

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Data global menunjukkan adanya tren peningkatan jumlah individu yang mengidentifikasi diri sebagai ateis maupun tidak berafiliasi dengan agama. Tim peneliti yang dipimpin oleh Queen's University of Belfast melalui proyek bertajuk *Explaining Atheism* menemukan bahwa ateisme menjadi fenomena yang terus berkembang di berbagai negara seperti Brazil, China, Denmark, Jepang, Inggris, dan Amerika Serikat (Career & Rfp, 2022). Penelitian tersebut berupaya menjawab sejumlah pertanyaan terkait dinamika ateisme, baik dari aspek sosial, budaya, maupun politik.

Tren ini sejalan dengan laporan Pew Research (2025) yang mencatat bahwa sekitar 24,2% penduduk dunia mengidentifikasi diri sebagai tidak berafiliasi dengan agama (*religiously unaffiliated*). Angka ini mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun 2010 yang tercatat sekitar 23% dari populasi global. (Tim Redaksi CNBC, 2025). Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa ateisme dan kelompok tidak beragama menjadi bagian dari realitas sosial yang semakin menonjol di tingkat global. Kondisi ini tidak hanya menandakan perubahan dalam hal kepercayaan dan spiritualitas individu, tetapi juga mencerminkan adanya transformasi sosial yang lebih luas dalam masyarakat modern.

Selain fenomena global, isu mengenai ateisme juga hadir di konteks Indonesia. Meskipun Indonesia dikenal sebagai negara dengan penduduk mayoritas beragama dan memiliki dasar negara yang menekankan pentingnya keberagaman, data memperlihatkan bahwa terdapat sejumlah individu yang mengidentifikasi diri sebagai ateis. Di Indonesia, keberadaan ateis kerap tidak tampak secara terang-terangan di ruang publik. Hal ini berkaitan dengan kondisi sosial, budaya, dan hukum yang masih menempatkan agama sebagai unsur fundamental dalam kehidupan berbangsa. Dalam situasi demikian, banyak individu yang mengidentifikasi diri sebagai ateis memilih untuk tidak menampilkan identitas mereka secara terbuka (Wijayanto, 2015). Namun, media sosial dengan fitur

anonimitas atau semi-anonimitas memberikan ruang alternatif bagi mereka untuk mengekspresikan pandangan, berbagi pengalaman, serta membentuk komunitas virtual. Kehadiran ruang digital ini memungkinkan ateisme muncul dan berkembang dalam bentuk diskursus maupun praktik keseharian, meskipun tidak selalu terlihat dalam kehidupan sosial offline.

Selain data demografis, fenomena ateisme di Indonesia juga berkaitan erat dengan perkembangan media sosial. Platform digital kini menjadi ruang penting bagi individu untuk mengekspresikan pandangan, membangun komunitas, serta mendiskusikan isu-isu sensitif seperti ateisme. Laporan *We Are Social* (2025) mencatat bahwa sekitar 72,7% penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial. Dengan jumlah populasi mencapai sekitar 290 juta jiwa, angka tersebut setara dengan lebih dari 207 juta pengguna aktif. Data ini menegaskan bahwa media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang interaksi sosial, penyebaran informasi, serta arena pembentukan dan negosiasi identitas. Dalam konteks ateisme, kondisi ini penting karena menunjukkan bahwa media sosial menyediakan ruang alternatif bagi individu atau kelompok untuk mengekspresikan pandangan, membangun komunitas, dan berdiskusi mengenai isu-isu sensitif yang sulit disampaikan di ruang sosial konvensional.

Menurut *GoodStats* (2025), jumlah ateis di Indonesia diperkirakan berkisar antara 1–3% dari total penduduk nasional. Dengan populasi Indonesia yang mencapai sekitar 290 juta jiwa pada tahun 2025, angka ini setara dengan sekitar 2,9 juta hingga 8,7 juta orang yang mungkin mengidentifikasi sebagai ateis. Angka tersebut menunjukkan bahwa ateisme merupakan fenomena sosial yang hadir di Indonesia, meskipun tidak selalu tampak secara terbuka dalam ruang publik.

Meskipun demikian, keberadaan mereka jarang terlihat dalam ruang sosial sehari-hari karena norma keagamaan yang dominan. Kehadiran ateis lebih nyata ketika ditelusuri melalui media sosial, di mana mereka dapat mengekspresikan pandangan, berbagi pengalaman, dan membangun komunitas secara lebih terbuka. Media sosial dengan demikian menjadi ruang penting yang memperlihatkan

eksistensi ateis di Indonesia, meskipun kehadiran mereka kerap tersembunyi dalam interaksi sosial konvensional.

Salah satu media yang banyak digunakan adalah Facebook, misalnya melalui grup *Anda Bertanya Ateis Menjawab*, yang menjadi wadah diskusi serta sarana membentuk identitas bersama di antara para anggotanya. Lebih jauh, kehadiran ini tampak jelas pada salah satu komunitas ateis yang cukup dikenal di Indonesia, yaitu grup Facebook *Anda Bertanya Ateis Menjawab* (ABAM). ABAM berdiri sejak tahun 2011 sebagai salah satu produk dari Indonesian Atheist (IA) dan dikembangkan oleh Virgi Albiant bersama Karl Karnadi serta tim admin (*Anda Bertanya Ateis Menjawab*, 2013). Grup ini berfungsi sebagai ruang diskusi, tanya jawab, dan berbagi perspektif tentang ateisme dari sudut pandang mereka. Hingga kini, ABAM telah berhasil menarik sekitar 37 ribu anggota yang aktif berpartisipasi dalam berbagai topik seputar tidak beragama.

Fenomena ini dapat dipahami melalui perspektif Peter L. Berger mengenai konstruksi sosial realitas. Berger menegaskan bahwa realitas sosial terbentuk melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi dalam interaksi sosial. Dalam konteks ateisme di Indonesia, proses tersebut berlangsung tidak hanya dalam interaksi langsung di ruang sosial, tetapi juga dalam ranah digital (Berger & Luckmann, 1966). Media sosial menyediakan ruang di mana individu dapat mengeksternalisasikan pandangan, berinteraksi dengan sesama, dan kemudian menginternalisasi identitas bersama sebagai bagian dari komunitas ateis. Dengan demikian, keberadaan komunitas seperti ABAM menjadi bukti bagaimana media sosial berperan penting dalam membentuk, mempertahankan, dan melegitimasi identitas ateis di tengah masyarakat yang mayoritas religius.

Meskipun sejumlah studi telah membahas ateisme dari aspek teologis maupun hukum, kajian yang secara khusus menyoroti konstruksi identitas ateis melalui praktik komunikasi di media sosial Indonesia masih relatif terbatas. Pemaparan di atas mendorong ketertarikan penulis untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana kelompok ateis di Indonesia memanfaatkan platform media sosial sebagai ruang ekspresi, membangun identitas kelompok, dan berinteraksi dengan masyarakat yang lebih luas. Karenanya penulis tertarik untuk mengangkat

judul “KONSTRUKSI IDENTITAS ATEIS DI MEDIA SOSIAL (Studi Kasus pada Grup Facebook Anda Bertanya Ateis Menjawab)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Media sosial pada era digital tidak hanya menjadi ruang berbagi informasi, tetapi juga arena konstruksi pandangan keagamaan dan kepercayaan, termasuk narasi ateisme yang dalam konteks Indonesia masih dianggap tabu. Grup Facebook *Anda Bertanya Ateis Menjawab* menjadi salah satu ruang virtual yang menyuarakan pandangan ateistik dan mempertemukan ateis dengan non-ateis dalam diskusi terbuka. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana media sosial membentuk dan menyebarkan narasi ateisme, serta bagaimana narasi tersebut dikonstruksi, dipertahankan, dan ditanggapi oleh para anggotanya. Berdasarkan hal tersebut, dirumuskan tiga rumusan masalah sebagai berikut

1. Bagaimana bentuk-bentuk ekspresi identitas ateis yang ditampilkan oleh anggota grup Facebook Anda Bertanya Ateis Menjawab (ABAM)?
2. Bagaimana pola interaksi sosial antaranggota dalam grup Facebook Anda Bertanya Ateis Menjawab (ABAM) terkait diskursus ateisme?
3. Bagaimana proses konstruksi identitas ateis di media sosial, khususnya dalam grup Facebook Anda Bertanya Ateis Menjawab (ABAM), dapat dijelaskan melalui teori konstruksi sosial realitas Peter L. Berger dan Thomas Luckman?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan dan rumusan masalah yang diajukan, maka tujuan penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana ateis di Indonesia mengekspresikan identitasnya melalui grup Facebook Anda Bertanya Ateis Menjawab (ABAM).
2. Untuk mengetahui bagaimana pola interaksi anggota di grup Anda Bertanya Ateis Menjawab (ABAM).
3. Untuk mengetahui proses konstruksi identitas ateis melalui teori konstruksi sosial realitas Peter L. Berger dan Thomas Luckman.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki potensi kontribusi strategis bagi pengembangan literatur prodi studi agama-agama dalam ranah agama di media sosial, antara lain:

### a. Manfaat teoritis

#### 1) Pengembangan Kajian Studi Agama-Agama

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya diskursus dalam Studi Agama-Agama (SAA), khususnya dalam memandang ateisme bukan hanya sebagai ketiadaan iman atau lawan dari teologi, melainkan sebagai sebuah fenomena sosiologis dan realitas sosial yang ada dalam masyarakat Indonesia.

#### 2) Penguatan Teori Konstruksi Sosial di Era Digital

Penelitian ini berkontribusi dalam memperluas penerapan teori Konstruksi Sosial Realitas dari Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Riset ini menunjukkan bagaimana tahap eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi tetap relevan untuk membedah interaksi di ruang digital yang bersifat anonim dan dinamis.

#### 3) Pengayaan Perspektif Identitas Non-Religius

Memberikan kontribusi teoretis mengenai bagaimana “identitas luar” (non-teistik) dinegosiasikan di tengah masyarakat yang sangat religius. Hal ini penting untuk mengisi kekosongan literatur mengenai dinamika kelompok non-religius di ruang siber Indonesia.

#### 4) Referensi Metodologis (Netnografi)

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya dalam menggunakan metode netnografi untuk mengamati isu-isu sensitif atau kelompok minoritas yang tertutup di dunia nyata namun aktif di media sosial.

### b. Manfaat Praktis

#### 1) Bagi Instansi Terkait (Kemenag/Komdigi)

Penelitian ini memberikan gambaran nyata tentang keberadaan kelompok ateis di internet. Data ini bisa dipakai untuk merancang strategi moderasi beragama dan pengamanan ruang digital agar

perbedaan pandangan tidak berujung pada penodaan agama atau konflik horizontal yang memecah belah warga.

2) Bagi Aparat Keamanan dan Penegak Hukum

Membantu memetakan potensi konflik di media sosial. Dengan memahami bagaimana kelompok ini berekspresi, aparat bisa melakukan langkah pencegahan agar tidak terjadi aksi main hakim sendiri oleh masyarakat terhadap individu yang memiliki pandangan berbeda.

3) Bagi Masyarakat Umum (Netizen)

Menjadi sarana edukasi bahwa di dunia maya terdapat berbagai macam pandangan. Harapannya, masyarakat bisa lebih tenang dan tidak reaktif (terpancing emosi) saat menemui konten sensitif, sehingga ketertiban di ruang digital tetap terjaga.

4) Bagi Pendidik

Hasil riset ini bisa jadi bahan tambahan untuk mengajarkan pentingnya etika berinternet dan cara menyikapi perbedaan keyakinan secara bijak kepada siswa, agar mereka tidak menjadi pelaku perundungan (*bullying*) di media sosial.

5) Bagi Moderator Komunitas Daring

Memberikan panduan cara memantau diskusi yang sangat sensitif agar tidak melanggar undang-undang yang berlaku di Indonesia (seperti UU ITE), sehingga komunitas tetap aman dan tidak berurusan dengan masalah hukum.

## 1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

### a. Ruang Lingkup

Penelitian ini berada dalam ranah Studi Agama-Agama dengan pendekatan kualitatif, yang memfokuskan kajian pada ateisme sebagai identitas sosial di ruang digital. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana identitas ateis diekspresikan dan dikonstruksi melalui interaksi sosial di media sosial.

Objek penelitian dalam skripsi ini adalah grup Facebook *Anda Bertanya Ateis Menjawab (ABAM)*, yang digunakan sebagai ruang diskusi dan interaksi bagi individu-individu yang memiliki pandangan non-teistik di Indonesia. Grup ini

dipilih karena merepresentasikan ruang komunitas daring yang memungkinkan terjadinya pertukaran gagasan, pengalaman, dan pembentukan makna kolektif terkait ateisme.

Penelitian ini menelaah unggahan dan komentar tertulis yang dipublikasikan dalam grup Facebook ABAM sebagai bentuk ekspresi identitas dan interaksi sosial di ruang digital. Fokus penelitian diarahkan pada pola komunikasi dan proses sosial yang tampak dalam interaksi daring, bukan pada identitas personal anggota grup.

#### b. Batasan Penelitian

Untuk menjaga fokus dan keterukuran penelitian, batasan-batasan berikut diterapkan:

##### 1) Batasan Subjek

Penelitian ini tidak bertujuan mengidentifikasi individu atau latar belakang personal anggota grup Facebook ABAM. Seluruh data dianalisis secara anonim dan diperlakukan sebagai representasi interaksi sosial, bukan sebagai narasi individual yang dapat diverifikasi secara personal.

##### 2) Batasan Objek

Penelitian ini hanya berfokus pada satu platform media sosial, yaitu Facebook, dan secara spesifik pada grup Facebook Anda Bertanya Ateis Menjawab (ABAM). Platform media sosial lain seperti Instagram, X (Twitter), atau forum daring lainnya tidak termasuk dalam cakupan penelitian.

##### 3) Batasan Data

Data penelitian dibatasi pada unggahan dan komentar tertulis yang dipublikasikan dalam grup ABAM pada periode waktu tertentu 2022-2025. Konten berupa pesan pribadi, reaksi non-teks (seperti emoji atau jumlah “like”), serta interaksi di luar grup tidak dianalisis secara mendalam.

##### 4) Batasan Analisis

Penelitian ini tidak membahas ateisme dari sudut pandang teologis, filosofis, atau normatif. Analisis difokuskan pada proses konstruksi

identitas sosial, dengan menggunakan teori konstruksi sosial realitas Peter L. Berger dan Thomas Luckmann (1966) sebagai kerangka analisis utama.

#### 5) Batasan Tujuan Penelitian

Penelitian ini tidak bertujuan untuk menilai benar atau salah pandangan ateisme, maupun untuk mengukur tingkat kepercayaan atau keyakinan individu. Tujuan penelitian semata-mata untuk memahami fenomena sosial terkait ekspresi dan konstruksi identitas ateis di media sosial.

### 1.6 Kerangka Berpikir

Dalam konteks masyarakat Indonesia yang memiliki karakter sosial religius yang kuat, individu dengan pandangan non-teistik seperti ateis sering kali menghadapi tantangan dalam mengekspresikan identitasnya secara terbuka di ruang sosial fisik. Kondisi sosial tersebut berpotensi membatasi ruang ekspresi bagi kaum ateis untuk mengungkapkan pandangan dan pengalaman mereka secara bebas.

Dalam situasi tersebut, media sosial dapat dipahami sebagai ruang alternatif yang memungkinkan individu dengan pandangan non-teistik untuk berinteraksi, berbagi pengalaman, dan mengekspresikan identitas diri. Melalui media sosial, khususnya grup Facebook *Anda Bertanya Ateis Menjawab (ABAM)*, kaum ateis memiliki kesempatan untuk berkomunikasi dengan individu lain yang memiliki pandangan serupa serta membangun ruang diskusi yang relatif lebih terbuka dibandingkan ruang sosial fisik.

Media sosial menyediakan ruang virtual yang memungkinkan terjadinya ekspresi identitas melalui unggahan, komentar, dan diskusi. Interaksi yang berlangsung dalam ruang digital tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana ekspresi diri, tetapi juga sebagai medium pembentukan makna bersama dan solidaritas di antara anggota komunitas.

Fenomena penggunaan media sosial oleh kaum ateis dalam membentuk identitas diri ini dapat dipahami melalui teori konstruksi sosial realitas Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. Menurut Berger dan Luckmann (1966), realitas sosial terbentuk melalui proses konstruksi yang berlangsung dalam interaksi sosial manusia, yang mencakup tiga tahapan utama, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.

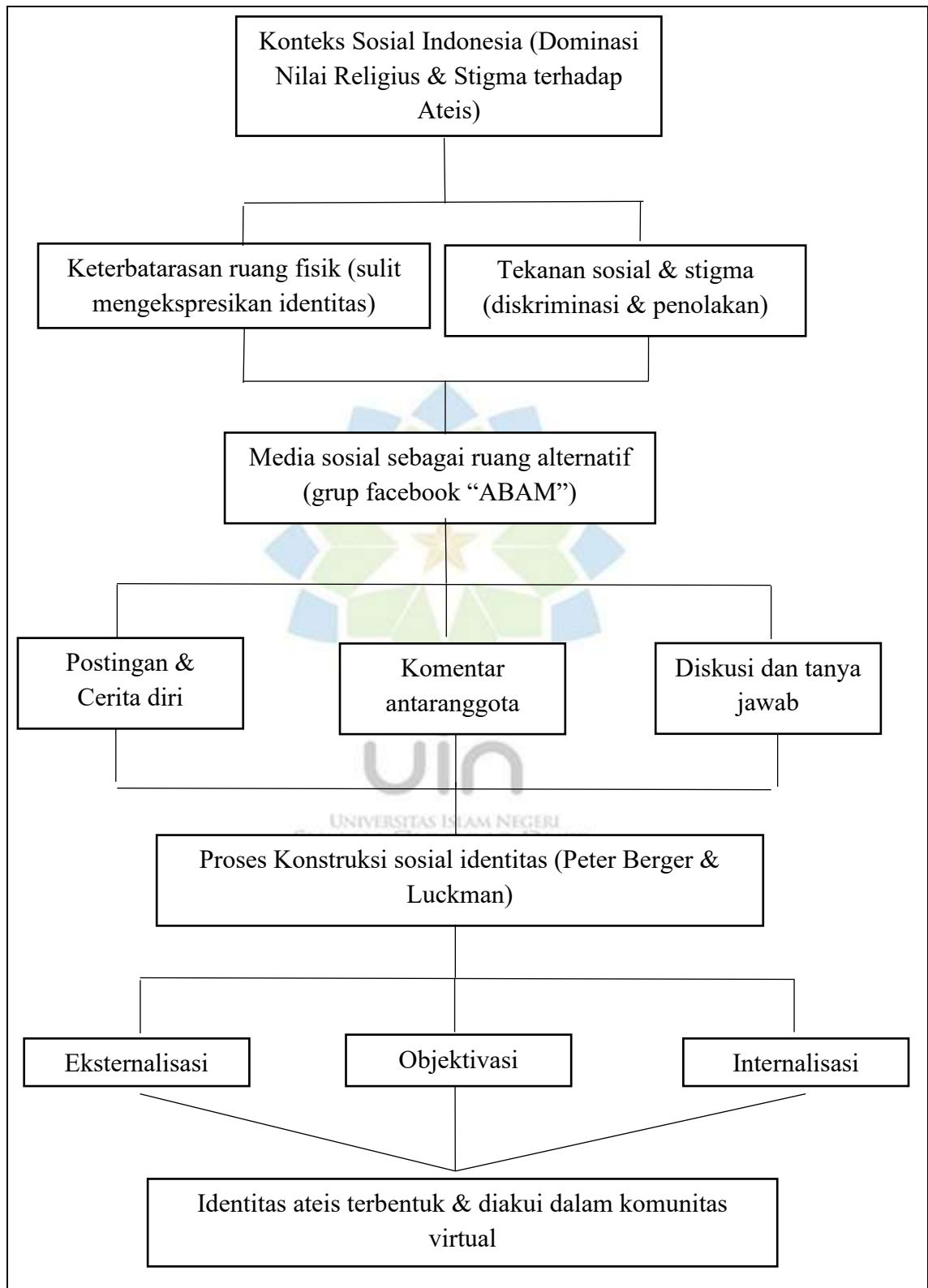
Dalam konteks penelitian ini, tahap eksternalisasi tampak ketika anggota grup Facebook ABAM mengekspresikan pandangan, pemikiran, dan pengalaman mereka terkait ateisme melalui unggahan dan komentar. Tahap objektivasi terjadi ketika ekspresi tersebut memperoleh respons dan pengakuan dari anggota lain, sehingga membentuk pola pemahaman dan norma bersama dalam komunitas daring. Selanjutnya, tahap internalisasi berlangsung ketika nilai-nilai dan cara pandang yang berkembang dalam komunitas tersebut dihayati oleh anggota sebagai bagian dari identitas diri mereka.

Berdasarkan uraian teoritis dan persepsi peneliti di atas, dapat disimpulkan bahwa proses pembentukan identitas ateis di ruang virtual merupakan hasil dari interaksi sosial yang berlangsung secara dinamis di media digital. Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann menjelaskan bagaimana realitas sosial dan identitas terbentuk melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.

Untuk memperjelas alur berpikir dan hubungan antar konsep dalam penelitian ini, maka kerangka berpikir penelitian dapat digambarkan dalam bagan berikut:



Bagan 1.1 Kerangka Berpikir



Sumber : Peneliti

Kerangka berpikir ini menunjukkan bahwa keterbatasan ekspresi ateis di ruang sosial fisik mendorong penggunaan media sosial sebagai ruang alternatif. Melalui interaksi di grup Facebook ABAM, terjadi proses konstruksi sosial identitas ateis yang dijelaskan melalui teori Berger dan Luckmann (1966) (eksternalisasi–objektivasi–internalisasi).

### **1.7 Hasil Penelitian Terdahulu**

Kajian terhadap penelitian terdahulu penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana isu ateisme telah diteliti dan bagaimana perkembangan wacana akademik terkait konstruksi identitas ateis, dinamika komunikasi, serta posisi ateisme dalam ruang sosial baik offline maupun online. Bagian ini disusun secara sistematis dengan meninjau sejumlah penelitian relevan, kemudian mengelompokkannya ke dalam beberapa kategori tema, diikuti analisis perbandingan dan identifikasi celah penelitian yang menjadi dasar studi ini. Penelitian-penelitian sebelumnya mengenai ateisme di Indonesia dapat dikelompokkan ke dalam tiga kategori utama.

Pertama, penelitian yang berfokus pada eksistensi dan perkembangan komunitas ateis di ruang digital, Burhanudin (2014), Budianto & Thi (2016), serta Zakiah (2016) yang menyoroti keberadaan komunitas ateis Indonesia Atheis (IA) maupun wacana ateisme di cyberspace. Kedua, penelitian yang menekankan pada konstruksi identitas dan strategi komunikasi ateis, baik di ranah offline maupun online. Di antaranya, Santika (2020) yang mengkaji pengelolaan identitas ateis dalam konteks keluarga dan pertemanan, Jauhari & Sundari (2024) yang meneliti hubungan antara diskriminasi, penyembunyian identitas, dan kesejahteraan psikologi, serta Ais (2023) yang menyoroti dramaturgi ateis dalam lingkungan sosial beragama. Ketiga, penelitian yang mengkaji konteks sosial, teknologi, dan hukum terkait ateisme, seperti Lasmawan (2019) yang menyoroti peran teknologi dalam membentuk pengalaman religius dan pandangan hidup, serta Tanrion (2023) yang meninjau perlindungan hukum kebebasan beragama dan posisi ateis dalam konstitusi Indonesia.

Jika dibandingkan, penelitian pada kategori pertama umumnya sepakat bahwa ruang digital memberi peluang bagi ateis untuk mengekspresikan

identitasnya, namun fokusnya masih terbatas pada komunitas tertutup atau deskripsi umum mengenai wacana ateisme di internet. Kategori kedua menunjukkan adanya tekanan sosial, praktik penyembunyian identitas, dan dampak psikologis yang dialami ateis, namun sebagian besar masih menyoroiti pengalaman identitas ateis dalam konteks offline atau komunitas terbatas. Sementara itu, kategori ketiga memberikan gambaran makro mengenai hubungan antara ateisme, teknologi, dan kebijakan negara, tetapi tidak mengulas secara mendalam bagaimana interaksi sosial ateis berlangsung dalam ruang digital terbuka yang mempertemukan ateis dan teis secara langsung.

Berdasarkan pemetaan tersebut, terlihat adanya celah penelitian (*research gap*), yakni minimnya kajian yang meneliti dinamika interaksi antara ateis dan teis dalam ruang digital terbuka yang bersifat interaktif, khususnya pada forum media sosial yang mempertemukan dua kelompok dengan pandangan berbeda. Sebagian besar penelitian terdahulu fokus pada komunitas tertutup, pengalaman pribadi ateis, atau diskursus ateis secara umum. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis bagaimana identitas ateis dikonstruksi, dinegoisasikan, dan dipertahankan melalui pola komunikasi dalam grup facebook “Anda bertana ateis menjawab” sebagai ruang sosial digital yang inklusif, interaktif, dan terbuka bagi publik.