bentukan yang jauh dari ajaran kenabian. Ia bukan praktik ibadah yang murni melainkan sekedar simulasi dari ritual ibadah yang sejati yang diajarkan oleh nabi. Praktik ibadah berdasarkan simulasi atau imajinasi diri ini, akan memunculkan kepalsuan

dan kebohongan sebagai tandatandanya. Tulisan ini bermaksud membongkar topeng hiperrealitas dalam wilayah spiritual yang selama ini dianggap sakral.

2. Minan, Jauhari. *"Media Sosial: Simulacra Perkembangan Masyarakat Zaman Now Dalam Pemikiran Jean Baudrillard."* Al' Adalah LP2M IAIN Jember 20.1(2017).³⁶ Penelitian di atas menjelaskan bahwa menurut Baudrillard sekarang kita hidup di zaman Simulacra, dimana semua yang ada di hadapan kita ada simulasi hasil reproduksi dari realitas. Menurutnya Simulacra dapat digambarkan sebagai *societies organized around "simulation" by which he means the cultural modes of representation that "simulate" reality as in television, computer cyberspace, and virtual reality*. Karenanya, tidak ada lagi hakikat dari realitas yang sebenarnya dalam dunia simulacra ini. Tanda (*sign*) yang awalnya mengacu pada objek (realitas), digantikan dengan tanda yang mengacu pada tanda –tanda yang lain. Pengacuan tanda pada tanda– tanda yang lain inilah yang membentuk hiperrealitas, karena realitas asli tenggelam dalam lautan tanda. Kita tidak lagi bisa membagi dengan jelas mana realitas yang benar, mana yang semu, dan mana yang palsu.
3. Nasrullah, Rulli, and Dudi Rustandi. *"Meme dan Islam: Simulakra Bahasa Agama di Media Sosial."* Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies 10.1 (2016). Penelitian yang dilakukan Rulli, dan Dudi Rustandi yaitu tentang “meme” yang merupakan entitas yang dihasilkan oleh budaya baru di internet. Dua realitas yang ada di meme adalah realitas dan sindiran (satir) terhadap realitas tersebut. Meski terkesan meme muncul sebagai visual yang bergaya lucu, namun ada pesan-pesan yang disampaikan. Dalam bahasa agama, meme tidak sekadar menjadi bahasa yang literer saja, melainkan bisa tersirat. Pengguna media sosial juga menjadikan meme sebagai sarana dan bahasa untuk kritik yang dapat diarahkan dalam ruang agama.

³⁶ Minan, Jauhari. *Media Sosial: Hiperrealitas dan Simulacra Perkembangan Masyarakat Zaman Now Dalam Pemikiran Jean Baudrillard.* "Al-Adalah LP2M IAIN Jember 20.1 (2017)

4. Vilya Dwi Agustini, “*Media Sosial sebagai Tempat Literasi Ibadah di Era Pandemi (Pendekatan Teori Uses and Gratifications pada Chanel Youtube TV MU.*” *Borobudur Communication Review* Vol. 1 No. 1(2021). Hasil penelitian terhadap mahasiswa komunikasi yang merupakan bagian dari AUM menunjukkan bahwa asumsi mengenai khalayak yang aktif menjadi fokus utama teori penggunaan dan pemenuhan kebutuhan. Dalam konteks ini, meskipun mahasiswa UHAMKA adalah bagian dari Muhammadiyah yang memiliki saluran YouTube sendiri, mereka tetap memiliki kemampuan untuk memilih dan memutuskan media apa yang ingin mereka konsumsi sesuai dengan kebutuhan mereka. Dalam survei yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan sebuah kontradiksi di mana responden mengakui bahwa konten dari TV MU Channel sangat edukatif dan informatif; namun, hal tersebut tidak secara otomatis menjadi alasan bagi khalayak untuk memilih mengaksesnya. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pada pengembangan akademis teori penggunaan dan pemenuhan kebutuhan yang biasanya digunakan untuk menguji media konvensional. Dalam hal ini, media baru, meskipun dianggap memiliki potensi jangkauan yang luas, ternyata tidak memiliki pengaruh yang sebanding pada khalayaknya. Khalayak tetap memiliki kontrol penuh dan kesadaran saat menggunakan media baru.
5. Yulia Nafa Fitri Randani, Jalimah Zulfah Latuconsina, Mukhsin Achmad “*Kontestasi Otoritas Agama (Studi Kasus : Fenomena War Di Facebook Dan Instagram Dan Implikasinya Terhadap Internal Umat Islam).* *Jurnal Mahasiswa FIAI-UII, at-Thullab, Vol.4, Nomor 1, Januari-Juni, 2022.* Penelitiannya menyimpulkan bahwa perubahan ruang untuk melakukan kontestasi, dari awalnya terbatas dan bersifat pribadi, telah mengalami transformasi yang sejalan dengan perkembangan pesat media sosial. Fenomena media sosial yang semakin meluas ini telah membuka kesempatan lebih luas bagi individu untuk berkontestasi dan berekspresi. Kontestasi dalam konteks ini merujuk pada keyakinan yang kuat terhadap suatu ajaran atau pandangan, dengan upaya untuk mendapatkan pengakuan,

apresiasi, dan legitimasi dari pihak lain atas kebenaran pandangan tersebut. Dalam konteks agama Islam, hal ini berarti mengupayakan agar keyakinan mereka diakui sebagai pandangan yang paling benar dan paham terhadap ajaran Islam. Namun demikian, perlu diakui bahwa adanya kontestasi semacam ini, terutama dalam bentuk konflik di media sosial, dapat berdampak negatif. Dampak ini meliputi kerusakan terhadap semangat persaudaraan Islami dan citra Islam di mata individu atau kelompok. Oleh karena itu, sebagai seorang muslim yang beriman dan memiliki akal, diharapkan mampu menghadapi tantangan yang muncul akibat kontestasi ini dengan bijaksana. Hal ini dapat dilakukan melalui sikap terbuka terhadap pandangan-pandangan berbeda, serta memiliki toleransi yang kuat terhadap keragaman pandangan di dalam Islam. Mempertimbangkan kebijaksanaan, berpikiran terbuka, dan menunjukkan sikap toleransi yang baik adalah cara yang tepat untuk mengatasi permasalahan yang timbul akibat kontestasi dan konflik di media sosial. Dalam menjalankan nilai-nilai Islam, penting untuk menjaga ukhuwah Islamiyyah (persaudaraan Islam) serta citra Islam yang positif. Dengan mengedepankan sikap saling menghormati dan memahami perbedaan pendapat, kita dapat menghindari dampak buruk yang mungkin timbul akibat pertentangan di ruang media sosial. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu fokus geografis dan organisasi spesifik, penelitian ini secara khusus mengkaji peran media dalam transformasi keagamaan di tiga organisasi besar di Jawa Barat (Persis, Muhammadiyah, dan Nahdlatul Ulama), memberikan insight baru tentang bagaimana dinamika keagamaan berkembang dalam konteks geografis dan organisasi yang spesifik. Meskipun penelitian sebelumnya menyentuh peran media sosial dalam kontestasi keagamaan, penelitian ini mengambil langkah lebih jauh dengan menganalisis secara mendalam bagaimana media sosial mempengaruhi dinamika internal organisasi keagamaan, termasuk bagaimana mereka berkomunikasi, berinteraksi, dan mempertahankan identitas serta nilai-nilai mereka dalam era digital.

Berdasarkan dari deskripsi mengenai lima penelitian terdahulu, maka unsur pembeda dalam penelilain yang dilakukan oleh penulis memiliki keterbedaan antara lain mulai dari obyek penelitian yang berbeda, subyek penelitian yang berbeda bahasan dan pembahasan yang berbeda namun dari penelitian terdahulu dapat memberi wawasan dalam tulisan ini

F. Kerangka Berpikir

Cassirer dalam diktumnya *una ets religio in rituum varietate*—agama satu, ritus bermacam-macam. Menegaskan betapa pentingnya peran agama dalam kehidupan manusia. Will Durant sebagaimana di kutip Muthahhari, yang meskipun tidak percaya pada agama mana pun, namun menaruh simpati yang dalam seperti tercermin dalam pernyataan “Agama memiliki seratus jiwa. Segala sesuatu bila telah dibunuh, pada kali pertama itu pun ia sudah mati untuk selama-lamanya, kecuali agama. Sekiranya, ia seratus kali dibunuh, ia akan muncul lagi dan akan kembali hidup setelah itu.”³⁷

Di tengah kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, masyarakat Indonesia semakin hari semakin menjadi masyarakat Informasi. Masyarakat semakin banyak mengakses media komunikasi dalam pelbagai jenis sekaligus menjadi pelaku aktif komunikasi. Kemajuan media elektronik yang sangat pesat menembus batas ruang dan waktu kehidupan manusia dan menyebarkan bermacam-macam informasi hampir seketika. Sementara itu, masyarakat Indonesia pun mengalami penurunan kualitas dalam hal kultur tulis-cetak-baca yang lebih reflektif. Masyarakat semakin dipengaruhi arus budaya audio-visual modern yang mumpuni. Lompatan jauh dari model tradisional ke model elektronis yang menggunakan teknologi audio-visual, membuat masyarakat cenderung pasif sekaligus konsumtif terhadap informasi. Artinya, masyarakat pun cenderung tidak menggunakan kemampuan dan kesempatan untuk menelaah informasi secara kritis, sehingga publik menjadi sasaran manipulasi.³⁸

³⁷ Murtadha Muthahhari, *Manusia dan Alam Semesta*, (Jakarta: Lentera, 2002), 41.

³⁸ Moh. Yasir Alimi, *Mediatisasi Agama Post-Truth dan Ketahanan Nasional* (Yogyakarta: LKiS, 2018) 70

Pertumbuhan dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah mengubah cara individu berinteraksi. Sebagai contoh, keberadaan internet sebagai ruang digital baru telah membentuk sebuah budaya yang berbeda dari sebelumnya, dan internet telah mengubah lanskap budaya ini secara keseluruhan. Keberadaan internet membawa kemudahan bagi pengguna, karena mereka dapat dengan cepat dan mudah mengakses informasi dan hiburan dari seluruh dunia. Internet telah melewati batasan dimensi kehidupan, waktu, dan ruang, sehingga memungkinkan akses di mana pun, kapan pun, dan oleh siapa pun.

Dampak dari hadirnya internet secara tidak langsung telah menciptakan generasi baru, yang dikenal sebagai Generasi Ne(x)t. Generasi ini diasumsikan tumbuh dan dibesarkan dalam lingkungan budaya media digital yang cenderung individualistik, berkomunikasi secara interaktif dalam lingkup pribadi, akrab dengan permainan video, memiliki pemahaman tentang komputer, serta memiliki lebih banyak waktu luang untuk menonton televisi dan mendengarkan radio.³⁹

Dalam konteks keberagaman Indonesia, media sosial memiliki implikasi yang sangat besar terhadap kebenaran yang kontradiktif; di satu sisi, media sosial mampu menjadi saluran dalam mencari kebenaran dan pengetahuan agama. 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 ajaran agama. Di era modern sekarang ini, pesan-pesan kitab suci diwacanakan melalui informasi daring; salah satunya dakwah *online*. Dari sini, muncul apa yang disebut oleh Bryan S. Turner, sebagai diskursif dan otoritas populer³⁹. 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). Karena masifnya wacana agama di dalam media maka lambat laun agama kehilangan makna sakralnya.

³⁹ Idi Ibrahim Subandi, "Kritik Budaya Komunikasi, Budaya, Media, dan Gaya Hidup," *Yogyakarta: Jalasutra* (2011): 110.

Fenomena-fenomena saat ini menunjukkan bahwa masyarakat modern cenderung menganggap media sebagai pilar utama dalam kehidupan mereka. Media memainkan peran penting dalam memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat, mulai dari belanja *online* hingga layanan angkutan umum *online*. Media juga memungkinkan masyarakat untuk memesan dan memilih berbagai kebutuhan melalui *smartphone* mereka dengan mudah. Kehidupan sehari-hari masyarakat modern juga sangat dipengaruhi oleh akses media melalui *smartphone* pribadi mereka, bahkan banyak yang pertama kali memerhatikan *smartphone* mereka saat bangun tidur. Pada tingkat yang lebih dalam, media telah mengambil peran yang dulunya dimiliki oleh kitab suci, bahkan ada kecenderungan untuk lebih sering memegang *smartphone* yang memiliki aplikasi kitab suci daripada kitab fisik itu sendiri.

Terkadang tanpa disadari, masyarakat modern telah menciptakan suatu bentuk "agama baru" yang diberikan pada media. Meskipun mungkin tetap mengikuti agama tertentu, perilaku sehari-hari masyarakat sudah sangat dipengaruhi oleh media. Dalam menghadapi masalah atau kesulitan hidup, media juga bisa menjadi tempat mencari dukungan, menggantikan peran agama dalam beberapa kasus. Ketergantungan pada media ini kadang-kadang bahkan bisa melebihi peranan agama, dan pada tingkat tertentu, media telah mengambil posisi sebagaimana agama dalam kehidupan masyarakat.⁴⁰

Fenomena penggunaan media sosial dalam menyebarkan informasi dan pengetahuan tentang keagamaan merupakan hal yang unik. Penggunaannya 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

⁴⁰ Dwi Wahyuni, "Agama Sebagai Media dan Media Sebagai Agama," *Jurnal Ilmu Agama: Mengkaji Doktrin, Pemikiran, Dan Fenomena Agama* 18, no. 2 (2017).

faktual; sehingga menyebabkan konsepsi tersebut akan terlihat sebagai suatu realitas yang unik.⁴¹

Media memiliki potensi untuk memperluas wawasan pemikiran, media mampu memfokuskan perhatian, dan media memiliki kemampuan untuk menginspirasi aspirasi. Menurut Staubar dan LaRose bahwa media sebagai penunjang dalam perubahan sosial, yaitu: *Pertama*, media memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Tanpa adanya media, sulit bagi informasi untuk disebarkan dengan cepat dan akurat. Media berperan sebagai saluran yang efektif untuk menyampaikan berita, fakta, dan informasi kepada masyarakat luas. *Kedua*, media massa berperan sebagai penunjang dalam proses pengambilan keputusan. Hal ini terjadi dengan adanya kelompok-kelompok diskusi yang menggunakan media sebagai sumber informasi untuk membahas dan mengambil keputusan yang berhubungan dengan isu-isu sosial. Selain itu, media juga berperan dalam mengubah sikap, keyakinan, dan norma-norma sosial melalui pesan-pesan yang disampaikan oleh tokoh-tokoh masyarakat dan melalui pemberitaan yang memperjelas masalah-masalah yang ada. *Ketiga*, media memiliki peran dalam pendidikan masyarakat dengan menyediakan konten-konten yang mendidik. Melalui media, informasi, pengetahuan, dan nilai-nilai dapat dijangkau oleh masyarakat secara lebih luas. Media menyediakan program-program edukatif, dokumenter, dan berita yang dapat memberikan pembelajaran dan pemahaman kepada masyarakat.⁴²

Informasi yang disebarkan melalui media massa cepat menyebar ke publik karena kemudahan akses dan penggunaannya. Masyarakat umum dapat dengan cepat menerima informasi yang disiarkan oleh media massa. Karakteristik lain dari media massa adalah sifatnya yang serempak. Informasi yang disebarkan dapat diterima secara bersamaan oleh masyarakat luas, karena pengiriman pesan dilakukan sekali saja dengan tujuan umum, sehingga komunikator tidak perlu

⁴¹ Daniel L. Pals, *Seven Theories of Religion*, trans. Ali Noer Zaman (Yogyakarta: Qalam, 2001), 87.

⁴² Staubhaar dan LaRose, "Communications, Media in Society," 58.

mengirimkan pesan berulang kali, memungkinkan pesan disampaikan dengan mudah dan cepat.

Komunikasi massa bersifat satu arah. Karena tidak adanya interaksi tatap muka langsung antara komunikator dan komunikan, tidak terjadi dialog di antara keduanya. Seorang komunikator fokus pada penyampaian pesan, sedangkan komunikan fokus pada penerimaan pesan, sehingga komunikasi ini hanya berlangsung satu arah. Umpan balik yang tertunda atau tidak langsung juga menjadi ciri khas komunikasi massa. Keterbatasan interaksi langsung antara komunikator dan komunikan bisa menyebabkan penundaan dalam pengiriman pesan.⁴³

peran komunikasi massa memiliki tiga dimensi: kognitif, afektif, dan behavioral atau konatif. Dimensi kognitif mencakup peningkatan kesadaran, proses belajar, dan penambahan pengetahuan. Efek afektif berkaitan dengan emosi, perasaan, dan sikap. Sementara itu, dimensi perilaku atau konatif berkaitan dengan tindakan dan niat untuk bertindak dengan cara tertentu.⁴⁴

Pertama, Peran kognitif muncul saat terjadi perubahan dalam pengetahuan, pemahaman, atau persepsi audiens. Aspek ini berfokus pada bagaimana media massa membantu audiens mempelajari informasi berguna dan mengembangkan kemampuan kognitifnya. Marshall McLuhan berpendapat bahwa media massa bertindak sebagai perpanjangan dari indra kita, memberi kita akses ke informasi tentang objek, orang, atau tempat yang belum kita lihat atau kunjungi secara langsung. Karena keterbatasan dalam memverifikasi peristiwa yang dilaporkan media, audiens cenderung mengandalkan media massa sebagai sumber informasi utama.⁴⁵ Dampak kognitif terkait erat dengan penyebaran informasi, pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan oleh media massa. Di era modern, pengaruh media massa pada khalayak lebih signifikan, terutama di masyarakat modern yang banyak memperoleh informasi dari media massa.

⁴³ P Suminar, H Sunaryanto, dan J Raya Kandang Limun, "Transformasi Karakteristik Komunikasi Di Era Konvergensi Media Transformation Of Characteristics Communication Media In Convergence Era 1) 2) 3," *Jurnal Magister Ilmu Komunikasi* 6, no. 1 (2020): 83–134.

⁴⁴ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Refika Aditama, 1999), 190.

⁴⁵ Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Bandung: Refika Aditama, 2012), 50.

Kedua, Peran afektif memiliki intensitas yang lebih tinggi daripada efek kognitif. Komunikasi massa tidak hanya bertujuan untuk menginformasikan audiens tentang sesuatu, tetapi juga untuk membuat mereka merasakan empati, terharu, sedih, gembira, marah, dan lainnya. Efek afektif terjadi ketika pesan media mengubah perasaan, kesukaan, atau ketidaksukaan audiens. Efek ini berkaitan dengan perasaan, penilaian, rangsangan emosional, dan sikap.⁴⁶ Sikap diartikan sebagai reaksi atau respons seseorang terhadap stimulus atau objek, yang berpengaruh pada tindakan berdasarkan masalah dan keyakinan individu. Sikap tidak selalu terlihat secara langsung tetapi dapat diinterpretasikan melalui perilaku tertutup. Sikap menunjukkan kesediaan individu untuk bertindak, bukan hanya pelaksanaan motif tertentu. Sikap sering kali diartikan sebagai perasaan terhadap objek, mempengaruhi emosi atau keseluruhan gairah, dan dianggap berbeda dari sikap sebagai ukuran keberpihakan. Sikap memungkinkan evaluasi terhadap suatu objek dari sangat negatif hingga sangat positif, dan mengakui bahwa manusia dapat memiliki sikap yang bertentangan atau ambivalen terhadap objek yang sama pada waktu yang berbeda.⁴⁷

Ketiga, efek behavioral mengacu pada perubahan atau pengaruh yang terjadi pada perilaku, tindakan, atau aktivitas audiens sebagai akibat dari komunikasi massa. Contohnya, tayangan kekerasan di televisi atau film dapat membuat orang bertindak lebih agresif. Sebaliknya, program tentang kesejahteraan keluarga yang ditayangkan di televisi bisa meningkatkan keterampilan ibu rumah tangga. Efek ini mencerminkan bagaimana media massa dapat mempengaruhi perilaku dan tindakan sehari-hari audiens.⁴⁸

Perilaku manusia bisa dilihat dari dua perspektif: perilaku dasar sebagai makhluk hidup dan perilaku sebagai makhluk sosial. Perilaku sosial adalah perilaku yang spesifik dan diarahkan pada orang lain, sangat dipengaruhi oleh norma-norma sosial dan dikendalikan oleh berbagai mekanisme kontrol sosial. Perilaku dasar, di

⁴⁶ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo, 2012), 56.

⁴⁷ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, 123.

⁴⁸ Ardianto, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, 58.

sisi lain, adalah reaksi biologis terhadap rangsangan eksternal atau internal, dipengaruhi oleh sistem organisme, termasuk emosi dan respons terhadap stimulus.

Fenomena penggunaan media dalam menyebarkan informasi dan pengetahuan tentang keagamaan merupakan hal yang unik. Penggunaanya 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.⁴⁹

Agama dan media 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.⁵⁰

⁴⁹ Pals, *Seven Theories of Religion*, 87.

⁵⁰ Pals, *Ten Theories of Religion*, 56.

Dalam riset ini, peneliti menggunakan teori perubahan sosial yang merupakan inti kajian Sosiologi didasarkan terhadap fakta bahwa Sosiologi adalah ilmu yang mengkaji masyarakat dalam suatu sistem sosial. Szompka mendefinisikan perubahan sosial sebagai perubahan yang terjadi di dalam atau mencakup sistem sosial. Lebih tepatnya, terdapat perbedaan antara keadaan sistem tertentu dalam jangka waktu yang berlainan.⁵¹ Pendapat Sztompka dikuatkan oleh Narwoko yang mengatakan perubahan sosial menyangkut seluruh aspek dalam kehidupan masyarakat atau harus meliputi semua fenomena sosial. Perubahan sosial mengandung perubahan pada tiga dimensi: struktural, kultural, dan interaksional. Jadi terjadinya perubahan sosial apabila telah terjadi atau sedang terjadi perubahan pada tiga dimensi tersebut. Singkatnya, perubahan sosial tidak lain merupakan perubahan dalam sistem sosial.⁵²

Masyarakat sebagai sasaran perubahan sosial. Pada dewasa ini proses-proses pada perubahan sosial dapat diketahui dari adanya ciri-ciri tertentu yaitu, *pertama*, tidak ada masyarakat yang berhenti perkembangannya karena pada setiap masyarakat mengalami perubahan yang terjadi secara lambat atau secara cepat. *Kedua*, perubahan yang terjadi pada lembaga kemasyarakatan tertentu akan diikuti dengan perubahan-perubahan pada lembaga sosial lainnya. Karena lembaga-lembaga sosial sifatnya interdependen, maka sulit sekali untuk mengisolasi perubahan pada lembaga-lembaga sosial tertentu saja. Proses awal dan proses-proses selanjutnya merupakan suatu mata rantai. *Ketiga*, Perubahan-perubahan sosial yang cepat biasanya menyebabkan disorganisasi yang bersifat sementara karena berada dalam proses penyesuaian diri. Disorganisasi akan diikuti oleh suatu reorganisasi yang mencakup pemantapan kaidah-kaidah dan nilai-nilai lain yang baru.⁵³

Selain itu peneliti juga menggunakan teori *Uses and Gratification* tidak fokus pada medium yang digunakan untuk mengirim pesan, melainkan pada alasan mengapa audiens memilih medium tertentu. Hal ini disebabkan oleh beragamnya

⁵¹ Piötr Sztompka, *The Sociology of Social Change* (Oxford: Blackwell, 1994), 56.

⁵² Dwi Narwoko, dkk, *Sosiologi: Teks Pengantar dan Terapan* (Jakarta: Kencana, 2010), 362.

⁵³ Soerjono Soekanto. *Sosiologi Suatu Pengantar* (Jakarta: Rajawali Press, 2007), 267.

pilihan media yang tersedia, yang memungkinkan individu memilih berdasarkan kebutuhan dan preferensi pribadi. Oleh karena itu, teori ini lebih menekankan pada pemahaman alasan di balik pilihan media oleh audiens, serta waktu dan konteks penggunaannya.

Katz mengemukakan tiga asumsi utama dalam teori ini. *Pertama*, audiens dihadapkan pada banyak pilihan media, yang muncul sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan mereka, baik dari segi psikologis maupun sosial. *Kedua*, karena kebutuhan audiens bervariasi, teori *Uses and Gratification* mencoba mengidentifikasi kebutuhan spesifik setiap audiens. *Ketiga*, ada kompetisi antara berbagai media untuk memenuhi kebutuhan audiens tersebut. Ini menunjukkan bahwa pemilihan media oleh audiens adalah proses yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kebutuhan individu dan karakteristik media yang bersaing.⁵⁴



⁵⁴ Elihu Katz, J Blumler, dan Michael Gurevitch, "Uses and gratification theory," *Public Opinion Quarterly* 37, no. 4 (1974): 509–523.