

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Gelombang hijrah berkembang pada berbagai aspek saat ini, memunculkan berbagai macam ekspresi religiusitas yang ditampilkan masyarakat perkotaan, dimaknai sebagai peningkatan spiritualitas dalam bentuk rekonstruksi agama, lebih tepatnya gerakan agama. Gejala ini menunjukkan pemahaman baru tentang apa itu ketuhanan di tengah modernitas, hal yang ditekankan adalah agama dimaknai secara praktikal sebagai solusi berbagai masalah kehidupan.

Gerakan meneguhkan syariah sebagai jalan hidup diinisiasi oleh kalangan muslim perkotaan dengan adanya konstruksi budaya Islam populer dalam menangkal skema riba yang dihasilkan oleh sistem kapitalisme yang mendorong orang untuk menjadi tamak dan serakah serta menumbuhkan kerusakan peradaban di muka bumi.

Kesadaran diri dalam memahami syariah sebagai gaya hidup dipengaruhi oleh lingkungan terhadap preferensi pembelian produk keuangan syariah yang menjauhi riba. Menurut World Population Review 2025 jumlah penduduk muslim di Indonesia sebesar 242,7 juta jiwa memeluk agama Islam,¹ sama dengan 88% penduduknya menganut agama Islam dari jumlah penduduk Indonesia seluruhnya 275.770.000 jiwa² menjadikan masyarakat muslim mengampanyekan edukasi riba melalui berbagai media dan komunitas, gerakan ini sangat masif dalam memberi pemahaman kepada masyarakat tentang kerugian ekonomi akibat riba.

Berdirinya bank syariah, pegadaian syariah, koperasi syariah hingga transaksi bisnis pun berdasarkan syariah, masyarakat secara masif mengubah transaksi mereka berlandaskan syariah. Hal ini mendorong gerakan ekonomi

¹ Emanuella Bungasmara Ega Tirta, *Daftar Negara Berpenduduk Muslim Terbesar Di Dunia, RI Nomor Berapa?*, March 12, 2025, <https://www.cnbcindonesia.com/research/20250312121233-128-617886/daftar-negara-berpenduduk-muslim-terbesar-di-dunia-ri-nomor-berapa>.

² admin igid, "Berapa Jumlah Penduduk Indonesia?," 11 Maret, 2023, <https://indonesia.go.id/mediapublik/detail/1953>.

syariah di Indonesia semakin berkembang, namun konsistensi untuk menghindari bunga dan riba dalam setiap transaksi belum sepenuhnya dilakukan.

Masyarakat yang bertekad menjauhi riba perlu memiliki wadah untuk saling menguatkan dan mengedukasi berkaitan dengan kehalalan dan sistem syariah dalam transaksi bisnis. Mereka membentuk komunitas agar orang yang memiliki pemikiran dan pendirian yang sama bisa saling meneguhkan keyakinan. Aksi mereka menjadi magnet muslim Indonesia bergabung untuk menegakkan ajaran Islam, salah satunya komunitas Masyarakat Tanpa Riba (disingkat MTR) yang sudah berdiri sejak tahun 2016,³ di setiap kota besar memiliki perwakilan komunitas MTR, mereka membuat pelatihan MTR sebagai langkah aplikatif dari tindakan menjauhi riba.

Masyarakat Tanpa Riba, sebuah kelompok yang melakukan dakwah untuk menghindari riba, memiliki perspektif yang unik tentang apa yang dimaksud dengan riba. MTR percaya bahwa segala jenis riba adalah haram. Dalam praktiknya, MTR berfokus pada mendidik masyarakat muslim untuk taat pada syariah. MTR memiliki perspektif yang berbeda pada bank syariah. MTR memandang bahwa bank syariah sama dengan bank konvensional, serta seluruh nama transaksi di bank syariah hanya diubah menjadi istilah Arab dari nama konvensional. Keberadaan bank syariah belum dapat menjadi solusi untuk menghilangkan praktik riba. Komunitas MTR berfokus pada edukasi dalam melepaskan diri dari riba sedangkan komunitas sejenis memiliki bisnis bersama seperti komunitas anti riba (KARIB) yang memasarkan produk sebagai salah satu solusi melunasi utang riba.

Wawasan agama dan pelajaran fikih muamalah yang berkaitan dengan bisnis dan keuangan Syariah rutin diajarkan dan dibagikan sesama anggota komunitas dalam meneguhkan niat untuk menjauhkan dari utang dan riba. Kisah-kisah sukses anggota komunitas yang sudah terlepas dari utang dan riba

³ Admin, "Tentang Kita KSW," 2016, <https://masyarakattanpariba.com/tentang-kita-tentang-ksw/>.

lebih berkah dalam hidupnya semakin memotivasi anggota lainnya untuk berubah menjadi lebih baik.

Interaksi dalam komunitas MTR tentang utang dan hukum riba bisa saling mempengaruhi untuk menentukan identitas muslim setiap individu. Identitas berkaitan erat dengan pemaknaan diri dari persepsi orang lain, anggota komunitas MTR perlahan mengubah identitasnya sebagai muslim yang taat dengan mengikuti semua ajaran Allah SWT salah satunya meninggalkan riba, sebagai perilaku yang susah untuk ditinggalkan dan membutuhkan dukungan yang kuat dari sekitarnya agar terlepas dari jeratan utang dan riba.

Motivasi untuk mengubah hidupnya sejalan dengan nilai Islam mendapatkan validasi dari lingkungan dengan menghargai pilihannya sehingga menempel pada dirinya identitas muslim berhijrah. Sebenarnya, kebangkitan identitas muslim di Indonesia baru muncul sebagai tanggapan terhadap perkembangan budaya populer di Asia Timur serta Amerika. Pada titik ini, masyarakat muslim Indonesia dihadapkan pada banyak pilihan untuk diadopsi, kondisi ini menimbulkan kegamangan tentang bagaimana, bentuk, ruang, dan identitas mereka dalam masyarakat.⁴

Konstruksi identitas merupakan proses di mana seseorang mengembangkan pemahaman dirinya sebagai individu yang berbeda dari individu lain dalam konteks tertentu, oleh karena itu konstruksi identitas merupakan proses reflektif. Pengalaman pribadi seseorang mengenai dirinya akan berlanjut secara konsekuensial, seiring berjalannya waktu dengan membentuk karakter dirinya dari sejumlah pengalaman yang diperolehnya dari situasi yang berbeda-beda dalam kehidupan sehari-hari.

Identitas diri akan terbentuk karena adanya interaksi dengan orang lain baik di dunia nyata maupun di dunia maya, dengan adanya jaringan sosial (*social networking*) yang terkoneksi internet semakin mempermudah interaksi dengan khalayak virtual di seluruh dunia. Menurut Saxena, situs jejaring sosial merupakan bentuk media sosial yang paling populer. Media ini memungkinkan

⁴ Wasisto Jati, *Politik Kelas Menengah Muslim Indonesia* (Depok: LP3ES, 2017).

para penggunanya untuk saling berinteraksi, tidak terbatas pada pertukaran teks, tetapi juga melalui berbagai foto dan video yang berpotensi menarik perhatian pengguna lainnya. Seluruh konten yang diunggah akan dipublikasikan secara langsung (*real time*), sehingga memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi sesuai dengan peristiwa yang sedang berlangsung.⁵

Kemajuan teknologi di dunia komunikasi kian pesat, teknologi menjadi media untuk berkomunikasi individu dengan yang lainnya secara cepat dan mudah. Jutaan orang masuk ke situs jejaring sosial untuk berbagi pembaruan terkini tentang pemikiran dan peristiwa hidup mereka berdasarkan imajinasi mereka tentang identitas dirinya dan orang lain.

Salah satu situs jejaring sosial adalah Facebook. Facebook menjadi salah satu medium paling populer di Indonesia, dengan jumlah pengguna mencapai 122 juta jiwa pada bulan Maret tahun 2025 atau setara dengan 43% penduduknya menggunakan Facebook, hal ini menjadikan Indonesia sebagai pengguna Facebook terbesar ketiga setelah negara India, pengguna laki-laki 42,1% lebih banyak daripada perempuan 57,9% dengan rentang usia dari 25-44 tahun⁶ pengguna internet di Indonesia menggunakan media sosial Facebook sebagai wadah untuk komunikasi *online* dengan orang lain, bahkan pada awal kemunculannya Facebook dijadikan ruang virtual guna mencari dan mengetahui keberadaan orang yang sudah lama tidak bertemu secara tatap muka.

Ruang virtual memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk membentuk, menemukan, serta berpartisipasi dalam komunitas tertentu yang pada kondisi normal relatif sulit untuk dijumpai dalam dunia nyata, atau bahkan memperkuat kegiatan komunitas yang dilakukan di dunia nyata. Komunitas virtual mewadahi khalayak virtual dalam mencari teman dengan pemikiran yang sama, dan bisa saling berdiskusi tentang tema atau minat yang sama. Komunitas virtual dapat merujuk pada komunitas yang memiliki kegiatan

⁵ Sunil Saxena, "Social Media Can Be Organized in 6 Clear Categories," 12 Januari, 2014.

⁶ Nurul Fauziah, *Dianggap Ketinggalan Zaman, Facebook Masih Punya 122 Juta Pengguna Di Indonesia!*, March 5, 2025, <https://data.goodstats.id/statistic/dianggap-ketinggalan-zaman-facebook-masih-punya-122-juta-pengguna-di-indonesia-VeZL6>.

secara tatap muka, secara rutin mengadakan pertemuan dan memiliki visi misi yang sama.

Komunitas secara tradisional masih terbatas ruang dan waktu sehingga menjadi batasan secara geografis, namun dalam kajian budaya siber berubah menjadi komunitas virtual tanpa batas, mampu menjangkau berbagai kelompok masyarakat di berbagai belahan dunia, dengan mengikuti akun virtual komunitas tersebut. Sebagai komunitas yang dimediasi teknologi internet dengan karakternya yang global dan interaktif, komunitas virtual dipandang dapat mawadahi kebutuhan inklusi setiap orang, komunitas virtual memperoleh dimensi baru yang tidak hanya berkaitan dengan aspek teknologi dan kesamaan minat. Dalam komunitas tersebut, kebersamaan serta makna yang saling tumpang tindih dapat muncul dan dibangun secara berkelanjutan. Sebagian individu dapat memilih untuk mengakhiri interaksi daring karena tidak sesuai dengan harapan, sementara individu lainnya justru melanjutkan komunikasi secara virtual dalam jangka waktu yang lama.

Komunitas virtual tidak selalu harmonis, ia adalah arena yang dapat bersifat kooperatif dan kompetitif, budaya siber adalah medan kontestasi, satu sisi diciptakan oleh kekuatan komersialisasi dan komodifikasi, sedangkan satu sisi lainnya ia jadi ruang kerja sama yang penuh ketulusan. Komunitas virtual dapat dipandang sebagai alternatif pemenuhan hasrat inklusi bagi individu atau kelompok tertentu, terlebih ketika mereka tidak dapat memenuhinya dalam konteks kehidupan nyata, setiap individu yang bergabung dalam komunitas virtual, pada umumnya berhadapan bahwa interaksi muncul adalah interaksi yang bersifat kooperatif, di mana mereka dapat saling mendukung dan melindungi seraya menegaskan identitas mereka baik dalam kehidupan *online* ataupun *offline*.

Facebook telah mengubah gaya hidup serta budaya masyarakat global, khususnya pada aktivitas dan pola sosialisasi yang sebelumnya bersifat formal menjadi ruang formal yang dimediasi secara saring. Melalui fitur *wall* sebagai sarana interaktif, berbagai aspek kehidupan individu, mulai dari sikap, karakteristik, hingga gaya berkomunikasi dapat diekspresikan serta

dikomunikasikan kepada individu maupun kelompok lain. Selain itu, Facebook turut merekonstruksi tatanan sosial pertemanan, dari hubungan yang didasarkan pada kedekatan dan kesetiaan menjadi relasi yang terbentuk melalui interaksi verbal dan tulisan, tanpa memandang latar belakang asal-usul, rasa, golongan, maupun negara, sehingga memungkinkan individu untuk saling terhubung sebagai teman.

Facebook sebagai media jejaring sosial mempunyai keunggulan sebagai media sosial yang membantu orang untuk saling berhubungan dengan orang lain dan berinteraksi secara langsung melalui berbagai fitur yang ditawarkan, termasuk ruang komunitas yang mempunyai kesamaan tujuan. Facebook menjadi media sosial terbesar di dunia yang mampu mengubah dunia berkomunikasi secara riil menjadi dunia komunikasi *online*. Komunitas *online* yang terbentuk di Facebook salah satunya komunitas Masyarakat Tanpa Riba (selanjutnya di tulis MTR). Komunitas ini didirikan pada tanggal 1 Juli 2016 dan memiliki anggota *online* berjumlah 189.891 orang,⁷ kemudian grup Facebook terfragmentasi menjadi beberapa akun Facebook dengan nama yang berbeda yaitu akun Masyarakat Tanpa Riba (MTR) berjumlah 22.224 rb, MTR Miliarder Club 5.700 anggota⁸ dan akun Lunas Utang Miliran 128.000 anggota grup Facebook.⁹

Komunitas Masyarakat Tanpa Riba (MTR) hadir sebagai wadah dakwah yang bertujuan menyebarkan pemahaman mengenai riba serta membantu individu yang terjerat praktik tersebut. Facebook berperan memperluas jangkauan dakwah komunitas ini. MTR lahir karena dua alasan utama: pertama, keprihatinan terhadap praktik riba yang dilegalkan secara sistemis melalui bank konvensional di Indonesia, sehingga banyak umat Muslim terjerumus dan menjadikannya gaya hidup; kedua, kesadaran akan prinsip akidah Islam yang

⁷ Admin, "Jumlah Anggota Komunitas Tanpa Riba," 2016, <https://www.Facebook.com/groups/masyarakattanpariba>.

⁸ MTR Miliarder Club, "MTR Miliarder Club Facebook Page," Facebook, 2021, <https://www.Facebook.com/share/1GpvTf3hJ/>.

⁹ Lunas Utang Miliaran, "Lunas Utang Miliaran Facebook Page," Facebook, 2021, <https://www.Facebook.com/share/1Db9geSVAJ/>.

mendorong kebangkitan umat dari jeratan riba dengan landasan iman yang kokoh dan ikhlas.¹⁰

Konstruksi identitas Islam di internet dapat dipandang sebagai salah satu ekspresi keberagaman seorang muslim baik secara individu maupun kelompok, umat Islam berusaha menampilkan identitasnya dengan berbagai cara di antaranya dengan menggunakan sejumlah simbol dan teks yang dianggap berhubungan dengan Islam.

Keyakinan dan praktik agama merupakan salah satu contoh menonjol dari makna dan praktik yang memperlihatkan dasar untuk membentuk identitas seseorang sebagaimana identitas sosial sepanjang sejarah. Mitos, ritual dan simbol-simbol agama menciptakan uraian yang memberikan makna pada pengalaman individu secara kolektif dalam hubungannya dengan dialektika sehari-hari.¹¹

Kekuatan komunitas virtual dalam mengonstruksi identitas muslim yang taat sangat menarik untuk diteliti, perubahan pola pikir, perilaku serta keputusan untuk meninggalkan utang dan riba melalui proses panjang yang dikawal oleh komunitas MTR agar selalu istikamah dan memiliki komitmen tinggi untuk saling mendukung dan memperteguh identitas muslim yang berhijrah dari riba di Facebook, hal ini penting untuk dijadikan bahan kajian dengan lebih serius dan mendalam, maka peneliti mengambil penelitian dengan judul **Konstruksi Identitas Komunitas Masyarakat Tanpa Riba di Media Sosial (Studi Netnografi pada Komunitas Masyarakat Tanpa Riba di Facebook).**

B. Rumusan Masalah

Pengajaran terhadap nilai, norma dan ajaran dalam Quran dan Hadis disesuaikan dengan konteks dinamika zaman dan menyesuaikan kadar pemahaman Islam agar dapat diadopsi dan dipraktikkan seluruh muslim. Proses penerimaan terhadap Islam sudah mulai meluas bahkan sudah merambah ke

¹⁰ Masyarakat Tanpa Riba, "Masyarakat Tanpa Riba," Masyarakat Tanpa Riba, 2019, www.masyarakattanpariba.com.

¹¹ Mia Lovhiem, "Young People, Religion Identity and The Internet," in *Religion Online, Finding Faith on The Internet*, ed. In Lorne L Dawson and Douglas E Cowan (London: Routledge, 2004).

ranah non ibadah, meskipun masih dimaknai secara simbolis, simbol syariah dan halal adalah indikator penting dalam menggiring preferensi masyarakat muslim dalam memahami ajaran Islam.

Pengalaman beragama dan menerapkan syariah dalam berbagai aspek kehidupan dipengaruhi kekuatan komunitas dalam mempersuasi anggotanya agar solid dalam menjalankannya, baik komunitas *online* ataupun *offline* keduanya berjuang untuk menegakkan syariah Islam. Salah satu komunitas yang gigih mengedukasi masyarakat tentang riba adalah komunitas Masyarakat Tanpa Riba (MTR) yang berdakwah melalui Facebook.

Facebook menyediakan ruang sosial baru dalam dunia maya, untuk mempublikasikan kegiatan pengguna melalui profil, aktivitas dan pendapat pengguna yang dibagikan, juga sebagai media yang memberikan ruang agar terjadinya komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di dunia virtual. Karakter utama Facebook sebagai media sosial adalah setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan, baik terhadap pengguna yang sudah diketahui dan pernah bertemu di dunia nyata atau pun membentuk pertemanan baru yang berdasarkan pada minat yang sama. Facebook sebagai media sosial yang lahir pada tahun 2004 menjadi magnet bagi individu dunia untuk mengekspresikan kebebasan berbicara melalui ruang media *online*.

Hal ini yang mendorong penulis untuk menganalisis pengalaman keagamaan para anggota komunitas MTR, dalam mengonstruksi identitas dirinya sebagai muslim yang menjauhi riba dan hidup tanpa riba di media sosial, dan mempersuasi khalayak lainnya secara luas dalam komunitas virtual, sehingga rumusan permasalahan tercantum dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana interaksi sosial anggota komunitas MTR di grup Facebook?
2. Bagaimana anggota komunitas MTR memproyeksikan dan memelihara identitasnya di Facebook?
3. Bagaimana relasi identitas personal dan identitas kolektif anggota komunitas MTR di Facebook?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini dapat diuraikan sebagaimana berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana interaksi sosial pada anggota komunitas MTR di Facebook.
2. Untuk mengetahui bagaimana komunitas MTR memproyeksikan dan memelihara identitasnya di Facebook.
3. Untuk mengetahui bagaimana relasi identitas personal dan identitas kolektif anggota MTR di Facebook.

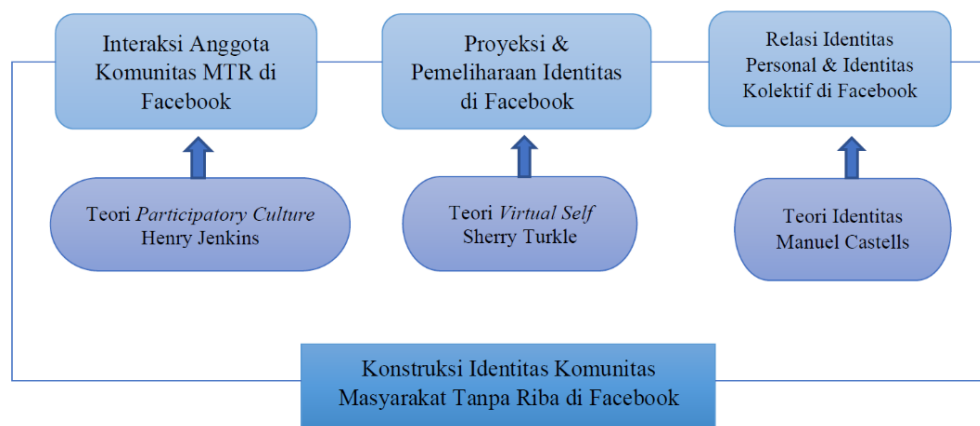
D. Manfaat Hasil Penelitian

Berangkat dari uraian pertanyaan dan tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka manfaat dari hasil penelitian dapat diuraikan sebagaimana berikut:

1. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sekaligus memperluas dan memperkaya khazanah pengetahuan dalam bidang agama dan media. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, agama, dan media, khususnya dalam konteks analisis netnografi sebagai pendekatan baru dalam studi etnografi. Secara spesifik penelitian ini ingin memberikan kontribusi kepada pengembangan teori *participatory culture* dan teori identitas Manuel Castells dalam konteks dunia virtual.
2. Secara praktis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan dapat dijadikan acuan bagi para netnografer untuk meneliti lebih dalam lagi fenomena-fenomena yang ada di *cyberspace* dan *cyberculture*. Serta melihat batasan-batasan antara dunia virtual dan dunia nyata.
3. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi literasi media sosial di kalangan masyarakat dalam memanfaatkan internet sebagai pemenuhan kebutuhan masyarakat dalam kesehariannya, sehingga terhindar dari pelanggaran aturan dalam berinteraksi di dunia *online* dan kejahatan siber yang mengintai pengguna internet.

E. Kerangka Pemikiran

Agar penelitian ini lebih terarah maka dibuatkan alur kerangka pemikiran, adapun penjelasan mengenai alur kerangka berpikir ini dapat diuraikan sebagaimana berikut:



Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran

Penelitian konstruksi identitas komunitas Masyarakat Tanpa Riba dapat dikaji menjadi tiga bahasan pokok yaitu interaksi komunitas MTR, proyeksi diri dan pemeliharaan identitas di Facebook serta relasi identitas personal dan kolektif yang dikaitkan dengan komunitas virtual sebagai tempat terbentuknya konstruksi identitas anggota MTR. Bahasan mengenai interaksi di komunitas *online* menggunakan teori *participatory culture* karena menangkap realitas sosial siber. Menurut Gotved¹² dasar dari segitiga realitas siber adalah interaksi, struktur dan kultur, dapat diinterpretasikan bahwa interaksi sosial dalam sebuah struktur sosial secara terus menerus akan terbentuknya sebuah kultur dalam komunitas tersebut.

Penelitian ini berkaitan dengan identitas komunitas virtual maka fokus utama dari penelitian ini bagaimana komunitas MTR ini dibentuk berdasarkan interaksi dan realitas yang dibangun dalam ruang komunitas *online* yang membentuk apa yang disebut sebagai sisi (re)konstruksi dari realitas. Bagi Gotved,¹³ ruang merupakan landasan untuk memasuki dan membahas media

¹² Stine Gotved, "The Construction Of Cybersocial Reality," in *Critical Cybercultural Studies* (New York: New York University Press, 2006).

¹³ Gotved, "The Construction Of Cybersocial Reality."

siber. Pada ranah ini semua bahasa, realitas, objek, analog, ekspresi maupun objek yang ada di dunia nyata dikonstruksi atau direkonstruksi (selanjutnya disebut (re)konstruksi di dunia siber, semua ranah tersebut menjadi pengalaman yang ditunjukkan dengan ruang atau melalui layar komputer.

Bagian kedua, membahas mengenai proyeksi diri dan pemeliharaan identitas. Hal tersebut merupakan upaya seseorang memantulkan dirinya di media sosial, yang bersumber dari konsep diri, citra diri ditandai dengan ekspresi seseorang dari gaya atau atribut sosial yang digunakan untuk menunjukkan siapa dirinya. Menurut Tajfel dan Turner,¹⁴ identitas sosial adalah individu yang memiliki sebuah konsep pada dirinya sendiri dalam bersosialisasi dan mengidentifikasi dirinya sendiri. Oleh karena itu, proyeksi dan pemeliharaan identitas dapat dianalisis melalui teori *virtual self* dari Sherry Turkle. Teori ini meyakini bahwa teknologi telah menjadi instrumen yang signifikan dalam membentuk identitas seseorang dengan menampilkan dirinya yang lebih ideal di media sosial. Proyeksi diri di Facebook perlu dipelihara agar tetap konsisten dan berkelanjutan dalam menampilkan diri di media sosial. Perpaduan (re)konstruksi, pemaknaan dan citra diri memunculkan interaksi para anggota kelompok tersebut dengan berkomunikasi dan membangun hubungan satu sama lain.

Bagian terakhir menganalisis relasi identitas personal, yang dikaitkan dengan identitas kolektif dari komunitas di Facebook. Analisis ini menggunakan teori identitas Manuel Castells untuk mengetahui hubungan kedua identitas yang membentuknya. Riset ini dikaji dalam perspektif konstruksi sosial maupun interaksi sosial sebagai landasan awal terbentuknya budaya dari komunitas virtual. Tiga tema utama yakni interaksi anggota komunitas di Facebook, bagaimana mereka memproyeksikan identitas dirinya dan memeliharanya serta menjalin relasi identitas personal dan identitas kolektif komunitas yang akan mengonstruksi identitas individu dan identitas komunitas MTR di Facebook yang berimplikasi di kehidupan nyata, semua elemen yang

¹⁴ J. C Tajfel, H., & Turner, "The Social Identity Theory of Intergroup Behaviour," in *Psychology of Intergroup Relations*, ed. In S. Worchel & W. G. Austin (Chicago: IL: Nelson-Hall, 1986), 17.

ada tidak dapat dipisahkan untuk memahami realitas virtual dalam konstruksi identitas di dunia virtual.

Ruang virtual berperan sebagai tempat berlangsungnya interaksi sosial dan eksistensi khalayak virtual. Facebook tidak hanya berfungsi sebagai media untuk mengunggah konten berupa teks, audio, atau video, melainkan juga menjadi arena di mana makna realitas virtual dibangun, yang seiring waktu berkembang menjadi semacam budaya di dunia maya. Teman-teman yang terkoneksi di media sosial tidak hanya merupakan anggota komunitas, tetapi juga bagian dari khalayak virtual yang lebih luas. Interaksi di antara anggota tersebut berlangsung melalui perangkat media sosial, menyerupai dinamika interaksi yang terjadi di tempat-tempat fisik dalam dunia nyata.

Hal di atas di perkuat dengan pernyataan dari Howard Rheingold¹⁵ dengan menyatakan; *“virtual communities are social aggregation that emerge from the net when enough people carry on those public discussions long enough, with sufficient human feeling to form webs of personal relationship in cyberspace”*. Rheingold menegaskan bahwa komunitas virtual di dalamnya bergabung banyak orang yang melakukan diskusi dan percakapan dalam jangka waktu cukup lama, hal ini cukup untuk membentuk jaringan hubungan pribadi di dunia virtual. Interaksi yang terjalin di dunia siber ini disadari atau tidak membentuk sebuah komunitas baru yaitu komunitas virtual.

Kehadiran Facebook merupakan salah satu medium dalam budaya siber yang memediasi interaksi antar subjek di ruang virtual. Perangkat Facebook yang diciptakan oleh Mark Zukenberg memberikan perangkat untuk membangun subjek. Setiap pengguna dan atau pemilik akun di Facebook disediakan formulir untuk menuliskan profil diri mereka seperti nama, nama kecil, tempat tanggal lahir, pendidikan, hobi, sampai pada kutipan yang disenangi olehnya.

Facebook menyediakan sarana yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dan membentuk identitas dirinya melalui perantara teks dan

¹⁵ Howard Rheingold, *The Virtual Community Homesteading on the Electronic Frontier* by Howard Rheingold (z-Lib.Org) (New York: Perseus Publishing, 1993).

gambar. Representasi tersebut secara bertahap membangun potongan-potongan citra yang menggambarkan subjek sebagai pemilik akun Facebook. Secara operasional, ruang pembentukan identitas ini dapat diklasifikasikan ke dalam mekanisme *opt in*, di mana informasi hanya dapat diakses oleh pemilik akun dan lingkaran terbatas dalam jaringan Facebook, serta *opt out*, yang memungkinkan akses terbuka bagi publik. Kendati Facebook memiliki pengaruh yang struktural dalam mengarahkan jenis informasi tersebut, pada akhirnya ditentukan oleh kesadaran reflektif dan kapasitas pengetahuan pengguna Facebook itu sendiri.

Grup Facebook dapat diklasifikasikan ke dalam dua model, yaitu grup tertutup dan grup terbuka. Pada grup tertutup, setiap pengguna yang bermaksud bergabung diwajibkan mengajukan permohonan keanggotaan. Setelah permohonan tersebut memperoleh persetujuan dari administrator atau pihak yang memiliki otoritas dalam mengelola aktivitas grup, pengguna tersebut secara resmi diakui sebagai anggota baru. Pemahaman ini mengindikasikan bahwa konsep waktu dipersepsikan dalam konteks tertentu serta bergantung pada cara individu memaknainya dalam ruang internet. Sementara itu, pada grup terbuka, pengguna yang ingin bergabung dapat melakukannya secara langsung dengan menekan tombol bergabung tanpa melalui proses persetujuan terlebih dahulu.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dinamika realitas dan pola interaksi entitas di internet dengan menggunakan teori *participatory culture* sebagai landasan analisis utama. Melalui perspektif ini, media dipahami sebagai sarana yang memungkinkan manusia membangun masyarakat virtual, di mana media tidak hanya berperan sebagai alat penyebaran informasi atau pemenuhan ketertarikan personal, tetapi juga berfungsi sebagai ruang yang mengonsolidasikan khalayak dalam ke dalam bentuk-bentuk komunitas sosial serta menciptakan ikatan rasa kebersamaan dalam komunitas virtual. Selanjutnya, teori *virtual identity* dari Tim Jordan digunakan untuk menguraikan mekanisme pembentukan identitas anggota Komunitas Masyarakat Tanpa Riba dalam lingkungan digital.

Pengguna dan perangkat teknologi, yang sama-sama dipahami sebagai entitas, berperan dalam mentransformasikan realitas di internet. Model realitas sosial siber menjadi landasan teoretis untuk memahami dinamika komunitas virtual, termasuk pola interaksi dan nilai-nilai yang termanifestasi dalam artefak budaya digital. Dalam konteks ini, internet tidak hanya berfungsi sebagai medium interaksi, tetapi juga sebagai perangkat yang berkontribusi terhadap pembentukan dimensi-dimensi budaya baru.

Identitas Masyarakat Tanpa Riba merupakan konsep yang diusung oleh para komunitas untuk membedakan ciri khas dengan komunitas virtual lainnya yang sejenis. Identitas sebagai masyarakat tanpa riba dibentuk berdasarkan simbol-simbol yang memiliki makna berdasarkan hasil kesepakatan Bersama antara anggota MTR. Oleh karena itu teori yang ketiga tentang kajian teori identitas virtual menjadi hal utama dalam mengkaji simbol-simbol yang digunakan oleh anggota MTR dalam interaksi sosial mereka di Facebook serta bagaimana mereka mengonstruksi identitas dirinya di komunitas virtual MTR. Konstruksi identitas dapat dikaji dari citra dan pemaknaan dalam interaksi mereka.

Komunitas virtual tidak memungkinkan adanya kepastian bahwa identitas individu yang terbaca melalui teks *online* merepresentasikan identitasnya secara utuh di dunia nyata. Dalam teknologi internet, representasi identitas tersebut disebut sebagai avatar. Kendati hubungan sosial dimediasi oleh teks atau avatar, individu tetap memiliki kesadaran kolektivitas dalam komunitas virtual serta kebebasan untuk menyampaikan pikiran, pandangan, dan opini terhadap sesama anggota.¹⁶

Komunitas virtual pada praktiknya terbentuk secara organik tanpa adanya dorongan politik maupun kekuatan ekonomi tertentu yang memaksa individu untuk bergabung. Anggota komunitas berinteraksi secara aktif, intens, dan dimultan dalam jangka waktu yang relatif panjang. Selain itu, setiap

¹⁶ Rulli Nasrullah, *Teori Dan Riset Media Siber* (Jakarta: Kencana, 2014).

individu memiliki kebebasan untuk meninggalkan komunitas tersebut tanpa dikenai sanksi sosial maupun aturan formal lainnya.

F. Hasil Penelitian Terdahulu

Penulis menelaah sejumlah penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini sebagai bahan perbandingan sekaligus referensi. Meskipun pendekatan yang digunakan dalam penelitian-penelitian tersebut berbeda, kesamaan terletak pada fokus kajian, yaitu konstruksi identitas komunitas di ruang virtual. Adapun penelitian yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut.

Pertama, disertasi dengan judul *Digital Identities presentation of Self through Social Media*, ditulis oleh Nastaran Khosksabk dari Universitas Monash,¹⁷ dia meneliti tentang pengguna media sosial yang masuk ke situs jejaring sosial untuk berbagi pembaruan terkini tentang pemikiran dan peristiwa hidup mereka berdasarkan imajinasi mereka mengenai identitas dirinya dan orang lain. Pencitraan mereka di media sosial diketahui oleh setiap pengguna media sosial di berbagai konten dan kekhawatiran tentang kemungkinan umpan balik dari penonton dapat mengontrol presentasi diri pribadi dan sosial di atas panggung media sosial.

Presentasi identitas digital dipengaruhi oleh sejauh mana individu mengungkapkan atau menyembunyikan aspek identitas mereka karena konteks sosial budaya. Metode yang digunakan kualitatif, peneliti mendapatkan data dari wawancara *online* dan observasi dari Facebook, dari sepuluh pengguna Facebook pria dan wanita Iran. Data dari peserta laki-laki dan perempuan disajikan, dianalisis dan didiskusikan. Penelitian ini telah menemukan hubungan antara presentasi diri yang spesifik dan jenis kelamin individu, lokasi tinggal dan tingkat konservatisme.

Ketika informan memiliki gambaran psikologis tertentu tentang diri mereka dan audiens mereka, mereka menjadi terlibat dalam wacana yang berbeda atau mengubah tingkat aktivitas *online* mereka. Mereka jarang

¹⁷ Nastaran Khoshsabk, *Digital Identities: Presentation of Self through Social Media*, Disertation (Australia: Faculty Of Education Monash University, 2018).

memperhatikan strategi untuk mengesampingkan siapa pun dari jejaring sosial mereka karena konsekuensi sosial budayanya. Pengguna membangun kembali identitas diri *online* mereka melalui kinerja digital di atas panggung media sosial dengan keterikatan pada wacana bahasa yang mereka pilih berdasarkan tujuan sosial budaya. Di luar konservatisme dan Batasan sosial dan budaya, individu membuat diri mereka dikenal melalui avatar Facebook mereka dan gambar *online* yang dimanipulasi.

Kedua, artikel dengan judul *Digitally Mediated Protes: Social Media Affordances for Collective Identity Construction*, ditulis oleh Emad Khazraee dan Alison N. Novak.¹⁸ Artikel ini membahas kasus kampanye hak-hak perempuan Iran di halaman Facebook, “Kebebasan Tersembunyi” menggunakan analisis konten tekstual dan visual. Artikel ini mengkaji kontribusi kampanye daring di laman Facebook terhadap pembentukan identitas kolektif serta konstruksi narasi kampanye. Hasil analisis menunjukkan bahwa kampanye fotobiografi pengguna media sosial, yang memadukan unggahan foto pribadi dengan narasi personal untuk mendukung suatu tujuan, merepresentasikan dua kapabilitas media sosial dalam membangun identitas kolektif, yaitu keterjangkauan bagi wacana dan keterangkauan bagi performabilitas. Keterjangkauan untuk wacana berkontribusi pada proses pembingkai aksi kolektif melalui berbagi keluhan dan menegosiasikan makna secara kolektif.

Keterjangkauan ini juga berkontribusi pada narasi yang dibangun secara kolektif dan bertahap dengan berbagi cerita pribadi yang beresonansi dengan kelompok. Keterjangkauan untuk kinerja fokus pada pemberlakuan protes melalui fotobiografi transgresif yang sengaja dipentaskan untuk menyampaikan pesan gerakan kepada khalayak yang lebih luas. Dalam konteks ini, fotobiografi transgresif didefinisikan sebagai pertunjukan modular yang dapat diadopsi untuk repertoar politik kontroversial melalui protes terhadap hukum dan norma,

¹⁸ Emad Khazraee and Alison N. Novak, “Digitally Mediated Protest: Social Media Affordances for Collective Identity Construction,” *Social Media and Society* 4, no. 1 (January 2018), <https://doi.org/10.1177/2056305118765740>.

seperti kewajiban hijab. Pertunjukan transgresif ini menciptakan solidaritas kelompok melalui keterlibatan dalam risiko.

Ketiga, disertasi dengan judul *Konstruksi Identitas Kaskuser sebagai Subkultur di Dunia Maya (Studi Etnografi Virtual Konstruksi Identitas Kaskuser sebagai Subkultur di Forum Komunitas Online Kaskus)* ditulis oleh Gema Nusantara Bakry dari Uversitas Padjadjaran Bandung.¹⁹ Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana realitas sosial Kaskus terbentuk dan bagaimana konstruksi identitas yang dibentuk melalui struktur sosial, gaya dan bahasa di Kaskus. Teori yang digunakan adalah teori dramaturgi dan teori realitas sosial siber.

Konsep dramaturgi berkaitan dengan *front stage* Kaskuser dalam ruang Kaskus dan *back stage* Kaskuser dalam kehidupan sehari-harinya, serta kultur, struktur dan interaksi sebagai dasar dari realitas sosial siber. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode etnografi virtual. Informan penelitain ini adalah Kaskuser yang terlibat aktif dalam interaksi di forum Kaskus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa realitas sosial siber terbentuk berdasarkan waktu dan ruang, menurut waktu dilihat dari pemaknaan, orientasi dan regulasi, serta menurut ruang berdasarkan konstruksi, peterlihatan dan praktik.

Keempat, disertasi dengan judul *Gerakan Ekonomi Berbasis Agama (Studi Perlawanan Masyarakat Anti Riba di Indonesia)*,²⁰ oleh Sri Wigati dari UIN Sunan Ampel Surabaya. Terbentuknya komunitas Masyarakat Tanpa Riba (MTR) dilandasi oleh dua faktor utama. Pertama, adanya keprihatinan terhadap kondisi Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim yang secara sistematis dan massif melegimasi praktik riba melalui keberadaan perbankan konvensional. Kedua, komunitas ini muncul sebagai bentuk kesadaran yang berlandaskan akidah Islam guna membangkitkan umat Muslim

¹⁹ Gema Nusantara Bakry, *Konstruksi Identitas Kaskuser Sebagai Subkultur Di Dunia Maya (Studi Etnografi Virtual Konstruksi Identitas Kaskuser Sebagai Subkultur Di Forum Komunitas Online Kaskus)*, Disertasi (Bandung: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran, 2019).

²⁰ Sri Wigati, *Gerakan Ekonomi Berbasis Agama (Studi Perlawanan Masyarakat Anti Riba Di Indonesia)*, Disertasi (Surabaya: Pascasarjana UIN Sunan Ampel, 2020).

Indonesia dari berbagai bentuk keterpurukan multidimensi, khususnya yang berkaitan dengan jeratan praktik ribawai. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian lapangan (*field research*).

Pendekatan fenomenologi digunakan dalam penelitian ini untuk memahami perubahan pola pikir masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa: 1) Masyarakat Tanpa Riba (MTR) muncul sebagai komunitas dakwah anti-riba sekaligus gerakan sosial yang bertujuan membebaskan individu dari ketergantungan terhadap utang; 2) strategi penggerakan komunitas MTR merefleksikan teori perlawanan Zenden serta teori reaksi dan konservatif Stenger, yang diwujudkan dalam penolakan terhadap riba dalam bentuk bunga utang dan upaya transformasi kehidupan melalui pelunasan utang dengan membangun interaksi berkesinambungan dengan pihak elite, oposisi, dan otoritas; serta 3) efektivitas strategi tersebut ditunjukkan oleh perubahan cara pandang bisnis anggota, pemahaman yang lebih baik terhadap fikih muamalah, peningkatan manajemen usaha, dan inovasi pengembangan usaha tanpa praktik utang.

Kelima, disertasi *Konstruksi Identitas Keberagamaan Generasi Z di Era Kultur Digital* oleh Abdulloh Fuadi,²¹ penelitian ini mengkaji wacana dunia virtual dalam kaitannya dengan konstruksi identitas keberagamaan pelajar Generasi Z dan menghasilkan beberapa catatan penting. Pertama, eksplorasi pengetahuan keagamaan tidak lagi sepenuhnya bergantung pada institusi sosial seperti keluarga, sekolah, dan lembaga keagamaan, melainkan internet hadir sebagai ruang alternatif sekaligus kompetitor. Kedua, perkembangan kultur digital mendorong personalisasi web berbasis algoritma yang memunculkan fenomena *filter bubble* pada internet dan platform media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan proses eksplorasi dan pembentukan komitmen pelajar Generasi Z dalam mengonstruksi identitas keagamaannya, serta merefleksikan dampak kultur digital terhadap proses tersebut. Berlandaskan

²¹ Abdulloh Fuadi, *Konstruksi Identitas Keberagamaan Generasi Z Di Era Kultur Digital*, Disertasi (Bandung: Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati, 2020).

identity grand theory Erik Erikson, penelitian ini mengoperasionalkan tiga pendekatan teoretis, yaitu *narrative identity*, *identity agent*, dan *identity infrastructure*.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan latar penelitian di SMA Islam P.B. Soedirman 1 Bekasi. Teknis *purposive sampling* dipakai dalam penyaringan sumber data. Tiga teknik pengumpulan data digunakan yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi, dengan mengacu pula pada paradigma pasca-fenomenologis yaitu pengambilan data melalui teknologi digital. Analisis data induktif yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua bagian: pertama penelitian mengikuti prosedur standar analisis tematik sebagai metode untuk mengidentifikasi, menganalisis dan melaporkan pola data; kedua penelitian melakukan interpretasi terhadap hasil analisa tematik dengan memperhatikan uraian tentang konteks historis pada pelajar sebagai bagian generasi Z yang berada pada era kultur digital serta mengacu kepada kerangka berpikir.

Penelitian ini mengidentifikasi lima kanal tematik dalam konstruksi identitas keberagamaan pelajar SMA Islam P.B. Soedirman 1 Bekasi. Pada tahap eksplorasi, terdapat tiga kanal tematik, yaitu pengetahuan dasar keagamaan, aktivitas pemerolehan informasi keagamaan, serta proses konsiderasi terhadap ragam informasi. Sementara itu, tahap komitmen mencakup dua kanal tematik, yakni identifikasi sumber rujukan keagamaan dan ketahanan diri terhadap alternatif pemahaman lain. Simpulan utama penelitian ini menunjukkan bahwa pergeseran komunitas dari ranah luring ke daring menyebabkan perubahan poros gerak komunitas digital. Meskipun demikian, proses pemerolehan dan tingkat kepercayaan terhadap informasi keagamaan cenderung bersifat pasif. Selain itu, personalisasi web berbasis algoritma yang mengarah pada fenomena *filter bubble* mendorong pelajar berada dalam spektrum pemahaman keagamaan yang relatif homogen.

Kelima penelitian terdahulu tersebut menunjukkan persamaan dan perbedaan yang signifikan dengan penelitian ini, yang penting untuk menegaskan posisi penelitian di tengah maraknya kajian sejenis. Penelitian

pertama, yaitu disertasi berjudul *Digital Identities Presentation of Self Through Social Media* dan artikel *Digitally Mediated Protest: Social Media Affordances for Collective Identity Construction*, memiliki kesamaan dengan penelitian ini dalam penggunaan media sosial Facebook sebagai lokasi penelitian serta fokus kajian pada konstruksi identitas kolektif secara daring oleh informan. Adapun perbedaannya terletak pada metode penelitian, di mana penelitian ini menggunakan pendekatan netnografi untuk menangkap artefak budaya yang muncul dari interaksi dalam grup Facebook.

Penelitian selanjutnya merupakan disertasi dengan judul *Konstruksi Identitas Kaskuser sebagai Subkultur di Dunia Maya (Studi Etnografi Virtual Konstruksi Identitas Kaskuser sebagai Subkultur di Forum Komunitas Online Kaskus)* penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian penulis pada level paradigma konstruktivis, dan metode yang digunakan etnografi virtual. Perbedaannya, media sosial yang dipilih penulis adalah Facebook sebagai lokasi penelitian untuk saling berinteraksi dengan sesama dan menggunakan media sosial sebagai alat mencari informasi dan peneliti mengangkat tentang identitas komunitas virtual yang mengarah pada komunitas keagamaan dengan pesan-pesan agamanya yang saat ini banyak bermunculan komunitas virtual serupa di media sosial.

Penelitian terakhir adalah disertasi dengan judul *Gerakan Ekonomi berbasis Agama (Studi Perlawanan Masyarakat Anti Riba di Indonesia) dan Konstruksi Identitas Keberagamaan Generasi Z di Era Kultur Digital (Studi Kasus Pelajar SMA P.B. Soedirman 1 Bekasi)*, penelitian ini memiliki persamaan dalam membahas konstruksi identitas keberagamaan dan komunitas masyarakat anti riba yang berkembang di Indonesia, perbedaan yang menonjol dari pemilihan lokasi penelitian dan metode penelitian yang digunakan, peneliti mengambil media Facebook sebagai lokasi penelitian dengan metode etnografi virtual yang digunakan peneliti untuk melihat budaya yang dikonstruksi anggotanya dalam meneguhkan identitas dalam komunitas di media sosial Facebook.

Penelitian yang dilakukan mengangkat kekuatan sebuah komunitas virtual yang mempersuasi dan mengonstruksi anggotanya untuk menerima pesan keagamaan yang menjadikannya doktrin agama, sehingga mampu mengubah cara berpikir dan cara hidup yang dipilih anggota komunitas MTR. Penulis memilih judul “Konstruksi Identitas Komunitas Masyarakat Tanpa Riba (MTR) Di Media Sosial (Studi Etnografi Virtual Dakwah Komunitas Masyarakat Tanpa Riba di Facebook), penelitian mengenai komunitas virtual yang berbasis agama masih jarang ditemukan, padahal komunitas virtual sebenarnya menduplikasi realitas sosial yang sudah ada di tengah masyarakat, namun agar interaksi dan berbagi pesan lebih luas maka media sosial digunakan untuk menjembatani komunitas dan membentuk jaringan di dunia virtual. Penelitian ini menggunakan netnografi untuk mengungkap kehidupan virtual anggota komunitas MTR dan pengalaman berinteraksi bersama anggota lainnya di Facebook serta membangun kesadaran kolektif untuk menghindari utang riba.

G. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan aspek penelitian yang berfungsi memberikan penjelasan dan panduan mengenai cara pengukuran variabel. Selain itu, definisi operasional juga memudahkan peneliti lain yang hendak melakukan penelitian lanjutan dengan menggunakan variabel yang sama. Oleh karena itu, pada bagian ini akan diuraikan sejumlah definisi yang relevan dengan judul penelitian.

1. Konstruksi Identitas

Yang dimaksud konstruksi adalah proses aktif dan berkelanjutan di mana individu dan kelompok membangun pemahaman tentang siapa diri mereka, bagaimana mereka berinteraksi, dan bagaimana mereka dilihat oleh orang lain, yang dibentuk melalui interaksi sosial, budaya, kelompok sosial dan media sosial.

Sedangkan identitas adalah pengetahuan seseorang bahwa dirinya termasuk dalam kelompok sosial tertentu dan bagaimana keanggotaan itu mempengaruhi cara pandang diri, emosi dan perilakunya, ini merupakan

bagian dari konsep diri yang terbentuk melalui kesadaran dan kesamaan nilai, emosi dan pengalaman dengan anggota kelompok lainnya. Atribut yang melekat pada individu sebagai anggota suatu kelompok sosial berfungsi untuk merepresentasikan identitas kelompok tersebut sekaligus membedakan karakteristiknya dari kelompok sosial lainnya.

Konstruksi identitas merujuk pada proses sosial di mana individu atau kelompok membentuk, menegosiasikan, dan memaknai siapa diri mereka melalui interaksi dengan lingkungan sosial, budaya, dan struktur kekuasaan yang melingkupinya. Identitas dalam perspektif ini tidak dipahami sebagai sesuatu yang tetap atau esensial, melainkan sebagai hasil proses dinamis yang terus berlangsung dan dipengaruhi oleh konteks historis, relasi sosial, serta praktik komunikasi.

Dalam kajian sosiologi dan studi budaya, konstruksi identitas dipahami sebagai proses produksi makna (*meaning-making process*) yang melibatkan representasi simbolik, narasi, dan praktik sosial. Identitas dibangun melalui bahasa, simbol, dan wacana yang memungkinkan individu atau kelompok mengartikulasikan posisi sosialnya, sekaligus membedakan diri dari kelompok lain. Oleh karena itu, konstruksi identitas selalu bersifat relasional, karena terbentuk melalui hubungan “diri” dengan “yang lain”.

Perspektif Manuel Castells, konstruksi identitas merupakan proses di mana aktor sosial membangun makna berdasarkan pengalaman dan kepentingan mereka dalam konteks relasi kekuasaan tertentu. Identitas muncul sebagai respons terhadap dominasi struktural, sehingga dapat mengambil bentuk identitas legitimasi, resistensi, atau proyek. Dengan demikian, konstruksi identitas tidak dapat dilepaskan dari struktur sosial dan dinamika kekuasaan yang melatarinya.

Sementara itu, dalam konteks media digital, konstruksi identitas juga berlangsung secara performatif dan berjejaring. Identitas tidak hanya direpresentasikan, tetapi diproduksi melalui praktik komunikasi berulang dalam jaringan sosial, sebagaimana ditegaskan dalam konsep *networked*

self. Media sosial menyediakan ruang di mana identitas dinegosiasikan secara publik, divalidasi melalui interaksi, dan dibentuk ulang secara berkelanjutan.

Dengan demikian, konstruksi identitas dapat dipahami sebagai proses sosial-digital yang melibatkan negosiasi makna antara individu, komunitas, dan struktur media, yang menghasilkan bentuk-bentuk identitas yang bersifat dinamis, kontekstual, dan terikat pada relasi kekuasaan serta praktik komunikasi.

2. Komunitas Online

Kelompok sosial di mana anggotanya merasa memiliki satu sama lain dan saling mendukung secara virtual, mereka berinteraksi, berbagi minat, nilai atau tujuan yang sama di dalam komunitas *online* di media sosial untuk mencapai tujuan tertentu. Komunitas *online* merujuk pada kumpulan individu yang terhubung melalui platform digital dan membangun relasi sosial secara berkelanjutan berdasarkan kepentingan, nilai, tujuan, atau identitas bersama.

Komunitas *online* yang akan diteliti yaitu komunitas masyarakat tanpa riba di Facebook di mana interaksi dalam komunitas *online* berlangsung melalui media berbasis internet dan dimediasi oleh teknologi komunikasi digital. Sehingga memungkinkan terbentuknya rasa kebersamaan (*sense of community*) meskipun para anggotanya tidak berada dalam ruang geografis yang sama. Dalam perspektif sosiologi dan studi media, komunitas *online* dipahami bukan sekadar sebagai agregasi pengguna, melainkan sebagai entitas sosial yang memiliki pola interaksi, norma, dan sistem makna yang relatif stabil.

Keberlanjutan interaksi, partisipasi anggota, serta adanya aturan formal maupun informal menjadi ciri utama yang membedakan komunitas *online* dari sekadar jaringan sosial sementara. Howard Rheingold memaknai komunitas *online* sebagai kelompok sosial yang muncul dari jaringan komputer ketika cukup banyak orang melakukan diskusi publik dalam jangka waktu tertentu dengan emosi dan keterlibatan yang memadai untuk

membentuk hubungan personal. Definisi ini menekankan pentingnya intensitas interaksi dan keterikatan emosional dalam membentuk komunitas daring.

Dalam konteks media sosial, komunitas *online* juga dapat dipahami sebagai bagian dari *networked publics*, yaitu ruang sosial yang dibentuk melalui jaringan teknologi dan praktik komunikasi berjejaring. Platform digital tidak hanya memfasilitasi interaksi, tetapi juga membentuk struktur relasi, visibilitas, dan hierarki dalam komunitas. Oleh karena itu, komunitas *online* merupakan hasil interaksi antara aktor sosial dan logika platform digital. Dengan demikian, komunitas *online* dapat dipahami sebagai formasi sosial digital yang dibangun melalui interaksi berulang, berbagi makna, dan praktik komunikasi berjejaring, yang memungkinkan terbentuknya identitas kolektif dan solidaritas sosial dalam ruang digital.

3. Riba

Riba didefinisikan secara operasional sebagai konstruksi makna dan praktik ekonomi yang dipersepsikan, dinarasikan, dan dikategorikan sebagai tidak sesuai dengan prinsip Islam oleh anggota komunitas Masyarakat Tanpa Riba (MTR) di Facebook, sebagaimana direpresentasikan dalam unggahan, komentar, simbol, dan interaksi sosial digital.

Riba tidak dipahami semata-mata sebagai konsep normatif fikih, melainkan sebagai objek wacana sosial-religius yang dibentuk dan direproduksi melalui praktik komunikasi berjejaring dalam komunitas *online*. Oleh karena itu, riba dalam penelitian ini diidentifikasi berdasarkan pemaknaan subjektif-kolektif anggota komunitas, bukan pada penilaian hukum ekonomi formal semata.

Indikator Operasional Riba dalam konteks komunitas MTR di Facebook dioperasionalkan melalui indikator-indikator berikut: a). Narasi Penolakan terhadap Praktik Ekonomi Tertentu., b). Unggahan atau komentar yang menyebut praktik seperti bunga bank, kredit berbunga, pinjaman konvensional, atau cicilan tertentu sebagai riba dan harus

ditinggalkan., c). Testimoni Pengalaman Personal., d). Cerita anggota mengenai keterlibatan masa lalu dalam praktik yang dikategorikan sebagai riba dan proses hijrah untuk meninggalkannya., e). Penggunaan Simbol dan Bahasa Moral Pemakaian istilah religius seperti haram, dosa, hijrah, taubat, istikamah, atau diksi moral lain yang melekat pada wacana riba., f). Interaksi Disipliner dan Validasi Sosial., g). Respons komunitas berupa dukungan, penguatan, atau koreksi terhadap unggahan yang berkaitan dengan riba, yang menunjukkan batas-batas makna riba dalam komunitas., h). Ajakan Kolektif dan Solusi Alternatif, unggahan yang tidak hanya menolak riba, tetapi juga menawarkan atau merekomendasikan praktik ekonomi alternatif yang dianggap sesuai dengan nilai komunitas.

Dalam penelitian ini, riba dibatasi pada representasi dan diskursus riba dalam ruang digital komunitas MTR di Facebook, tanpa melakukan verifikasi hukum fikih terhadap kebenaran atau kesesuaian praktik ekonomi yang dibahas. Fokus penelitian terletak pada bagaimana riba dimaknai, dinegosiasikan, dan digunakan sebagai dasar pembentukan identitas kolektif dalam komunitas *online*.

4. Masyarakat Tanpa Riba

Komunitas sosial yang berjuang menjauhi riba dan berhijrah memperbaiki diri dan keluarganya dengan melepas semua kemelekatan duniawi dengan memutus utang dan bunga di bank melalui pelatihan dan berkembang melalui media sosial. Dalam penelitian ini, Masyarakat Tanpa Riba (MTR) didefinisikan secara operasional sebagai komunitas *online* berbasis Facebook yang membangun dan mereproduksi identitas kolektif antiriba melalui praktik komunikasi digital, interaksi sosial berjejaring, dan produksi wacana religius sebagaimana tercermin dalam unggahan, komentar, simbol, dan pola partisipasi anggotanya.

MTR tidak dipahami semata sebagai organisasi formal atau gerakan ekonomi, melainkan sebagai formasi sosial-digital yang eksistensinya ditentukan oleh keberlanjutan interaksi, kesamaan makna, dan internalisasi

nilai antiriba di antara anggota komunitas. MTR dalam penelitian ini dioperasionalkan melalui indikator-indikator berikut:

- a. Keanggotaan dan Partisipasi Digital. Keterlibatan individu sebagai anggota grup Facebook MTR yang ditunjukkan melalui aktivitas unggahan, komentar, *like*, atau *share* dalam periode pengamatan penelitian.
- b. Produksi dan Reproduksi Wacana Antiriba. Keberadaan narasi, diskusi, dan konten yang secara eksplisit menolak praktik ekonomi yang dimaknai sebagai riba dan mempromosikan nilai ekonomi Islam.
- c. Internalisasi Nilai dan Norma Kolektif. Munculnya keseragaman bahasa moral, simbol religius, serta pola koreksi dan penguatan terhadap ekspresi anggota yang menunjukkan keberadaan norma komunitas.
- d. Identitas Kolektif yang Diartikulasikan. Representasi komunitas sebagai kelompok religius-ekonomi yang berbeda dari masyarakat umum, melalui diksi “kami” versus “mereka” dalam diskursus komunitas.
- e. Relasi Sosial Berjejaring. Terbentuknya jaringan interaksi yang relatif stabil antar anggota, yang memungkinkan pertukaran makna, dukungan moral, dan legitimasi identitas.

Dalam penelitian ini, MTR dibatasi pada aktivitas dan interaksi komunitas MTR yang berlangsung di platform Facebook selama periode pengumpulan data. Penelitian tidak menilai efektivitas ekonomi atau kebenaran normatif praktik antiriba, melainkan berfokus pada proses konstruksi identitas dan makna komunitas dalam ruang digital.

5. Facebook

Salah satu media sosial yang pertama kali muncul dengan fitur yang lengkap untuk berbagi informasi diri dan membentuk komunitas *online* agar terkoneksi dengan individu yang memiliki kesamaan ideologi agama, pengguna Facebook 122 juta²² menjadi empat besar media sosial yang digunakan di Indonesia.

²² Fauziah, *Dianggap Ketinggalan Zaman, Facebook Masih Punya 122 Juta Pengguna Di Indonesia!*

Facebook didefinisikan secara operasional sebagai platform media sosial yang berfungsi sebagai ruang interaksi berjejaring (*networked publics*) tempat komunitas Masyarakat Tanpa Riba (MTR) membangun, menampilkan, dan menegosiasikan identitas personal dan kolektif melalui praktik komunikasi digital.

Facebook tidak dipahami sekadar sebagai medium teknologis, melainkan sebagai aktor struktural yang memediasi interaksi sosial, memengaruhi visibilitas wacana, serta membentuk pola partisipasi dan legitimasi dalam komunitas *online* Facebook dalam penelitian ini dioperasionalkan melalui indikator-indikator berikut:

- a. Fitur Interaksi Digita. Penggunaan fitur unggahan, komentar, *like*, *share*, dan pengelolaan grup sebagai sarana utama komunikasi dan interaksi antar anggota komunitas MTR.
- b. Struktur Ruang Komunitas. Keberadaan grup Facebook sebagai ruang semi-publik yang memiliki aturan keanggotaan, norma interaksi, dan mekanisme moderasi.
- c. Mekanisme Visibilitas dan Algoritma. Pola kemunculan unggahan dan respons yang menunjukkan peran algoritma dalam memperluas atau membatasi jangkauan wacana tertentu.
- d. Pola Partisipasi Anggota. Intensitas dan bentuk keterlibatan anggota dalam aktivitas komunitas, termasuk unggahan aktif, respons pasif, atau pengamatan (*lurking*).
- e. Mediasi Identitas dan Makna. Peran Facebook dalam memungkinkan ekspresi identitas personal dan kolektif melalui representasi teks, visual, dan simbol religius-ekonomi.

Dalam penelitian ini, Facebook dibatasi sebagai konteks dan ruang penelitian, bukan sebagai objek evaluasi teknologi atau bisnis. Fokus analisis diarahkan pada bagaimana fitur dan logika Facebook memediasi interaksi sosial dan konstruksi identitas komunitas MTR, bukan pada desain teknis platform secara keseluruhan.