

SCAN ME



MOCH FAKHRUROJI

DIGITAL RELIGION SEBAGAI 'COMMUNICATIVE FIGURATIONS'

Orasi Ilmiah
Pengukuhan Guru Besar Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung
23 April 2025



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Digital Religion sebagai “Communicative Figurations”

Moch Fakhruroji

*“Didiklah anak-anakmu sesuai dengan zamannya,
karena mereka hidup di zaman yang berbeda dengan zamanmu”
(Sayyidina ‘Ali bin Abi Thalib RA.)*

Assalamu‘alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Yang saya hormati!

1. Ketua Senat, Sekretaris Senat, beserta seluruh anggota Senat UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
2. Rektor dan para Wakil Rektor UIN Sunan Gunung Djati Bandung beserta jajarannya;
3. Para Dekan & Wakil Dekan di lingkungan UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
4. Direktur dan Wakil Direktur Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
5. Para Ketua Prodi, Jurusan, dosen-dosen, dan tenaga kependidikan UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
6. Para Kepala Biro dan Tenaga Kependidikan di lingkungan UIN Sunan Gunung Djati Bandung;
7. Keluarga yang saya cintai, tamu undangan dan hadirin yang saya hormati.

Puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT. Maha Pengasih dan Penyayang. Atas izin-Nya, kita dapat bertemu pada kesempatan yang berbahagia ini. Shalawat dan salam semoga selalu dilimpahkan kepada Rasulullah Saw., beserta keluarga dan sahabat serta seluruh pengikutnya hingga akhir zaman. Merupakan sebuah kehormatan tak terhingga bagi saya untuk dapat menyampaikan pidato pengukuhan sebagai Guru Besar bidang Ilmu Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada kesempatan ini.

Hadirin yang saya muliakan!

Saya ingin mengawali pidato ini dengan menceritakan sebuah kisah tentang seorang pemuda bernama Muhammad Abi Azkakia yang “viral” pada tahun 2022. Para pengguna TikTok atau Youtube mengenalnya sebagai Ustadz Abi. Ia adalah seorang *streamer* TikTok pendiri *Majelis Nurul Legends* (MNL), sebuah “majelis dakwah” di platform *Mobile Legends: Bang Bang* (MLBB), salah satu *game online* populer di Indonesia. Seraya memainkan *keyboard* dan *joystick*, Abi menyelipkan kata-kata motivasi keagamaan kepada sesama *gamers* secara *real-time*, bahkan ia mengklaim beberapa *gamers* telah menjadi *mualaf* setelah berpartisipasi dalam majelis ini.

Fenomena MNL merupakan salah satu contoh dari keberagaman kontemporer yang lahir dengan dukungan media digital yang hari ini kian mudah ditemui. Dalam menjadikan platform *game online* sebagai ruang dakwah tentu saja merupakan hal yang unik, bahkan bagi kalangan Gen-Z sekalipun. Lebih jauh bagi kalangan generasi sebelumnya, fenomena ini mungkin mengundang kontroversi karena meskipun dakwah merupakan kewajiban teologis dan bersifat individual, namun tidak semua orang dapat dianggap “pantas” (Hasjmy, 1994; Millie et al., 2020). Secara umum, hal ini menggambarkan adanya kontestasi otoritas keagamaan antara kalangan tradisional dengan “para pendaatang baru” sebagaimana pula

digambarkan dalam sejumlah kajian (Bourdieu, 1991; Cloete, 2016; Fakhruroji, 2019b; Sardar & Inayatullah, 2003; Weber, 1968). Padahal internet, dan terutama media sosial, memiliki karakteristik yang terbuka sehingga otoritas keagamaan menjadi semakin bersifat cair (Campbell, 2007; Fakhruroji, 2015, 2019a; O’Leary, 1996; Possamai & Turner, 2014; Turner, 2007).

Oleh karena itu, alih-alih membicarakan kontestasi otoritas keagamaan sebagai akibat dari maraknya teknologi digital, saya ingin menggulirkan sekelumit gagasan teoretis untuk memahami lahirnya otoritas keagamaan digital dengan menggunakan perspektif *deep mediatization*, sebuah teori yang menganalisa tentang relasi yang lebih mendalam antara manusia dan media digital (Hepp, 2016, 2020a, 2020b).

Deep mediatization merupakan teori yang berargumen tentang semakin tingginya intensitas penggunaan media dalam keseharian kita. Namun demikian, “penggunaan media” dalam teori ini tidak lagi merujuk pada konteks media sebagai sarana (*medium*) komunikasi beserta dampaknya sebagaimana dipahami dalam teori *media effects*, atau bagaimana media dimanfaatkan sesuai preferensi masyarakat seperti dipahami dalam teori *uses and gratifications*. Oleh sebab itu, gagasan utama dari apa yang saya sampaikan pada kesempatan ini adalah bahwa kehadiran teknologi digital tidak hanya mendisrupsi otoritas keagamaan tradisional, tetapi juga membuka peluang bagi lahirnya otoritas keagamaan yang baru dan dengan cara yang sama sekali berbeda.

Hadirin yang saya muliakan!

Minat saya terhadap kajian komunikasi dan budaya digital mungkin dimulai sejak saya menempuh studi program Sarjana yakni setelah membaca sebuah buku karya Nicholas Negroponte (1995) bertajuk “*Being Digital*.” Pada saat itu, seluruh gagasan dalam buku tadi terbaca begitu utopis, terlebih hampir seluruh kajian *digital culture* atau *cyberculture* saat itu banyak mengacu pada sebuah novel ber-genre *cyberpunk* berjudul “*Neuromancer*” karya William Gibson di tahun 1984. Pendek kata, istilah apapun yang dikaitkan dengan term “digital” terbaca seolah “tak terjangkau.”

Di sisi lain, awal tahun 2000-an merupakan era dimana masyarakat Indonesia mulai merasakan internet secara luas. Kita mulai akrab dengan *mailing list*, *discussion forum*, komunitas online, *blog* hingga *social networking sites* (SNS, situs jejaring sosial), cikal-bakal dari media sosial. SNS seperti *Friendsters*, *MySpace*, meskipun kemudian kalah pamor dari *Facebook* di tahun 2004 semakin menggambarkan gagasan Negroponte tentang makna dari “*being digital*.” Perkembangan teknologi secara radikal ini benar-benar telah mendefinisikan-ulang cara hidup masyarakat kontemporer.

Maraknya penggunaan media digital dalam keseharian kita memberikan gambaran yang lebih jauh dari apa yang dibayangkan McLuhan (1962). Hari ini media tidak hanya mempengaruhi persepsi kita tentang dunia sosial, akan tetapi juga mendorong lahirnya budaya media dimana media telah membingkai praktik-praktik sosial kebudayaan (Kellner, 1995). Budaya media juga mengimplikasikan bahwa *mediatied realities* tidak hanya terdiri dari konteks komunikasi massa namun merupakan proses dari hampir seluruh aspek kehidupan (Horsfield, 2018). Oleh sebab itu, media tidak hanya dipahami sebagai instrumen yang mentransmisi *fixed message* sebagaimana dipahami dalam komunikasi paradigma transmisional, akan tetapi secara kultural juga mesti dipahami sebagai ranah dimana terjadi konstruksi, negosiasi, dan rekonstruksi makna kebudayaan secara berkelanjutan.

Secara teoretis, hubungan antara agama dan media telah memunculkan perdebatan serius di kalangan sarjana, terutama sejak kemunculan *televangelism* di dunia Barat (Hoover,

2006; Hoover & Clark, 2002) dan konsep mediatisasi agama yang digagas oleh Stig Hjarvard (2008) merupakan jalan tengah untuk memahami hubungan diantara keduanya. Namun demikian, istilah mediatisasi bukan tanpa masalah. Sebab dalam beberapa studi, setidaknya ada dua istilah berbeda untuk mengungkapkan fenomena ini, yakni mediasi (*mediation*) dan mediatisasi (*mediatization*). Istilah mediasi lebih banyak digunakan oleh ilmuwan sosial (misalnya, Hoover, 2006; Martin-Barbero, 1993; Silverstone, 2007). Penggunaan istilah mediasi tampaknya disebabkan oleh latar disiplin ilmu sosial yang melihat media sebagai institusi yang sejak lama dipandang terpisah dari masyarakat.

Sementara itu dalam disiplin komunikasi dan kajian media, kata mediasi telah sejak lama menjadi term umum yang merujuk pada praktik komunikasi bermedia (*mediated communication*) dalam konteks transmisional. Oleh sebab itu, para sarjana komunikasi lebih banyak menggunakan istilah mediatisasi (*mediatization*) untuk merujuk fenomena kultural yang muncul sebagai dampak dari intensifikasi media dalam kebudayaan sehari-hari dan terjadi secara berkelanjutan (Hjarvard, 2017; Krotz, 2009). Salah satu gagasan otentik dari teori ini adalah menempatkan media sebagai agen aktif dalam perubahan kultural, termasuk perkara yang berhubungan dengan otoritas keagamaan.

Hadirin yang berbahagia!

Ketika menganalisis otoritas keagamaan di era digital, para peneliti tampaknya sepakat bahwa otoritas keagamaan menjadi semakin cair (Possamai & Turner, 2014; Turner, 2007). Namun demikian, argumen dibalik pernyataan tersebut masih belum begitu jelas. Otoritas itu sendiri, dalam konsepsi klasik Weber (1968), disebut sebagai *imperative control* sehingga mengindikasikan adanya hubungan dengan sifat kharismatik individu. Lebih jauh, Hannah Arendt (1968) menguraikan bahwa kharismatika ini sering beroperasi secara hierarkis melalui apa yang disebutnya sebagai *foundational past*, yakni hierarki yang menghubungkan individu atau sekelompok orang dengan masa lalu sebagai dasar untuk melakukan idealisasi masa kini (Alatas, 2021: 5). Pada titik ini, irisan konsep Arendt dan Weber perihal otoritas terletak pada elemen penerimaan atau pengakuan dari kelompok atau sistem sosial atas otoritas yang dimaksud.

Dalam tradisi Islam, Bruce Lawrence (2002) membagi otoritas kedalam tiga jenis; *scriptural*, *charismatic*, dan *juridical*. Jenis otoritas *scriptural* ditandai dengan kedalaman pemahaman individu atas kitab suci dan teks-teks keagamaan lainnya. Sementara itu jenis otoritas *charismatic* diperlihatkan melalui kemampuan seseorang dalam menjadi figure teladan dengan Nabi Muhammad sebagai *role-model*. Sedangkan jenis otoritas *juridical* merupakan otoritas yang disematkan pada individu atau institusi yang menguasai sumber-sumber hukum Islam. Tampaknya, definisi otoritas dalam pandangan Weber dan Arendt lebih fokus pada jenis yang pertama, yakni otoritas kharismatik.

Dalam konteks Islam Indonesia, otoritas keagamaan bahkan termanifestasi lebih luas sebagaimana ditampilkan oleh para ulama yang melampaui peran sebagai tokoh agama, tetapi juga sebagai figur kultural dan agen penting dalam perubahan sosial (Azra, 2004; Geertz, 1960; Horikoshi, 1987). Ulama bukan hanya *cultural brokers* sebagaimana dianalisis Geertz (1960), tetapi juga dalam “*almost every possible classification of groups within Islamic society*” (Humphrey dalam Burhanudin, 2004: 28). Oleh karena itu tidak mengherankan jika otoritas keagamaan Islam di Indonesia seringkali terbentuk dalam konteks yang tradisional dan *rigid*, terutama terkait sumber-sumber pengetahuan dan praktik keagamaan. Lebih jauh, sering terkonsentrasi pada figur atau organisasi tertentu dengan konteks *foundational past* yang dimiliki.

Di sisi lain, sumber-sumber informasi keagamaan semakin tersebar luas seiring perkembangan teknologi, terutama di era digital dimana internet dan platform digital semakin memberikan dampak pada ‘disrupsi’ atas otoritas tradisional. Fenomena pergeseran otoritas keagamaan terkait perkembangan teknologi baru telah lama diperbincangkan. Ziauddin Sardar & Inayatullah (2003) misalnya menggambarkan tentang penolakan para ulama atas produksi massal kitab-kitab agama, termasuk Al-Quran, dengan teknologi percetakan yang secara umum menggambarkan upaya pertahanan otoritas keagamaan tradisional (Sardar & Inayatullah, 2003).

Sementara itu dalam sejarah komunikasi, kebangkitan media cetak dikenal sebagai fase *Gutenberg galaxy*, fase ketiga setelah *oral tribe culture* dan *manuscript culture* (McLuhan, 1962). Teknologi percetakan telah melahirkan “*Typographic Man*” yakni manusia yang persepsi dan pengetahuannya dipengaruhi oleh apa yang dibacanya dari huruf-huruf di media cetak. Tidak mengherankan jika media cetak kemudian menjadi alat propaganda paling kuat pada masanya sebelum digantikan media elektronik. Pada masa keemasannya, media cetak memberikan tantangan pada otoritas keagamaan sebagaimana diilustrasikan sebelumnya.

Melampaui *Gutenberg galaxy*, bahkan *Electronic era*, hari ini kita berada dalam *Internet galaxy* (Castells, 2001) dimana internet tidak hanya menjadi primadona komunikasi, tetapi juga sebagai *disruptor* terbesar, terutama di negara-negara berkembang dimana pengaruh internet merangsek pada wilayah-wilayah ekonomi, sosial, politik, dan budaya (Castells, 2001, 2009). Dengan beberapa karakteristik dasarnya seperti interaktif, berjejaring, digital dan konvergen (Gane & Beer, 2008), internet tidak hanya merevolusi cara berkomunikasi tetapi juga menciptakan pola-pola baru dalam kehidupan sehari-hari (Barzilai-Nahon & Barzilai, 2005).

Dalam analisis Castells (2009), hal ini dimungkinkan oleh infrastruktur digital yang menghubungkan pengguna satu sama lain dalam lingkungan sosial digital sehingga menciptakan *network society*. Sebagai masyarakat yang dihubungkan secara mekanis oleh infrastruktur digital, maka *network society* juga hadir dengan norma-norma dan praktik kultural yang lahir dalam jalinan infrastruktur digital beserta instrumennya.

Hadirin yang berbahagia!

Dalam *network society*, tampaknya konteks mediatisasi tidak lagi relevan terutama ketika digunakan untuk mengurai genealogi otoritas keagamaan digital (*digital religious authority*). Sebagaimana ditunjukkan oleh perspektif mediatisasi, otoritas keagamaan diasumsikan dapat “berpindah” kedalam konteks digital, baik melalui term virtualisasi, konvergensi atau digitalisasi. Namun demikian, konteks mediatisasi cenderung melihat bahwa perpindahan ini dipandang sebagai upaya strategis para aktor keagamaan tanpa memperhatikan elemen-elemen teknis seperti infrastuktur digital dan algoritma yang justru hari ini seringkali dituding sebagai elemen utama pembentuk otoritas keagamaan digital.

Oleh karena itu, salah satu teori yang mampu menggambarkan fenomena ini secara lebih baik adalah *deep mediatization*, setidaknya untuk saat ini. Diperkenalkan oleh Andreas Hepp, teori ini menganalisis bahwa media digital bukan hanya saluran dan ranah dimana kita berkomunikasi dan berinteraksi, tetapi juga mengumpulkan data selagi kita berinteraksi di dalamnya (Hepp, 2020a: 6). Data ini kemudian digunakan sebagai sumber bagi pemrosesan otomatis (*automated processing*) yang menjadi bagian fundamental dari konstruksi dunia sosial di media—kita mengenalnya dengan istilah *algoritma*. Dalam teori ini, konstruksi dunia

sosial digital mesti dianalisis secara mendalam dari berbagai instrumen yang terlibat dalam pemrosesan data otomatis (Hepp, 2020a: 6).

Penggunaan *wearable devices* merupakan contoh sederhana dari fenomena *deep mediatization*. Ketika kita mengenakan *smartwatch*, perangkat itu dapat merekam jumlah langkah kaki, jumlah kayuhan sepeda, mendeteksi tekanan darah, mengukur detak jantung, menganalisa kualitas tidur, dan seluruh aktivitas kita yang lainnya. Bahkan perangkat itu mampu membuat semacam ringkasan secara berkala dan dengan data tersebut, dapat merekomendasikan diet atau pola hidup yang lebih sehat. Melalui ilustrasi ini, *deep mediatization* mengimplikasikan kaburnya pemisahan antara tindakan komunikatif dengan tindakan fisik.

Pada titik ini, *deep mediatization* merupakan konsep yang bersifat relasional sebagaimana yang diilustrasikan oleh Bruno Latour (2005) dalam *Actor-Network Theory (ANT)*, terutama dalam penekanannya pada relasi antara *digital infrastructure* dan *pioneer communities*. *Digital infrastructure* atau infrastruktur digital dipahami sebagai pengaturan sosio-teknikal yang dirancang dan dikonfigurasi untuk mendukung distribusi lalu-lintas sinyal digital (Parks & Starosielski 2015). Selain itu untuk menopang internet, infrastruktur digital juga merujuk pada pusat data sebagai basis bagi ‘*cloud*’ yang membentuk protokol teknis. Dengan begitu, istilah ‘jejak digital’ secara teknis sesungguhnya merujuk pada teknologi ‘*cloud*’ atau dalam istilah Gane & Beer (2008) disebut sebagai *archive*, sebuah pengarsipan melalui protokol yang rumit sehingga internet dapat memungkinkan terjadinya komunikasi secara digital.

Meskipun infrastruktur digital hari ini didominasi oleh lima perusahaan besar atau *the big five*; Google, Amazon, Apple, Facebook dan Microsoft (Hepp, 2020a), tidak berarti bahwa analisis *deep mediatization* serta-merta bersifat *economic reductionism*, sebab ada pula peran dari aktor-aktor lainnya yang dikenal sebagai *pioneer communities*. ‘*Pioneer*’ dalam konteks ini bukanlah ‘penemu luar biasa’ seperti Nikola Tesla atau Elon Musk. Mereka pada umumnya merupakan pengguna platform seperti kita, namun dinilai memiliki kontribusi dalam memberikan dampak kultural pada teknologi. Dalam konteks ini, istilah ‘profesional’ dan ‘amatir’ menjadi bersifat relatif karena para amatir dapat tampil sebagai seorang profesional dengan dukungan infrastruktur digital meski tidak memiliki latar pendidikan yang sesuai.

Infrastruktur digital, dengan demikian, merupakan “dapur” yang terdiri dari sejumlah protokol yang menghadirkan platform. Oleh karena itu, Tarlton Gillespie (2010) menjelaskan bahwa term “platform” bukan hanya konsep komputasional dan arsitektural yang memproses (meta)data melalui algoritma dalam protokol tertentu dibalik *interface*, akan tetapi harus pula dipahami secara figuratif dalam konteks sosiokultural sehingga ia juga merupakan wilayah dimana tindakan sosial dibentuk dan dipelihara. Pemahaman ini dikenal sebagai *figurational approach* (Couldry & Hepp, 2013).

Figurational approach berpandangan bahwa platform digital mampu melahirkan apa yang disebut oleh Hepp (2020b) sebagai *communicative figurations*. Term *figurations* itu sendiri merujuk pada istilah yang diperkenalkan Norbert Elias yang berargumen bahwa pusat kehidupan sosial adalah relasi itu sendiri (dalam Kuipers, 2018). Meskipun mengakui ‘kekuatan’ individu tertentu, namun kekuatan itu hanya berlaku dalam konteks relasional. Dalam teori *deep mediatization*, instrumen-instrumen seperti; *infrastruktur digital*, *platform*, *pioneer communities* dan sebagainya dapat menciptakan *communicative figurations* atau figurasi bernuansa komunikatif. Secara praktis, *communicative figurations* dipahami melalui tiga prinsip, yakni; (a) relasional, (b) prosesual, dan (c) makna konstitutif melalui interaksi.

Pertama, prinsip relasional merujuk pada gagasan bahwa inti dari kehidupan sosial adalah relasi antar-individu, sesekali ditunjang dengan instrumen-instrumen diluar individu seperti medium, teknologi dan sebagainya. Dalam banyak hal, prinsip ini sejalan dengan *Actor-Network Theory* dimana *actor* (pengguna) dapat terdiri dari elemen manusia dan non-manusia yang membentuk sebuah jejaring yang bersifat komplementer dan *co-exist*. Misalnya, hal ini tercermin melalui fenomena lahirnya komunitas-komunitas virtual di berbagai platform internet yang berujung pada lahirnya figur dengan pengaruh lebih besar dibandingkan dengan anggota dalam komunitas tersebut.

Kedua, prinsip prosesusual menguraikan bahwa layaknya sebuah permainan, kehidupan sosial akan selalu berubah-ubah dan bersifat *on-going process*, terlebih dalam konteks digital. Dalam konteks *deep mediatization*, prinsip ini merujuk pada sejauhmana individu terlibat dalam konteks *digital sociality* atau pergaulan digital. Artinya, boleh jadi seorang individu tidak memiliki peran istimewa dalam kehidupan sosial sehari-hari, namun ia memiliki peran dan pengaruh istimewa dalam platform digital tertentu dan sebaliknya sebagaimana diilustrasikan oleh *Selebgram, TikTokers, Youtubers, influencers* yang dianggap memiliki posisi tertentu karena kemampuannya memanfaatkan platform internet sebagai sumberdaya kultural atau bahkan kapital.

Ketiga, prinsip bahwa makna bersifat konstitutif dan lahir dari interaksi digital. Beragam jenis interaksi digital merupakan tindakan komunikasi yang dapat menciptakan makna-makna baru yang disepakati. Makna-makna mungkin saja diciptakan oleh produsen *platform* seperti *emoji* dan *sticker WhatsApp* yang merujuk pada makna-makna atau ekspresi tertentu (Emojipedia.org, 2022; Fakhruroji, 2021). Namun perkembangan platform juga memungkinkan para pengguna untuk mengedit atau membuat *sticker* sesuai keinginan, bahkan dengan merujuk pada foto atau *avatar* mereka. Lebih jauh, makna-makna yang disematkan produsen pada sebuah simbol menjadi bersifat negosiatif sesuai dengan konteks komunikasi sebagaimana dapat dilihat pada penggunaan simbol *thumbs* (jempol) pada *Facebook* yang mengimplikasikan makna yang berbeda-beda sesuai dengan konteks percakapan (Wagner, 2018; Waterloo et al, 2018).

Oleh karena itu, fenomena *communicative figurations* merupakan konsep yang mbingkai praktik sosiokultural dalam konteks digital sebagai bentuk komunikasi. Hal ini dicirikan dengan adanya *frame of relevance*, yakni *shared meaning* atau kesamaan makna yang merupakan hakikat dari praktik komunikasi. *Frame of relevance* dalam hal ini merujuk pada situasi dimana orang-orang yang berinteraksi dalam sebuah platform yang sama akan memiliki relevansi satu sama lain dalam hal tertentu.

Hadirin yang berbahagia!

Terkait maraknya fenomena keagamaan di internet yang menciptakan figur-figur keagamaan otoritatif yang baru, Heidi Campbell (2020) mengusulkan konsep "*algorithmic authority*." Term ini merujuk pada kekuatan algoritma yang mengarahkan tindakan manusia dan berdampak pada penilaian tentang informasi mana yang dianggap benar atau sejalan dengan pandangan agama. Otoritas berbasis algoritma ini lahir sebagai akumulasi informasi yang diproduksi oleh "*Religious Digital Creatives*" (RDCs) atau para agen kreatif dalam membangun konteks agama di ranah digital. Pada titik dapat dipahami bahwa otoritas keagamaan digital tidak lagi lahir semata dari 'kekuasaan' individu atau komunitas tertentu, atau pihak-pihak yang dianggap memiliki *foundational past* sebagaimana dalam konteks tradisional.

Meskipun gagasan Campbell ini cukup kontributif, namun lagi-lagi mengungkapkan bahwa algoritma seolah merupakan sepenuhnya akibat dari tindakan aktor baik individu maupun institusi melalui istilah RDCs dan menafikan keberadaan infrastruktur digital seperti jejaring, *interface*, protokol teknis dan semacamnya—sesuatu yang bersifat *non-human actors*. Padahal dalam framework *communicative figurations*, otoritas keagamaan di era digital mesti dipahami sebagai sesuatu yang terbentuk secara relasional, prosesusal, dan konstitutif.

Seorang tokoh agama tradisional misalnya, tidak dapat begitu saja memperoleh otoritas keagamaan dalam konteks digital, akan tetapi membutuhkan sejumlah dukungan infrastruktur digital. Itulah sebabnya, tokoh-tokoh agama yang populer di media sosial justru seringkali merupakan figur-figur yang tidak begitu dikenal otoritatif secara tradisional. Oleh sebab itu, *deep mediatization* menyuguhkan pemahaman baru tentang proses pembentukan dan pelestarian otoritas agama yang dibingkai oleh konsep *communicative figurations*.

Dengan kata lain, fenomena *digital religion* dan otoritas keagamaan digital pada dasarnya lahir dengan dukungan infrastruktur digital yang kemudian menjadikannya bersifat komunikatif. *Digital religion* termanifestasi dengan dukungan instrumen-instrumen digital seperti; suara, gambar, cahaya, teks, aliran listrik, koneksi dalam jejaring internet dan sebagainya. Oleh karenanya, otoritas keagamaan digital menjadi bersifat relasional yang bergantung pada berbagai jenis relasi; relasi antar-individu pengguna, manusia-teknologi, dan pengguna dengan platform tertentu. Sebagai fenomena *communicative figurations*, otoritas keagamaan digital tidak berfokus pada figur agama tertentu, tetapi pada relasi yang membentuk praktik keagamaan di lingkungan digital yang bahkan dapat pula menciptakan figur agama. Seluruh fenomena ini juga terlihat dalam fenomena MNL.

Selain itu, otoritas keagamaan digital juga sangat bersifat prosesusal. *Selebgram, TikTokers, Youtubers, influencers* di media sosial dan semacamnya sebagaimana pula didemostrasikan oleh Abi Azkaria melalui MNL mengilustrasikan bagaimana sifat prosesusal ini dapat menempatkan seseorang sebagai figur otoritatif. Pencapaian ini diperoleh melalui proses panjang keterlibatan mereka dalam pengayaan konten pada platform digital tertentu dan menempatkan mereka sebagai *pioneer communities*. Tidak hanya dibangun dengan modal kekuasaan atau *foundational past*, tetapi juga didasarkan pada instrumen teknis sebuah platform seperti jumlah *like, subscriber, follower*, dan instrumen lainnya (Dijck, 2013). Dengan posisi ini, mereka kemudian dapat berkolaborasi dengan berbagai sumber daya kultural bahkan kapital, misalnya melalui *endorsement* atau proyek-proyek kultural lainnya. Meski begitu, posisi mereka akan tetap lestari hanya jika mereka dapat menyesuaikan diri dengan perubahan-perubahan infrastruktur tersebut.

Selanjutnya, otoritas keagamaan juga bersifat konstitutif yang melibatkan sesama pengguna media. Dalam konteks digital, makna-makna agama—sebagaimana makna kultural lainnya—dihadirkan melalui simbol-simbol tertentu yang mengimplikasikan bahwa makna akan sangat bersifat konstitutif, bahkan lahir dari interaksi dalam *frame of relevance* tertentu. Istilah ini merupakan konseptualisasi dimana orang-orang saling terkoneksi dan memiliki orientasi yang sama dimana makna-makna baru dapat muncul, betapapun bersifat sementara (Kuipers, 2018). Dalam konteks agama, hal ini dapat dilihat dari munculnya berbagai komunitas keagamaan berbasis internet yang masing-masing disatukan oleh kesamaan makna diantara pengguna.

Implikasinya, makna-makna tradisional dari agama mengalami pergeseran. Salah satunya didemonstrasikan oleh fenomena kemunculan figur-figur agama yang baru yang begitu aktif di media digital sehingga mendapatkan posisi sosial dengan cara yang berbeda

dengan figur-figur tradisional. Dengan sejumlah jargon dan *performance* yang lebih populer, mereka dipandang “lebih sesuai” dengan semangat zaman. Praktis, makna baru atas “kesalehan” muncul sebagai makna yang konstitutif dalam interaksi di lingkungan media digital (Bayat, 2007; Slama, 2018), meski dikritik oleh kelompok otoritas tradisional.

Dalam kasus MNL, makna “majelis agama” tidak hanya berubah menjadi sesuatu yang sepenuhnya virtual, tetapi juga mengimplikasikan peleburan batas-batas sakral dan profan, sosial dan teknikal. Bagi para pengikutnya, MNL tak ubahnya majelis agama seperti pada umumnya sehingga membuatnya menjadi praktik *digital religion* karena termanifestasi dengan dukungan infrastruktur digital; platform online dan bersifat jejaring; melibatkan interaksi sejumlah pengguna; bersifat simulasional; berbasis satuan bit informasi berupa gambar, animasi, suara; dan tersimpan sebagai arsip digital. MNL juga mengilustrasikan peran Abi Azkacia sebagai agen *pioneer communities* yang memperlihatkan prinsip relasional dimana ia membangun relasi dengan para pengguna *Mobile Legends* dan menjadikannya sebagai figur agama otoritatif. Bagi para *gamers* di *channel*-nya, Abi Azkacia merupakan figur penting meski tidak dapat dibandingkan dengan figur-figur agama tradisional. Interaksi yang dibangunnya dalam MNL juga memanifestasikan prinsip prosesual dimana ia terlibat dalam pergaulan digital secara mendalam dengan para pengikutnya.

Sebagai aktor *pioneer communities*, Abi Azkacia juga telah “mengubah” platform *online game* sebagai entitas hiburan (*leisure time*) menjadi menjadi praktik keagamaan sehingga memberikan dampak kultural pada platform dan infrastruktur *game* itu sendiri. Otoritas keagamaan yang dibentuknya tidak hanya melalui berbagai instrumen agama (tampilan fisik, pengetahuan dan motivasi keagamaan, dan sebagainya), tetapi juga melibatkan sejumlah instrumen dalam *Mobile Legends* sebagai platform *online game*.

Para *gamers* pengikut MNL memiliki *frame of relevance* yang sama yakni memandang Abi Azkacia sebagai figur agama otoritatif yang melaluinya mereka memperoleh informasi agama dan juga merasa terlibat dalam event “pengajian” selagi bermain *game*. Bagi mereka, interaksi dalam *game* tersebut bukan aktivitas *gaming* semata, tetapi juga sebagai aktivitas keagamaan. Pandangan ini disebabkan oleh realitas bahwa mereka mendapatkan ilmu atau pengetahuan keagamaan dari Ustadz Abi Azkacia sang *pioneer* ‘majelis’ ini. Terlebih, para pengikut MNL didominasi generasi Z atau *digital natives* yang melihat internet dan media digital lebih dari sekadar media informasi dan interaksi secara digital, tetapi juga sebagai ruang pemenuhan kebutuhan ekspresi keagamaan.

Hadirin yang berbahagia!

Dalam sebuah wawancara, Mark Zuckerberg menyatakan bahwa salah satu obsesi Facebook adalah “*making the web more social*” yang mengimplikasikan bahwa internet dan media sosial bukan lagi semata entitas teknologi, tetapi juga entitas sosial-kebudayaan. Namun fakta juga seringkali memperlihatkan sebaliknya, kehidupan sosial lah yang kemudian menjadi lebih bersifat teknis dan distrukturkan oleh teknologi, atau “*making sociality more technical*” (Dijck, 2013: 11). Hal ini mengindikasikan bahwa internet dan media sosial sebagai teknologi digital menjadi ranah yang mewedahi interaksi bukan hanya antar-manusia, tetapi juga antara manusia dan mesin.

Tidak mengherankan jika seluruh infrastruktur digital tidak hanya memfasilitasi, tetapi juga menstrukturkan kehidupan sosial-kebudayaan, tidak terkecuali praktik keagamaan yang dapat melahirkan figur-figur keagamaan otoritatif dengan cara yang berbeda. Namun tidak seperti yang dibayangkan oleh Campbell (2020) bahwa otoritas keagamaan digital ini sepenuhnya bersifat *algorithmic*, akan tetapi bersifat relasional, prosesual dan konstitutif.

Untuk mencapai otoritas keagamaan digital, individu atau institusi tidak hanya dituntut kreatif dalam mengadopsi media digital, tetapi juga dituntut untuk terlibat secara mendalam dalam *digital sociality*. Oleh sebab itu, salah satu implikasi teoretis dari pemahaman ini adalah bahwa fenomena *digital religion* lebih dari sekadar domain *religious studies*, tetapi juga sebagai bagian dari *internet studies*, bahkan *digital/communication studies*. Sebab, fenomena ini tidak hanya berdimensi sosial-kebudayaan, tetapi juga bersifat teknikal karena melibatkan sejumlah infrastruktur digital yang memudah dan melingkupinya.

Secara akademis, sejumlah upaya yang saya lakukan untuk melempar gagasan ini adalah dengan menerbitkan sejumlah karya ilmiah baik dalam bentuk buku, *book chapter* maupun artikel ilmiah berskala nasional dan internasional. Karya terbaru saya yang berjudul “*Socially Distanced, Digitally Engaged*” yang diterbitkan oleh *Journal of Media, Religion and Digital Culture* (Brill, The Netherlands, 2025) memberikan catatan sementara tentang betapa generasi Islam hari ini semakin terlibat dalam praktik keagamaan digital. Selain menulis, saya juga mengambil peran sebagai *reviewer* dan *editorial board* di sejumlah jurnal nasional dan internasional serta mendirikan *Center for Digital Religion Studies (CDRS)* bersama beberapa kolega di dalam dan luar negeri.

Hadirin yang saya hormati,

Saya percaya bahwa pencapaian saya hari ini sejalan dengan apa yang digambarkan oleh Bruno Latour sebagai produk dari “*laboratory of life*”, bahwa sebuah pencapaian tidak akan terwujud tanpa dukungan aktor-aktor lain. Dalam hal ini, pencapaian saya sebagai Guru Besar dalam bidang Ilmu Komunikasi tidak akan dapat terwujud tanpa dukungan dan motivasi seluruh pimpinan, kolega, keluarga dan orang-orang luar biasa di sekitar saya.

Oleh karena itu, dalam kesempatan ini saya mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada; kedua orang tua saya yang saya yakini sebagai Guru Besar sesungguhnya; seluruh pimpinan dan staf di lingkungan UIN Sunan Gunung Djati Bandung kampus tercinta, terutama para guru, senior dan kolega di Fakultas Dakwah dan Komunikasi; istri dan anak-anakku tersayang yang kepada mereka, pencapaian ini saya persembahkan; orang tua saya di Indramayu yang selalu menyokong dan memberikan dukungan; kakak dan adik-adik tersayang; seluruh mentor saya di kampus UIN Sunan Gunung Djati dan juga guru-guru saya di Universitas Gadjah Mada.

Ucapan terimakasih juga saya sampaikan kepada beberapa kolega di luar negeri; Julian Millie (Monash University, Australia), Hugh Goddard (Edinburgh University, UK), James B. Hoesterey (Emory State University, USA), Antje Missbach (Bielefeld University, Jerman), Hakan Aydin dan Metin Eken (Erciyes University, Turkiye), James Arvanitakis (Western Sydney University, Australia), Thijl Sunier (Vrij University Amsterdam, Belanda), Martin Slama (Austrian Social Sciences, Austria), Jörg Matthes (University of Vienna, Austria), dan beberapa orang lainnya yang tidak disebut. *Thank you for the fruitful scholarship and friendship!*

Wallahu ya’shimuka minannaas...

Wassalamu ‘alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Daftar Pustaka

- Alatas, I. F. (2021). *What Is Religious Authority?* Princeton University Press.
- Arendt, H. (1968). *Between Past and Future: Eight Exercises in Political Thought*. Penguin.
- Azra, A. (2004). *Jaringan Ulama Timur Tengah dan Kepulauan Nusantara Abad XVII & XVIII* (Edisi Pere). Kencana.
- Barzilai-Nahon, K., & Barzilai, G. (2005). Cultured Technology: The Internet and Religious Fundamentalism. *The Information Society*, 21(1), 25–40. <https://doi.org/10.1080/01972240590895892>
- Bayat, A. (2007). *Making Islam Democratic: Social Movements and the Post-Islamist Turn*. Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (1991). Genesis and Structure of Religious Field. In *Comparative Social Research* (Translated, Issue 13, pp. 1–44).
- Burhanudin, J. (2004). The Fragmentation of Religious Authority: Islamic Print Media in Early 20th Century Indonesia. *Studia Islamika: Indonesian Journal for Islamic Studies*, 11(1).
- Campbell, H. A. (2007). Who's got the power? Religious authority and the Internet. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(3), 1043–1062. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00362.x>
- Campbell, H. A. (2020). *Digital Creatives and the Rethinking of Religious Authority*. Routledge.
- Castells, M. (2001). *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford University Press.
- Castells, M. (2009). *The Rise of the Network Society* (2nd Editio). Wiley-Blackwell.
- Cloete, A. L. (2016). Mediated religion: Implications for religious authority. *Verbum et Ecclesia*, 37(1). <https://doi.org/10.4102/ve.v37i1.1544>
- Couldry, N., & Hepp, A. (2013). Conceptualizing mediatization: Contexts, traditions, arguments. *Communication Theory*, 23(3), 191–202. <https://doi.org/10.1111/comt.12019>
- Dijck, J. van. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford University Press.
- Emojipedia.org. (2022). *Emojipedia*.
- Fakhruroji, M. (2015). Mediatization of Religion in “Texting Culture”: Self-Help Religion and the Shifting of Religious Authority. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*, 5(2), 231–254. <https://doi.org/10.18326/ijims.v5i2.231-254>
- Fakhruroji, M. (2019a). Digitalizing Islamic lectures: Islamic apps and religious engagement in contemporary Indonesia. *Contemporary Islam*, 13(2), 201–215. <https://doi.org/10.1007/s11562-018-0427-9>
- Fakhruroji, M. (2019b). Texting Culture Dan Perilaku Empati Di Era Media Baru: Memahami Ekspresi Belasungkawa Di Whatsapp. *Jurnal Sositoteknologi*, 18(2), 265–277. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2019.18.2.10>
- Fakhruroji, M. (2021). Texting condolences on WhatsApp as a mediatized mourning practice. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 3(5), 677–686. <https://doi.org/10.1002/hbe2.309>
- Fakhruroji, M. (2025). Socially Distanced, Digitally Engaged: Mediatization of Religious Practices of Indonesian Digital Natives during Covid-19 Pandemic. *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 14(1), 23–44. <https://doi.org/10.1163/21659214-bja10125>
- Gane, N., & Beer, D. (2008). *New Media: The Key Concepts*. Berg.

- Geertz, C. (1960). The Javanese Kijaji: the Changing Role of a Cultural Broker. *Comparative Studies in Society and History*, 2(2), 228–249.
<https://doi.org/10.1017/S0010417500000670>
- Gillespie, T. (2010). The politics of platforms. *New Media & Society*, 12, 347–364.
- Hasjmy, A. (1994). *Dustur Dakwah Menurut al-Qur'an*. Bulan Bintang.
- Hepp, A. (2016). Pioneer Communities: Collective Actors in Deep Mediatization. *Media, Culture & Society*, 38(6), 918–933.
- Hepp, A. (2020a). Deep Mediatization. In *Deep Mediatization*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781351064903>
- Hepp, A. (2020b). The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in times of the “mediation of everything.” *Gosudarstvo, Religii, Tserkov' v Rossii i Za Rubezhom/State, Religion and Church in Russia and Worldwide*, 38(2), 98–123.
<https://doi.org/10.22394/2073-7203-2020-38-2-98-123>
- Hjarvard, S. (2008). The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change. *Northern Lights: Film and Media Studies Yearbook*, 6, 9–26.
- Hjarvard, S. (2017). The Mediatization of Society. *Nordicom Review*, 29(2), 102–131.
<https://doi.org/10.1515/nor-2017-0181>
- Hoover, S. M. (2006). *Religion in the Media Age*. Routledge.
- Hoover, S. M., & Clark, L. S. (2002). *Practicing Religion in the Age of the Media: Explorations in Media, Religion, and Culture*. Columbia University Press.
- Horikoshi, H. (1987). *Kyai dan Perubahan Sosial*. P3M.
- Horsfield, P. (2018). Rethinking the Study of “Religion” and Media from an Existential Perspective. *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 7(1), 50–66.
<https://doi.org/10.1163/25888099-00701004>
- Kellner, D. (1995). *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics*. Routledge.
- Krotz, F. (2009). Mediatization: A Concept with Which to Grasp Media and Societal Change. In K. Lundby (Ed.), *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. Peter Lang Publishing.
- Kuipers, G. (2018). Communicative Figurations: Towards a New Paradigm for the Media Age? In A. Hepp, A. Breiter, & U. Hasebrink (Eds.), *Communicative Figurations. Transforming Communications – Studies in Cross-Media Research*. Palgrave Macmillan.
- Latour, B. (2005). *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford University Press.
- Lawrence, B. B. (2002). Allah On-Line: The Practice of Global Islam in the Information Age. In S. M. Hoover & L. S. Clark (Eds.), *Practicing Religion in the Age of the Media*. Columbia University Press. <https://doi.org/10.7312/hoov12088-012>
- Martin-Barbero, J. (1993). *Communication, Culture and Hegemony: From Media to Mediations*. SAGE Publications Ltd.
- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. University of Toronto Press.
- Millie, J., Syarif, D., & Fakhruroji, M. (2020). *Islamic Preaching and State Regulation in Indonesia* (18; Centre for Indonesian Law, Islam and Society, Melbourne Law School).
<https://law.unimelb.edu.au/centres/cilis/research/publications/cilis-policy-papers/islamic-preaching-and-state-regulation-in-indonesia>
- Negroponte, N. (1995). *Being Digital*. Hodder and Stoughton.

- O’Leary, S. D. (1996). Cyberspace as Sacred Space: Communication Religion on Computer Networks. *Journal of the American Academy of Religion*, LXIV(4), 781–808.
- Parks, L., & Starosielski, N. (2015). *Signal traffic: Critical studies of media infrastructures*. University of Illinois Press.
- Possamai, A., & Turner, B. S. (2014). Authority and liquid religion in cyber-space: The new territories of religious communication. *International Social Science Journal*, 63(209–210), 197–206. <https://doi.org/10.1111/issj.12021>
- Sardar, Z., & Inayatullah, S. (2003). *Islam, postmodernism and other futures: A Ziauddin Sardar reader*. Pluto Press.
- Silverstone, R. (2007). *Media and Morality: On the Rise of the Mediapolis*. Polity Press.
- Slama, M. (2018). Practising Islam through social media in Indonesia. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 1–4. <https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1416798>
- Turner, B. S. (2007). Religious Authority and the New Media. *Theory, Culture & Society*, 24(2), 117–134. <https://doi.org/10.1177/0263276407075001>
- Wagner, A. J. M. (2018). Do not Click “Like” When Somebody has Died: The Role of Norms for Mourning Practices in Social Media. *Social Media and Society*, 4(1). <https://doi.org/10.1177/2056305117744392>
- Waterloo, S. F., Baumgartner, S. E., Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2018). Norms of online expressions of emotion: Comparing Facebook, Twitter, Instagram, and WhatsApp. *New Media and Society*, 20(5), 1813–1831. <https://doi.org/10.1177/1461444817707349>
- Weber, M. (1968). The Nature of Charismatic Authority and Its Routinization. In S. N. Eisenstadt (Ed.), *In On Charisma and Institution Building: Selected Papers* (pp. 48–65). University of Chicago Press.



PROFIL SINGKAT

Moch Fakhruroji lahir pada 28 September 1977 di Lebak, Provinsi Banten dan merupakan anak kedua dari delapan bersaudara dari pasangan H. Syahrone (1949-2006) dan Siti Rohemah (1958-2005). Menyelesaikan jenjang Sarjana pada Fakultas Dakwah IAIN Sunan Gunung Djati yang kini telah menjadi UIN (lulus tahun 2000) dan melanjutkan jenjang Magister pada institusi yang sama (lulus tahun 2003). Meraih gelar Doktor pada Program Studi Kajian Budaya dan Media di Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta pada tahun 2014 dengan disertasi berjudul “Agama dalam Pesan Pendek: Mediatisasi dan Komodifikasi Agama dalam SMS Tauhiid.”

Bekerja sebagai Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati dan Program Pascasarjana di universitas yang sama. Selain itu juga mengajar di Program Pascasarjana KPI di beberapa kampus seperti UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dan UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto. Selain mengajar, beliau juga mendirikan *Center for Digital Religion Studies (CDRS)*, *Scripta Indonesia*, dan merupakan konsultan media sosial serta desainer grafis berbasis platform *crowdsourcing*.

Sebagai akademisi, beberapa *award* dan *fellowship* yang pernah diraih antara lain; *Postdoctoral Fellowship Program for Islamic Higher Education* di Western Sydney University, Australia (2018); *Travel grant* dari *The British Council*, United Kingdom (2017); *Research Fellowship* dari Kementerian Agama RI (2016). Berkesempatan sebagai *invited speaker* pada beberapa event akademik; *1st International Congress of Media & Digital Religion*, Erciyes University, Turkiye (2024); *Workshop on Islamic Bureaucracies & Pious Publics*, Monash University Malaysia (2023); *Annual Conference on Islamic Studies (AICIS)* (2019); *Visiting scholar at Leibniz-Zentrum Moderner Orient (ZMO)*, Berlin, Germany (2018); dan *BRAIS International Conference*, United Kingdom (2017).

Karyanya akademiknya diterbitkan dalam jurnal internasional dan nasional, *international book chapter*, *working papers*, dan buku. Dalam empat tahun terakhir, beberapa karya utamanya antara lain; *Socially Distanced, Digitally Engaged: Mediatization of religious practices of Indonesian digital natives during COVID-19 pandemic* (*Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 2025); *The Discipline of Dakwah in Indonesia's State Education System* (Bijdragen tot de Taal-, Land- en Volkenkunde, 2023); dan *Texting condolences on WhatsApp as a mediatized mourning practice* (*Journal of Human Behavior and Emerging Technologies*, 2021). Sedangkan karya yang diterbitkan jurnal nasional antara lain; *Scroll and Shop: Exploring Online Shopping Culture in the Digital Media Era*, (*Jurnal Profetik*, 2024); *Clickbait Journalism: Media Logics in Journalism Practices on Online Media*, (*Jurnal Communicatus*, 2023); dan *Utilizing WhatsApp for Mutaba'ah during the Covid-19 Pandemic: Experiences of Ruquq Community Members in Bandung* (*Jurnal Ilmu Dakwah*, 2022).

Kontribusi dalam *international book chapter* dan *working papers* antara lain; *Public Islam and preacher-disruptors in Indonesia: A case study* (Palgrave MacMillan, 2023), *Muslims Learning Islam on the Internet* (Springer, 2019); dan *Islamic Preaching and State Regulation in Indonesia* (co-authored, CILIS Policy Paper, 2020). Sementara itu karya utama yang berbentuk buku antara lain; *Teori-teori New Media: Perspektif Komunikasi, Sosial-Budaya dan Politik-Ekonomi* (Simbiosis Rekatama Media, 2024), *Mediatisasi Agama: Konsep, Kasus dan Implikasi*, (LEKKAS, 2021) dan *Dakwah di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet* (Simbiosis Rekatama Media, 2017). Beberapa karya lainnya dapat dilihat secara lengkap melalui QR code berikut.

