

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Media sosial telah menjadi fenomena yang tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern, seiring perkembangan teknologi digital yang mengubah cara manusia berinteraksi, mencari informasi, dan berpartisipasi dalam ruang publik. Banyak ahli menyebut media sosial sebagai bentuk baru ruang publik digital, tempat interaksi sosial berlangsung secara masif dan virtual¹. Sebuah ponsel pintar berkoneksi internet kini menghadirkan hampir seluruh kebutuhan manusia—informasi, hiburan, pendidikan, hingga dakwah dan aktivitas keagamaan—dalam satu genggam, menandai pergeseran dari pola komunikasi satu arah menjadi interaktif dan dinamis. Di Indonesia, penetrasi internet berdasarkan survei APJII telah mencapai 79,5 persen atau setara dengan 221 juta jiwa dari total populasi.² Sementara itu, data agregat We Are Social dan DataReportal mencatat ekspansi lanskap digital Indonesia hingga akhir 2025/awal 2026 telah menembus angka 230 juta pengguna internet (penetrasi 80,5 persen), dengan 180 juta identitas pengguna aktif media sosial serta rata-rata durasi pemakaian mencapai 3 jam 26 menit per hari, jauh melampaui rata-rata global.³ WhatsApp, TikTok, Instagram, dan Facebook menjadi platform yang paling banyak digunakan⁴, mencerminkan bagaimana ruang digital tersebut juga menjadi ruang bagi ekspresi identitas dan keberagaman masyarakat Indonesia.

Paparan statistik makro semacam ini belum mampu memotret secara tajam bagaimana perangkat digital diadopsi oleh kelompok subkultur marjinal yang teralienasi dari ruang suci konvensional. Algoritma media sosial bekerja bukan

¹Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 14.

² Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), *Profil Internet Indonesia 2024–2025: Laporan Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia* (Jakarta: APJII, 2025), 12–15

³ We Are Social dan DataReportal, "Digital 2026: Indonesia," *DataReportal*, diakses 1 Agustus 2026, <https://datareportal.com/reports/digital-2026-indonesia>.

⁴GoodStats, "Inilah Daftar Media Sosial Favorit Orang Indonesia 2025," accessed August 1, 2026, <https://goodstats.id/article/inilah-daftar-media-sosial-favorit-orang-indonesia-2025>.

sekadar sebagai penyalur informasi pasif, melainkan sebagai ruang negosiasi eksistensial bagi individu yang mengalami krisis identitas teologis⁵. Bagi kelompok marjinal perkotaan, tingginya penetrasi media sosial beralih fungsi menjadi katup penyelamat spiritual (*spiritual safety valve*) yang menyediakan ruang privat untuk belajar agama tanpa harus menghadapi penghakiman fisik secara langsung⁶. Fenomena ini sejalan dengan menjamurnya dai populer yang memanfaatkan media sosial untuk menjangkau jutaan pengikut lintas generasi, menjadikan dakwah digital sebagai kanal utama pembelajaran keagamaan masyarakat urban.

Perkembangan ini sejalan dengan pergeseran yang lebih luas dalam kehidupan beragama kontemporer, di mana batas antara agama dan aspek kehidupan lain kian membur. Jika dahulu kehidupan beragama menempati ruang khusus yang terpisah dari kehidupan sosial lainnya, kini ia berbaur dengan budaya populer perkotaan—suatu bentuk kebudayaan yang perkembangannya tidak dapat dipisahkan dari industrialisasi, kapitalisme, dan konsumerisme, sehingga praktik ritual keagamaan pun kian tidak terhindarkan dari budaya permukaan yang menjadikan agama sebagai komoditas sekaligus gaya hidup⁷. Dalam kerangka inilah, kehadiran media sosial menjadi medium strategis yang memperluas akses terhadap dakwah dan membuka ruang bagi proses transformasi religius masyarakat kontemporer, termasuk bagi kelompok-kelompok yang selama ini berada di pinggiran akses keagamaan formal.

Fungsi agama di dunia global kontemporer memang tengah berubah cepat; teknologi baru, urbanisasi, dan kesejahteraan yang meningkat membawa bentuk-bentuk baru ungkapan keagamaan, termasuk di Kota Bandung. Sejak sekitar 2016, kota ini dikenal dengan geliat gerakan pemuda hijrah, yang sebelumnya hanya terbatas pada gerakan *tarbiyah* kampus di masjid Salman ITB dan masjid

⁵Heidi A. Campbell, *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds* (London: Routledge, 2013), 45.

⁶Bryan S. Turner, *Religious Piety and Secularization in Urban Spaces* (Cambridge: Cambridge University Press, 2011), 112.

⁷Yasraf Amir Piliang and Jejen Jaelani, *Teori Budaya Kontemporer: Penjelajahan Tanda dan Makna* (Yogyakarta: Aurora, 2018), 235–236.

Istiqamah⁸. Salah satu wujudnya adalah Gerakan Pemuda Hijrah (SHIFT) besutan Ustaz Hanan Attaki, yang mengemas dakwah dengan idiom anak muda perkotaan melalui tagline *#BanyakMainBanyakManfaat*, mengajak pemuda mempelajari Islam tanpa mengesampingkan kebiasaan nongkrong dan bermain yang mereka gemari⁹. Tokoh lain seperti Ustaz Evie Efendi dan Ustaz Handy Bonny turut menyebarkan dakwah bergaya kasual melalui Facebook, Instagram, dan YouTube. Dari ketertarikan salah satu jemaah terhadap ceramah Ustaz Evie Efendi inilah, lahir komunitas Majelis TATO Indonesia (MTI).

MTI mengawali kiprahnya pada 27 Maret 2018 di Pesantren Mambaul Huda, Buah Batu, Bandung, dibentuk oleh sejumlah individu dari beragam latar belakang profesi dan sejarah hidup, sebagian pernah mengalami masa kelam sebelum berikhtiar untuk berubah¹⁰. Digerakkan oleh Ustaz Rosihan Fahmi, kepala Madrasah Aliyah Mambaul Huda, jemaah MTI menyebut diri sebagai "Pesantren for Change" dan "Santri Rock n Roll", dengan tagline "majelis para pendosa yang beranjak hijrah membenahi diri dan berbenah akhlak dari hizaiah hingga lillah"¹¹. Dakwah MTI menasar pemuda bertato maupun yang tidak bertato namun ingin bertobat, dengan kegiatan yang meluas ke berbagai komunitas dan lokasi lain, seperti Cafe KopiBray di jalan Talaga Bodas¹².

Berbeda dari SHIFT yang identik dengan kelas menengah, mahasiswa, dan gaya hidup konsumtif, MTI tumbuh sebagai subkultur marjinal yang ekstrem¹³. Jemaahnya memikul stigma ganda (*double-stigmatization*): dicap kriminal dan preman oleh masyarakat sekuler karena tato di tubuh mereka, sekaligus dianggap tidak sah beribadah atau dicap "ahli neraka" oleh pemahaman fikih tekstual-konvensional soal bersuci¹⁴. Kerangka Erving Goffman mengenai perbedaan antara

⁸Deden Nurfaizal and Bambang Qomazzaman, "Pengalaman Jemaah Majelis Tato di Kota Bandung," *Jurnal Iman dan Spiritualitas* 1, no. 2 (2021): 219–220.

⁹Irfan Goffary, "Keberagamaan Masyarakat Perkotaan (Studi tentang Pemuda Hijrah Kota Bandung)" (Disertasi, 2021), 3.

¹⁰Nurfaizal and Qomazzaman, "Pengalaman Jemaah," 221.

¹¹Majelis Tato Indonesia (@majelistato), Instagram, accessed August 1, 2026, <https://www.instagram.com/majelistato>.

¹²Nurfaizal and Qomazzaman, "Pengalaman Jemaah," 225.

¹³Dick Hebdige, *Subculture: The Meaning of Style* (London: Routledge, 1979), 78.

¹⁴Ariel Heryanto, *Identitas dan Kenikmatan: Politik Budaya Layar di Indonesia* (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2015), 204.

individu *discredited*—yang atribut penyimpangannya telah tampak—dan *discreditable*—yang atribut penyimpangannya berpotensi terungkap sewaktu-waktu—menjelaskan kedudukan ganda ini secara tepat: tato menjadikan jemaah MTI *discredited* secara sosial-visual di ruang publik sekuler, sekaligus *discreditable* secara teologis-normatif di ruang keagamaan konvensional¹⁵. Kedudukan ganda inilah yang menjadikan MTI tidak dapat diperlakukan sebagai varian lain dari gerakan hijrah perkotaan pada umumnya, melainkan kasus subkultur marjinal yang memerlukan kerangka analitis tersendiri, sekaligus menjelaskan mengapa media sosial menjadi krusial bagi mereka: sebagai ruang aman untuk belajar dan mempraktikkan Islam tanpa penghakiman fisik secara langsung.

Penelitian terdahulu oleh Berty Saputri dan Martha Tri Lestari mengenai motif hijrah anggota MTI menemukan empat motif: dorongan dari kehidupan masa lalu, dorongan dari teman, keinginan memengaruhi orang lain, dan dorongan bagi masa depan¹⁶. Namun, studi tersebut bersifat deskriptif-psikologis, menggunakan pisau analisis fenomenologi Alfred Schutz yang hanya mengklasifikasikan motif masa lalu (*the because-motive*) dan motif masa depan (*the in-order-to motive*) secara individual¹⁷. Studi ini gagal melihat relasi kuasa digital dan mengabaikan peran krusial media sosial sebagai variabel struktural yang mengintervensi kesadaran keagamaan MTI secara kolektif—baik melalui algoritma, dinamika budaya siber, maupun pergeseran otoritas keagamaan daring¹⁸. Kecenderungan serupa tampak pada kajian Zahara, Wildan, dan Komariah mengenai gerakan hijrah SHIFT, yang meski membahas peran media sosial dalam pembentukan identitas keagamaan milenial, tetap berfokus pada partisipan komunitas motor, skuter, dan *skateboarder* kelas menengah perkotaan yang jauh berbeda dari kondisi

¹⁵Erving Goffman, *Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity* (Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1963), 3–4, 41–42.

¹⁶Berty Saputri and Martha Tri Lestari, "Motif Hijrah pada Anggota Komunitas Majelis Tato Indonesia di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Motif Hijrah pada Anggota Komunitas Majelis Tato Indonesia)," *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 1 (2019): 18–20.

¹⁷Saputri and Lestari, "Motif Hijrah," 21–24.

¹⁸Martin Slama, "Social Media and Islamic Practice in Indonesia," in *Digital Islam in the Muslim World*, ed. Göran Larsson (Leiden: Brill, 2022), 89.

stigmatisasi ganda MTI¹⁹. Kekosongan ini bukan sekadar kekosongan pada satu studi, melainkan kekosongan struktural pada keseluruhan lanskap literatur hijrah dan media sosial di Indonesia yang secara konsisten berfokus pada subjek kelas menengah.

Di sinilah letak kebaruan sekaligus *gap* teoretis dan empiris yang signifikan dari penelitian ini. Berbeda dari studi sebelumnya yang memosisikan hijrah sebagai tindakan kesadaran yang terisolasi, penelitian ini memosisikan media sosial sebagai *active-agent* yang merekonstruksi identitas keagamaan subkultur marjinal melalui tiga dimensi struktural yang holistik: pemikiran (*cognitive religiosity*), perbuatan (*religious practice*), dan kepengikutan (*religious belonging*)²⁰. Secara teoretis, penelitian ini mengisi kekosongan kajian sosiologi komunikasi dakwah mengenai bagaimana media digital mendesentralisasi otoritas keagamaan tradisional, memberi ruang bagi kaum marjinal bertato untuk mengklaim identitas kesalehan mereka sendiri di tengah arus eksklusivitas sosial perkotaan²¹. Keberagamaan di era modern tidak lagi bersifat statis atau terpaku pada institusi keagamaan formal, melainkan menjelma menjadi ruang pasar spiritual yang cair, tempat agen-agen sosial memilih dan meramu identitas keagamaan mereka sesuai kebutuhan eksistensial masing-masing.

Penelitian ini memiliki urgensi yang mendasar, mengingat MTI tidak hanya menjadi ruang spiritual alternatif bagi para anggotanya, tetapi juga contoh konkret bagaimana media sosial menjembatani jarak antara gaya hidup urban yang dianggap bertentangan dengan norma keagamaan dan nilai-nilai Islam yang inklusif. Melalui YouTube, Instagram, dan Facebook, dakwah yang diakses maupun disebarkan jemaah MTI bersifat instruktif sekaligus persuasif dan transformatif—ceramah pendek, testimoni hijrah, dan narasi keseharian anggota MTI menjadi bukti bahwa media sosial mampu menciptakan ruang dakwah yang

¹⁹Mila Nabila Zahara, Dadan Wildan, and Siti Komariah, "Gerakan Hijrah: Pencarian Identitas untuk Muslim Milenial di Era Digital," *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development* 2, no. 1 (2020): 58–60.

²⁰Rodney Stark and Charles Y. Glock, *American Piety: The Nature of Religious Commitment* (Berkeley: University of California Press, 1968), 15–22.

²¹Inaya Rakhmani, *Mainstreaming Islam in Indonesia: Television, Identity, and the Middle Class* (New York: Palgrave Macmillan, 2016), 57.

lebih cair dan responsif terhadap kebutuhan spiritual masyarakat urban²². Media digital di sini bertindak bukan sekadar sebagai alat komunikasi atau saluran informasi pasif, melainkan sebagai ekosistem baru—sebuah agama digital (*digital religion*)—tempat praktik, otoritas, dan identitas keagamaan dinegosiasikan secara terus-menerus oleh para aktor urban²³. Atas dasar itulah, penelitian ini penting untuk dilakukan guna menelusuri secara mendalam bagaimana media sosial berperan dalam transformasi keberagamaan masyarakat urban, khususnya pada jemaah Majelis TATO Indonesia Kota Bandung. MTI dengan demikian menjadi sebuah miniatur yang merefleksikan bahwa di bawah bayang-bayang modernitas urban, spiritualitas Islam tetap menemukan jalannya melalui saluran-saluran digital yang tidak konvensional, merangkul mereka yang selama ini terpinggirkan dari mimbar-mimbar suci tradisional.

Terdapat tiga dimensi utama yang menjadi fokus penelitian ini dalam membaca transformasi keberagamaan jemaah MTI. *Pertama*, aspek pemikiran (*cognitive religiosity*): melalui algoritma media sosial, anggota MTI mengonsumsi pemikiran keagamaan yang cenderung inklusif dan menekankan kasih sayang (*rahmatan lil 'alamin*) serta pintu tobat yang terbuka luas, mengubah cara pandang mereka terhadap dogma agama yang semula dianggap kaku dan menakutkan menjadi lebih ramah dan akomodatif. *Kedua*, aspek perbuatan (*religious practice*): habituasi baru terbentuk, seperti pelaksanaan salat, keterlibatan dalam aksi sosial, hingga upaya menghapus tato sebagai bentuk pembuktian spiritualitas, yang kerap didokumentasikan dan disebarluaskan di media sosial sebagai penguatan komitmen kolektif. *Ketiga*, aspek kepengikutan (*religious belonging*): media sosial mempertemukan individu yang terisolasi secara spiritual akibat stigma sosial, menyatukan mereka dalam ikatan ukhuwah virtual yang kemudian bertransformasi menjadi komunitas fisik yang solid di Kota Bandung²⁴.

Argumen mengenai pergeseran otoritas keagamaan tersebut dapat diperkuat secara lebih presisi melalui konsep *networked religion* yang dirumuskan Heidi

²²Deden Hidayat, *Dakwah Digital dan Identitas Keagamaan Kaum Urban* (Bandung: Pustaka Kawah Media, 2022), 64.

²³Campbell, *Digital Religion*, 45–48.

²⁴Stark and Glock, *American Piety*, 15–22.

Campbell, yang mengidentifikasi *shifting authority* sebagai salah satu ciri utama keberagamaan pada masyarakat berjejaring, di mana otoritas keagamaan tidak lagi bersifat tunggal dan terpusat pada figur ulama tradisional, melainkan terdistribusi pada berbagai aktor yang memperoleh legitimasi melalui interaksi jejaring digital²⁵. Kerangka ini secara tepat menjelaskan fenomena otoritas *peer-group* pada MTI, di mana pengalaman personal mantan pelaku gaya hidup jalanan menggantikan kredensial keilmuan formal sebagai basis legitimasi dakwah—sebuah pergeseran yang menjadi salah satu kontribusi teoretis paling signifikan dari penelitian ini terhadap kajian sosiologi agama digital di Indonesia.

Penulis tertarik untuk menggali lebih dalam mengenai bagaimana pemanfaatan media sosial oleh jamaah MTI Kota Bandung dapat memengaruhi dinamika keberagamaan mereka secara menyeluruh. Terdapat tiga dimensi utama yang menjadi fokus dan pisau analisis dalam penelitian ini:

Pertama, aspek pemikiran (*cognitive religiosity*), yang berkaitan erat dengan pemahaman terhadap ajaran agama. Melalui algoritma media sosial, para anggota MTI mengonsumsi berbagai pemikiran keagamaan yang cenderung inklusif dan menekankan pada aspek kasih sayang (*rahmatan lil 'alamin*) serta pintu taubat yang terbuka luas. Hal ini mengubah cara pandang mereka terhadap dogma agama yang semula dianggap kaku dan menakutkan menjadi lebih ramah dan akomodatif terhadap masa lalu mereka.

Kedua, aspek perbuatan (*religious practice*), yaitu penerapan nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari atau amal saleh. Dimensi ini menyoroti bagaimana habituasi baru terbentuk, seperti pelaksanaan salat, keterlibatan dalam aksi sosial, hingga upaya menghapus tato sebagai bentuk pembuktian spiritualitas, yang semuanya sering kali didokumentasikan dan disebarluaskan di media sosial sebagai bentuk penguatan komitmen kolektif.

Ketiga, aspek kepengikutan (*religious belonging*), yang berfokus pada partisipasi aktif dalam komunitas keumatan. Media sosial memfasilitasi

²⁵Heidi A. Campbell, "Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society," *Journal of the American Academy of Religion* 80, no. 1 (2012): 64–93.

bertemunya individu-individu yang terisolasi secara spiritual akibat stigma sosial, lalu menyatukan mereka ke dalam sebuah ikatan ukhuwah virtual yang kemudian bertransformasi menjadi komunitas fisik yang solid di Kota Bandung. Pendekatan tiga dimensi ini akan mengungkapkan secara gamblang bagaimana perubahan identitas religius terjadi seiring dengan keterlibatan aktif mereka dalam ruang dakwah digital.²⁶

Dari sisi akademik, penelitian ini menawarkan *novelty* (kebaruan) yang sangat signifikan dalam kajian sosiologi agama dan komunikasi dakwah, khususnya terkait transformasi keberagamaan pada komunitas marginal urban yang diwarnai oleh simbol dan identitas subkultural seperti tato. Selama ini, literatur dan studi keberagamaan sosiologis di Indonesia cenderung berfokus pada kelompok-kelompok *mainstream*, institusi formal seperti pesantren dan ormas besar (NU dan Muhammadiyah), atau fenomena hijrah kelas menengah urban yang diwakili oleh figur publik dan artis-artis populer dengan gaya hidup kelas atas. Pengalaman religius kelompok marginal bawah atau komunitas subkultur ekstrem seperti MTI masih sangat jarang mendapat perhatian ilmiah secara serius dan mendalam.

Kebaruan penelitian ini terletak pada tiga aspek teoritis dan empiris yang saling berkelindan. Pertama, penelitian ini meneliti fenomena hijrah dari sudut pandang destigmatisasi subkultur. Jika penelitian terdahulu melihat hijrah sebagai tren gaya hidup baru kelas menengah muslim urban yang cenderung konsumtif dan eksklusif, penelitian ini justru memperlihatkan bagaimana kesalehan digital digunakan sebagai mekanisme pertahanan eksistensial oleh kelompok yang secara historis mengalami alienasi sosial dan teologis. Kedua, penelitian ini menawarkan cara pandang baru terhadap pergeseran otoritas keagamaan di era digital. Di dalam MTI Kota Bandung, otoritas keagamaan tidak lagi didominasi oleh ulama karismatik tradisional berlatar belakang pesantren formal, melainkan oleh *peer-group* atau sesama mantan penganut gaya hidup jalanan yang mengalami transformasi spiritual. Media sosial mengamplifikasi suara-suara hibrida ini,

²⁶ Martin Slama, "Social Media and Islamic Practice: New Spaces of Religiosity in Indonesia," *Anthropology Today* 34, no. 4 (2018): 14-16

menciptakan ruang diskursif di mana konsep kesalehan tidak lagi diukur dari kesempurnaan fisik lahiriah, melainkan pada ketulusan proses taubat. Ketiga, penelitian ini menguji adaptasi fikih kontemporer di ruang siber. Bagaimana perdebatan mengenai keabsahan wudu dan salat bagi orang bertato diselesaikan melalui narasi dakwah digital yang solutif, akomodatif, dan membesarkan hati tanpa menghilangkan esensi syariat. Dengan demikian, penelitian ini berhasil mengisi kekosongan (*gap*) teoretis mengenai bagaimana media sosial dapat mengonversi modal subkultural (tato, jaringan jalanan) menjadi modal spiritual yang produktif dan inklusif.²⁷

Argumen mengenai pergeseran otoritas keagamaan tersebut dapat diperkuat secara lebih presisi melalui konsep *networked religion* yang dirumuskan Heidi Campbell, yang mengidentifikasi *shifting authority* sebagai salah satu dari lima ciri utama keberagamaan pada masyarakat berjejaring, di mana otoritas keagamaan tidak lagi bersifat tunggal dan terpusat pada figur ulama tradisional, melainkan terdistribusi pada berbagai aktor yang memperoleh legitimasi melalui interaksi jejaring digital²⁸ Kerangka ini secara tepat menjelaskan fenomena otoritas *peer-group* pada MTI, di mana pengalaman personal mantan pelaku gaya hidup jalanan menggantikan kredensial keilmuan formal sebagai basis legitimasi dakwah, sebuah pergeseran yang menjadi salah satu kontribusi teoritis paling signifikan dari penelitian ini terhadap kajian sosiologi agama digital di Indonesia.

Dengan mengkaji fenomena ini secara holistik, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi baru terhadap pemahaman tentang religiusitas kontemporer di Indonesia. Penelitian ini menguatkan argumen bahwa media sosial bukan hanya alat komunikasi semata atau medium hiburan sekuler, tetapi juga sarana pembentukan, negosiasi, dan transformasi identitas keagamaan yang sangat efektif di era digital saat ini. MTI Kota Bandung menjadi sebuah miniatur yang

²⁷ Pipit Amir Bukhari, *Subkultur dan Religiusitas Masyarakat Urban* (Jakarta: LP3ES, 2021), 112-115.

²⁸ Heidi A. Campbell, "Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society," *Journal of the American Academy of Religion* 80, no. 1 (2012): 64-93.

merefleksikan bahwa di bawah bayang-bayang modernitas urban, spiritualitas Islam tetap menemukan jalannya melalui saluran-saluran digital yang tidak konvensional, merangkul mereka yang selama ini terpinggirkan dari mimbar-mimbar suci tradisional.

B. Perumusan Masalah

Persoalan yang utama yang diangkat pada penelitian ini adalah keberadaan media sosial dan keberagaman masyarakat urban dalam hal ini Majelis TATO Indoensia Kota Bandung. Kemudian bagaimana pengalaman jamaah Majelis TATO Indoensia dalam bentuk pemikiran (pemahaman), perbuatan (amal saleh), dan kepengikutan (keumatan). Perumusan masalah dalam penelitian ini dapat diturunkan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana pola dan bentuk pemanfaatan media sosial dalam aktivitas keagamaan jamaah Majelis TATO Indonesia Kota Bandung?
2. Bagaimana motif keberagaman pada jamaah Majelis TATO Indonesia Kota Bandung?
3. Bagaimana pengalaman jamaah Majelis TATO Indonesia Kota Bandung dalam bentuk pemikiran (pemahaman)?
4. Bagaimana pengalaman jamaah Majelis TATO Indonesia Kota Bandung dalam bentuk perbuatan (amal saleh)?
5. Bagaimana pengalaman jamaah Majelis TATO Indonesia Kota Bandung dalam bentuk kepengikutan (keumatan)?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mencapai tujuan yang berkaitan dengan perumusan masalah, dengan tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis pola dan bentuk pemanfaatan media sosial dalam aktivitas keagamaan jamaah Majelis TATO Indonesia Kota Bandung;
2. Mengidentifikasi dan memahami motif keberagaman pada jamaah Majelis TATO Indonesia Kota Bandung;

3. Menganalisis pengalaman keagamaan jamaah Majelis TATO Indonesia Kota Bandung dalam dimensi pemikiran (*pemahaman teologis*);
4. Menganalisis pengalaman keagamaan jamaah Majelis TATO Indonesia Kota Bandung dalam dimensi perbuatan (*praktek ibadah dan amal saleh*);
5. Menganalisis pengalaman keagamaan jamaah Majelis TATO Indonesia Kota Bandung dalam dimensi kepengikutan (*relasi keumatan/ukhuwah*); serta

D. Manfaat Penelitian

Penelitian disertasi ini memiliki kontribusi kontributif dan strategis, baik dari segi teoretis maupun praktis, khususnya dalam memperkaya diskursus sosiologi agama, komunikasi dakwah digital, serta dinamika keagamaan masyarakat marjinal urban.

1. Manfaat Teoretis

- a. Pengembangan Konsep *Third Space* Dakwah Urban: Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi konseptual baru dengan memformulasi kerangka "*Third Space (Ruang Ketiga) Dakwah Urban*"—sebuah ekosistem hibrida siber-fisik yang memediasi pertemuan antara *first space* (subkultur jalanan/stigma) dan *second space* (institusi agama formal/ortodoksi kaku). Kajian ini melampaui kerangka umum media digital sebagai sekadar saluran informasi.
- b. Pengayaan Diskursus Fikih Tubuh dan Destigmatisasi Teologis: Penelitian ini memperluas epistemologi sosiologi agama dan komunikasi Islam melalui penafsiran keagamaan yang inklusif-akomodatif. Kajian ini membuktikan bagaimana narasi siber mampu melakukan destigmatisasi terhadap subjek *discredited* (pemilik tato fisik) dan *discreditable* (isu keabsahan ibadah), serta mendekonstruksi benturan fikih bersuci (wudu/mandi) bagi komunitas marjinal.
- c. Konstruksi Teori Konversi Modal Keagamaan: Penelitian ini menawarkan model teoritis mengenai konversi modal subkultural (*street capital*) menjadi modal spiritual (*spiritual capital*). Hal ini memperkaya literatur

keberagamaan urban yang selama ini cenderung berfokus pada kelompok milenial kelas menengah mapan (*mainstream*), dengan menghadirkan sintesis teoretis atas transformasi keberagamaan komunitas bertato yang berlapis stigma.

2. Manfaat Praktis

- a. Model Strategi Dakwah Inklusif & Destigmatatif: Menjadi panduan metodologis dan praktis bagi para dai, mubalig, serta pengembang media dakwah dalam merancang narasi dakwah digital yang non-penghakiman (*non-judgmental*). Hasil penelitian ini memberi arah dalam menjangkau komunitas marjinal yang mengalami eksklusi teologis di ruang-ruang keagamaan konvensional.
- b. Formulasi Kurikulum & Pola Pendampingan Subkultur Urban: Menjadi rujukan bagi lembaga dakwah, organisasi keagamaan, dan *social-influencer* keagamaan dalam menyusun pola pendekatan keumatan yang adaptif. Pemanfaatan media sosial diproyeksikan tidak hanya untuk konsumsi konten pasif, tetapi sebagai sarana pelebagaan komunitas dan konseling keagamaan berbasis *peer-group*.
- c. Arah Kebijakan Pembinaan Keagamaan Inklusif: Memberikan rekomendasi berbasis data empiris bagi Kementerian Agama, Majelis Ulama Indonesia (MUI), dan Pemerintah Daerah dalam merumuskan kebijakan pelayanan keagamaan masyarakat urban. Penelitian ini mendorong lahirnya regulasi dan program pembinaan yang responsif terhadap keberagaman ekspresi fisik serta pluralitas gaya hidup masyarakat kota.
- d. Edukasi Publik dan Literasi Keagamaan Multikultural: Menjadi media edukasi sosial bagi masyarakat luas untuk mengikis stigma negatif dan prasangka teologis terhadap kelompok bertato. Penelitian ini membuktikan bahwa ekosistem digital dapat menjadi ruang emansipasi keagamaan yang sah, produktif, dan inklusif dalam proses transformasi kesalehan seseorang.

E. Kerangka Pemikiran

Media dapat dijelaskan sebagai alat komunikasi. Terkadang pengertian media ini cenderung lebih bdekak terhadap sifatnya yang massa karena terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa. Namun, semua definisi yang memiliki kecenderungan yang sama bahwa ketika disebutkan kata “media”, yang muncul bersamaan dengan itu adalah disertai dengan teknologinya.²⁹

Terlepas dari cara pandang melihat media dari bentuk dan teknologinya, pengungkapan kata “media” bisa dipahami dengan melihat dari proses komunikasi itu sendiri. Proses terjadinya komunikasi memerlukan tiga hal, yaitu objek, organ, dan medium. Menurut Meyrowitz medium dapat dilihat dari tiga aspek, yaitu, medium sebagai saluran, bahasa, dan lingkungan. Sehingga medium tidak hanya bisa dilihat dari persoalan teknis atau teknologi yang terkandung di dalamnya, apakah cetak, audio, visual, analog, digital, dan sebagainya. Pada tahap selanjutnya, medium bisa mengandung nilai-nilai yang tidak sekedar menjadi sarana dalam penyampaian pesan, tetapi membeikan pengaruh pada segi sosial, budaya, politik, bahkan ekonomi. Melihat media tidak hanya sebatas dalam makna perangkat teknologi sebagaimana yang terkandung dalam penyebutan media, tetapi juga dimaknai secara historis, teknologi, sosial, budaya, hingga politik.³⁰

Menurut Durkheim, sosial merujuk pada kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi pada masyarakat. Sedangkan Weber berpendapat bahwa kata sosial secara sederhana merujuk pada relasi sosial. Relasi sosial itu sendiri bisa dilihat dalam kategori aksi sosial dan relasi sosial. Kategori ini mampu membawa penjelasan tentang apa yang dimaksud dengan aktivitas sosial dan aktivitas individual.

Tonnies berpendapat kata sosial merujuk pada kata “komunitas”. Menurutnya, eksistensi dari komunitas merujuk pada kesadaran dari anggota komunitas itu bahwa mereka saling memiliki dan afirmasi dari kondisi tersebut adalah kebersamaan yang saling bergantung satu sama lain. Komunitas baru bisa terjadi jika kebersamaan yang ada di antara anggota komunitas itu memiliki

²⁹ Rulli Nasrullah. 2015. *Media Sosial*, 3.

³⁰ Rulli Nasrullah. 2015. *Media Sosial*, 4-5.

kesepakatan nilai-nilai dan yang lebih penting adalah keinginan untuk bersama. Adapun Marx memaknai sosial merujuk pada saling bekerja sama. Dengan melihat fakta bahwa kata sosial bisa dipahami dari bagaimana setiap individu saling bekerja sama, apa pun kondisinya, sebagaimana yang terjadi dalam proses produksi di mana setiap mesin saling bekerja dan memberikan kontribusi terhadap produk.³¹

Boyd (2009) menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Van Dijk (2013) berpendapat media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensin pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium *online* yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.³²

Fenomena unik pada Majelis TATO Indoensia adalah menggabungkan unsur kultural modern, karakteristik generasi milenial masyarakat urban, dengan ajaran-ajaran puritan. Melihat hal ini penulis menggunakan teori konstruksi sosial, diharapkan bisa mendalami bagaimana gerakan Majelis TATO Indoensia, khususnya para pelaku atau anggotanya dalam memaknai dan mempraktikkan gerakan tersebut.

Untuk mengungkap motif, penulis akan menggunakan fenomenologi. Fenomenologi merupakan tradisi penelitian kualitatif yang berakar pada filosofi dan psikologi, dan berfokus pada pengalaman hidup manusia. Pendekatan fenomenologi menggunakan pengalaman hidup sebagai alat untuk memahami secara lebih baik tentang sosial, budaya, politik atau konteks sejarah dimana pengalaman itu terjadi. Pendekatan fenomenologi menggunakan pola pikir subjektivisme yang tidak hanya memandang masalah dari suatu gejala yang tampak, akan tetapi berusaha menggali makna di balik setiap gejala itu.³³

³¹ Rulli Nasrullah. 2015. *Media Sosial*, 7.

³² Rulli Nasrullah. 2015. *Media Sosial*, 11.

³³ Kuswarno, Engkus. 2009. *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian Fenomena Pengemis Kota Bandung*. Bandung: Widya Padjajaran. Hal.7.

Inti pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Dimana, tindakan sosial merupakan tindakan yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang dan akan datang. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Dengan kata lain, mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan kesadaran. Manusia mengkonstruksi makna di luar arus utama pengalaman melalui proses “tipikasi”. Hubungan antara makna pun diorganisasi melalui proses ini, atau biasa disebut *stock of knowledge*. Untuk menggambarkan keseluruhan tindakan seseorang, Schutz mengelompokkannya dalam dua fase, yaitu: a) *the In-order-to-motive (Umzu-Motiv)*, yaitu motif yang merujuk pada tindakan di masa yang akan datang. Dimana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki tujuan yang telah ditetapkan. b) *the Because motives (Weil Motiv)*, yaitu tindakan yang merujuk pada masa lalu. Dimana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki alasan dari masa lalu ketika ia melakukannya.³⁴

Keberagamaan berasal dari kata beragama, mendapat awalan “ke” dan akhiran “an”. Kata beragama memiliki arti “memeluk atau menjalankan agama”. Menurut Poerwadarminta, agama adalah “segenap kepercayaan (kepada Tuhan, Dewa serta sebagainya) serta ajaran kebaktian dan kewajiban kewajiban yang bertalian (berhubungan) dengan kepercayaan. (Purwodarminto, 1978: 19)

Pengertian agama secara umum yaitu untuk semua jenis agama. Selanjutnya, imbuhan “ke” dan “an” pada kata “beragama”, menjadikan kata “keberagamaan” mempunyai arti, cara atau sikap seseorang dalam memeluk atau menjalankan (melaksanakan) ajaran agama yang dipeluk atau dianutnya.³⁵

Keberagamaan atau religiusitas menurut Islam adalah melaksanakan ajaran agama atau berIslam secara menyeluruh. Karena itu, setiap muslim, baik dalam berfikir, bersikap maupun bertindak diperintahkan untuk berIslam. Tinggi rendahnya tingkat religiusitas seseorang, dapat dilihat dari ekspresi keagamaannya

³⁴ Kuswarno, Engkus. 2009. *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian Fenomena Pengemis Kota Bandung*. Bandung: Widya Padjajaran, 18.

³⁵ Poerrwadarminta. 1978. *Kamus umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

yaitu kemampuan seseorang untuk mengenali atau memahami nilai agama yang terletak pada nilai-nilai luhurnya serta menjadikan nilai-nilai dalam bersikap dan bertindak laku yang merupakan ciri dari kematangan beragamanya.

Kematangan beragama dapat dilihat dari kemampuan seseorang untuk memahami, menghayati, serta mengaplikasikan nilai-nilai luhur agama yang dianutnya dalam kehidupan sehari-hari. Seseorang menganut suatu agama karena menurut keyakinannya agama tersebut yang baik, oleh karena itu ia berusaha menjadi penganut yang baik. Keyakinan itu ditampilkannya dalam setiap tingkah laku keagamaan yang mencerminkan ketaatan terhadap agamanya.³⁶

Berdasarkan *system belief* dan *value*, dimensi keberagamaan terbagi atas beberapa bagian diantaranya yaitu pertama dimensi keyakinan atau kepercayaan disebut juga sebagai *system of belief*. Kedua yaitu dimensi peribadatan atau disebut dengan *system of ritual/worship* yaitu tentang kesalahan-kesalahan yang terjadi secara individual bisa juga disebut sebagai *having religius* dimana individu tersebut memiliki agama tertentu namun tidak menghayati segala hal yang diperintahkan agama, individu Islam secara KTP dan salat nanti ketika di depan imam atau sudah di dalam keranda. Ketiga yaitu dimensi pengetahuan, keempat yaitu dimensi penghayatan atau kesadaran yang berisi tentang kesalahan-kesalahan sosial dan being religius. *Being religius* merupakan kecerdasan secara spiritual, individu menunjukkan kesalehannya walaupun tidak terikat oleh nilai-nilai keagamaan, dan kelima yaitu dimensi pengalaman. Ketiganya merupakan *system of value* dimana individu mengenal tentang nilai-nilai yang diajarkan, kemudian menginternalisasi nilai tersebut dan terakhir mengeksternalisasi nilai itu. Menurut Glock dan Stark terdapat lima dimensi keberagamaan yaitu dimensi keyakinan (ideologis), dimensi peribadatan atau praktek agama (ritualistik), dimensi pengetahuan agama (intelektual), dimensi penghayatan (eksperiensial), dan dimensi pengamalan (konsekuensial).³⁷

³⁶ Ancok, Djamaluddin dan Fuad Nashroni Suroso. 1994. *Psikologi Islam (Solusi atas Problem-problem Psikologi)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 76.

³⁷ Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Agama (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Mizan, 43-47.

Sikap dan perilaku dapat ditumbuhkan dan dikembangkan melalui pengalaman. Pengalaman menurut Joachim Wach dapat dalam bentuk pemikiran (pemahaman), pengalaman dalam bentuk perbuatan (amal saleh) dan pengalaman dalam bentuk kepengikutan (keumatan).

Penelitian ini berangkat dari fenomena berkembangnya peran media sosial sebagai ruang baru bagi transformasi keberagamaan masyarakat urban. Dalam konteks ini, Majelis TATO Indonesia (MTI) Kota Bandung menjadi salah satu contoh konkret bagaimana media sosial dimanfaatkan oleh sekelompok masyarakat urban dengan latar belakang subkultur—yakni komunitas bertato—dalam menjalani proses hijrah dan pencarian spiritualitas. Untuk menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan, penelitian ini dibingkai dengan pendekatan teoritis yang bersifat interdisipliner, yang mencakup teori komunikasi, sosiologi agama, dan psikologi keberagamaan.

1. Pola dan Bentuk Pemanfaatan Media Sosial dalam Aktivitas Keagamaan Jamaah Majelis TATO Indonesia Kota Bandung

Keberadaan media sosial sebagai arena keberagamaan mencerminkan perubahan signifikan dalam cara masyarakat modern menjalani kehidupan spiritualnya. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran informasi, melainkan juga sebagai ruang interaksi simbolik tempat nilai, makna, dan identitas dinegosiasikan secara terbuka³⁸, sekaligus peluang bagi kelompok-kelompok marjinal untuk membangun komunitas alternatif yang mengakomodasi ekspresi keberagamaan mereka.

Dalam konteks MTI, media sosial menjadi kanal utama untuk mengakses kajian agama, mengikuti ceramah, berbagi kisah hijrah, hingga membangun solidaritas keimanan antaranggota melalui YouTube, Facebook, dan Instagram. Hal ini sejalan dengan teori *mediatization of religion*, yang menyebutkan bahwa agama kini semakin dimediasi oleh teknologi dan platform digital³⁹, sekaligus

³⁸Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man* (New York: McGraw-Hill, 1964), 23.

³⁹Stig Hjarvard, "The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change," *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook* 6, no. 1 (2008): 119.

memfasilitasi demokratisasi dakwah, di mana pesan-pesan agama dapat diakses tanpa batas institusional dan tidak lagi dimonopoli oleh tokoh agama resmi⁴⁰.

2. Motif Keberagamaan pada Jamaah Majelis TATO Indonesia Kota Bandung

Motif keberagamaan dalam komunitas urban seperti jamaah MTI Kota Bandung tidak dapat dilepaskan dari pengalaman eksistensial individu. Kerangka berpikir ini menggunakan tipologi motif fenomenologis Alfred Schutz, yang membagi tindakan manusia ke dalam dua dimensi motif fundamental yang berkelindan: motif masa lalu (*the because-motives*), yang bersifat retrospektif dan merujuk pada latar belakang biografis, trauma, serta tekanan sosiokultural yang mendorong seseorang mengambil tindakan tertentu; dan motif masa depan (*the in-order-to motives*), yang bersifat prospektif dan merujuk pada tujuan, harapan, serta proyeksi eksistensial yang hendak dicapai melalui tindakan tersebut⁴¹.

Pada jamaah MTI Kota Bandung, *because-motives* tampak dari pengalaman keterasingan sosial, stigma terhadap tato, serta masa lalu kelam seperti kekerasan, narkoba, dan kriminalitas⁴², sementara *in-order-to motives* tampak dari pencarian rekonsiliasi diri, komunitas yang menerima tanpa penghakiman, dan jalan menuju perubahan yang lebih bermakna⁴³. Pengaruh lingkungan pertemanan, figur pemimpin komunitas, dan konten inspiratif di media sosial turut memperkuat proses pencarian tersebut.

Kedua motif tersebut tidak berhenti sebagai kesadaran batin yang statis. Sebagaimana ditegaskan Joachim Wach, pengalaman religius yang bersifat batin akan selalu mencari bentuk objektif agar dapat dipahami, dihayati, dan diwariskan kepada orang lain⁴⁴. Dengan kata lain, *because-motives* dan *in-order-to motives* yang mendorong jamaah MTI berhijrah merupakan titik tolak yang kemudian termanifestasi ke dalam tiga bentuk ekspresi pengalaman keagamaan (*three forms*

⁴⁰Heidi A. Campbell, *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds* (New York: Routledge, 2012), 93.

⁴¹Alfred Schutz, *The Phenomenology of the Social World* (Evanston, IL: Northwestern University Press, 1967), 86–89.

⁴²Schutz, *The Phenomenology of the Social World*, 91.

⁴³Schutz, *The Phenomenology of the Social World*, 93.

⁴⁴Joachim Wach, *The Comparative Study of Religions* (New York: Columbia University Press, 1958), 27–31.

of religious experience): ekspresi teoritis (pemikiran/pemahaman), ekspresi praktis (perbuatan/amal saleh), dan ekspresi sosiologis (kepengikutan/keumatan)⁴⁵. Dengan demikian, motif Schutz berfungsi menjelaskan *mengapa* seseorang berhijrah ke MTI, sedangkan tiga dimensi Wach berfungsi menjelaskan *bagaimana* pengalaman hijrah tersebut terwujud dan berkembang dalam kehidupan keberagamaan sehari-hari. Kedua tipologi ini bukan dua model paralel yang berdiri sendiri, melainkan satu alur kerangka berpikir yang koheren: motif mendorong lahirnya pengalaman, dan pengalaman menegaskan serta memperkuat motif itu sendiri secara dialektis, sebagaimana digambarkan pada bagan kerangka berpikir berikut.

3. Pengalaman Jamaah dalam Bentuk Pemikiran (Pemahaman)

Dimensi pertama dari pengalaman keberagamaan jamaah MTI—yang dalam tipologi Wach disebut sebagai ekspresi teoritis (*thought*)—terlihat dari pemahaman keagamaannya⁴⁶. Pendekatan kognitif terhadap religiusitas menjelaskan bahwa pemahaman agama berkembang melalui proses belajar, pengalaman spiritual, dan interaksi sosial⁴⁷. Melalui media sosial, anggota MTI Kota Bandung banyak mengakses kajian-kajian agama yang bersifat kontekstual dan komunikatif, sering kali dari ustaz atau penceramah yang juga memiliki latar belakang "jalan hidup keras", sehingga lebih relevan secara pengalaman.

Pemahaman agama dalam komunitas ini cenderung berangkat dari pengalaman langsung (*experiential religion*) dan pencarian makna yang pragmatis, bukan dari kerangka teologis formal. Mereka lebih menekankan substansi nilai—kejujuran, tobat, solidaritas, dan kasih sayang—daripada aspek ritual yang kaku, sejalan dengan penegasan Wach bahwa dimensi teoritis menjadi fondasi bagi pembentukan identitas keagamaan seseorang maupun komunitas. Dengan demikian, proses internalisasi nilai keislaman dalam MTI menunjukkan pemaknaan agama sebagai sarana pemulihan, bukan sekadar kewajiban formalistik—dan

⁴⁵Joachim Wach, *Sociology of Religion* (Chicago: University of Chicago Press, 1944), 17–22.

⁴⁶Wach, *Sociology of Religion*, 22–28.

⁴⁷Kenneth I. Pargament, *Spiritually Integrated Psychotherapy: Understanding and Addressing the Sacred* (New York: Guilford Press, 2007), 33.

pemaknaan inilah yang secara langsung berakar dari *in-order-to motives* mereka yang telah diuraikan sebelumnya.

4. Pengalaman Jamaah dalam Bentuk Perbuatan (Amal Saleh)

Aspek kedua dari pengalaman keberagamaan—ekspresi praktis (*practice*) menurut Wach—adalah perilaku keagamaan (amal saleh)⁴⁸. Teori perilaku religius menjelaskan bahwa pengalaman spiritual yang kuat cenderung diwujudkan dalam tindakan nyata yang mencerminkan nilai-nilai agama, baik dalam hubungan dengan Tuhan (*hablum minallah*) maupun dengan sesama manusia (*hablum minannas*)⁴⁹.

Dalam konteks MTI, perubahan gaya hidup tampak nyata pascaproses hijrah. Anggota yang sebelumnya akrab dengan kekerasan, narkoba, atau musik ekstrem mulai meninggalkan kebiasaan tersebut dan menggantinya dengan aktivitas yang lebih konstruktif seperti menghadiri kajian, menjadi relawan, membuka usaha halal, atau membantu dakwah komunitas—bahkan menjadi penggerak dakwah digital dengan membagikan konten inspiratif, sehingga perilaku keberagamaan tidak hanya berdampak personal, tetapi juga sosial. Amal saleh dalam MTI juga tidak lepas dari semangat keberagamaan yang ramah, toleran, dan humanis, menegaskan bahwa *because-motives* berupa luka masa lalu justru diubah menjadi energi bagi tindakan nyata yang konstruktif.

5. Pengalaman Jamaah dalam Bentuk Kepengikutan (Keumatan)

Dimensi terakhir—ekspresi sosiologis (*fellowship*) menurut Wach—adalah kepengikutan keagamaan atau partisipasi keumatan⁵⁰. Teori identitas sosial menjelaskan bahwa ketika seseorang merasa diterima dan diakui dalam sebuah komunitas keagamaan, akan terbentuk loyalitas dan keterikatan emosional yang kuat terhadap kelompok tersebut⁵¹. Dalam MTI, keterlibatan jamaah dalam

⁴⁸Wach, *Sociology of Religion*, 29–35.

⁴⁹Charles Y. Glock and Rodney Stark, *Religion and Society in Tension* (Chicago: Rand McNally, 1965), 23.

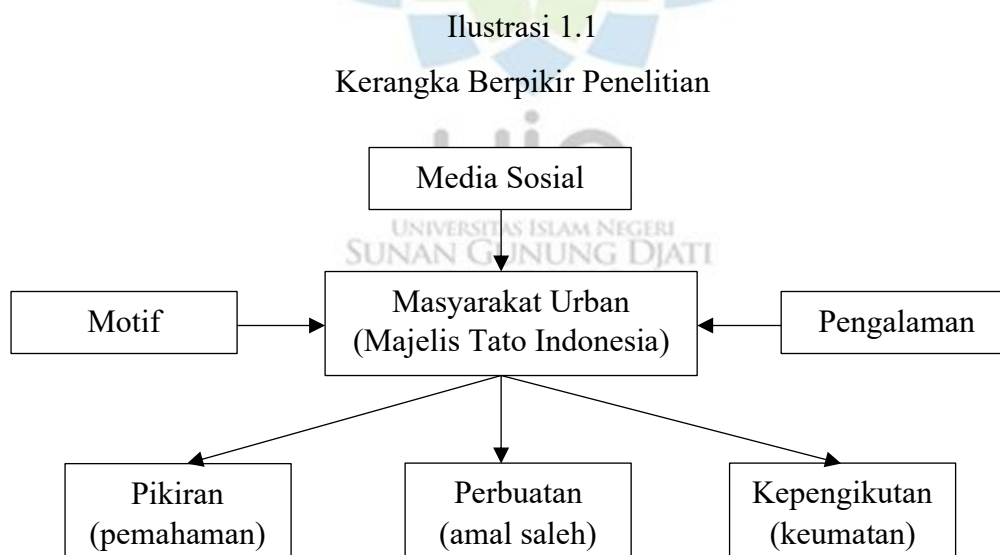
⁵⁰Wach, *Sociology of Religion*, 35–44.

⁵¹Henri Tajfel and John C. Turner, "The Social Identity Theory of Intergroup Behavior," in *Psychology of Intergroup Relations*, ed. Stephen Worchel and William G. Austin (Chicago: Nelson-Hall, 1986), 14.

aktivitas komunitas menunjukkan penguatan identitas kolektif sebagai muslim yang memiliki ciri khas namun tetap berada dalam bingkai umat Islam.

Media sosial memainkan peran besar dalam memperkuat kohesi sosial di antara anggota komunitas—mereka tidak hanya bertemu di dunia nyata melalui pengajian rutin, tetapi juga saling menyapa, berdiskusi, dan menyemangati di ruang digital. Partisipasi keumatan juga tampak dalam bentuk solidaritas sosial terhadap sesama, seperti bakti sosial, penggalangan dana, atau kampanye sosial melalui media digital. Dimensi kepengikutan inilah yang pada akhirnya menjadi wujud paling nyata dari *in-order-to motives* para jamaah—yakni pencarian komunitas yang menerima tanpa penghakiman—sekaligus menutup lingkaran kerangka berpikir: motif mendorong pengalaman, dan pengalaman kepengikutan yang terbentuk kembali memperkuat serta menegaskan motif hijrah mereka secara berkelanjutan.

Untuk lebih jelasnya, kerangka berpikir ini digambarkan dalam ilustrasi berikut:



Bagan ini menggambarkan kerangka berpikir penelitian yang menghubungkan media sosial dengan dampaknya terhadap masyarakat urban, khususnya dalam konteks Majelis TATO Indonesia Kota Bandung. Media sosial berperan sebagai pemicu awal dalam proses komunikasi dan interaksi virtual yang dimanfaatkan oleh komunitas urban seperti Majelis TATO Indonesia Kota Bandung

untuk menyampaikan pengalaman, membangun motif keterlibatan, serta memfasilitasi pertukaran nilai-nilai keagamaan dan sosial.

Dalam penelitian ini, masyarakat urban yang tergabung dalam Majelis TATO Indonesia Kota Bandung dijadikan sebagai fokus subjek. Komunitas ini memiliki karakteristik yang khas, di antaranya adalah latar belakang sosial-religius yang sebelumnya cenderung terpinggirkan. Namun, seiring waktu mereka mulai menunjukkan adanya perubahan identitas keagamaan yang teraktualisasi melalui media sosial. Anggota komunitas ini juga semakin aktif dalam mengakses dan menyebarkan konten-konten keagamaan secara digital.

Dari keterlibatan mereka di media sosial, muncul dua elemen penting, yakni pengalaman dan motif. Pengalaman yang dimaksud mencakup pengalaman keagamaan maupun sosial yang dirasakan langsung oleh para anggota komunitas. Sementara itu, motif merujuk pada alasan atau dorongan yang mendorong keterlibatan mereka dalam aktivitas-aktivitas keagamaan secara daring.

Selanjutnya, proses ini mengarah pada tiga bentuk transformasi utama, yaitu, pikiran (pemahaman), perbuatan (amal saleh), dan kepengikutan (keumatan). Kepengikutan mengacu pada tumbuhnya loyalitas spiritual atau keagamaan dalam komunitas tersebut. Pikiran atau pemahaman mengalami perubahan ke arah yang lebih inklusif dan terbuka, sedangkan perbuatan mencerminkan praktik nyata dalam bentuk amal saleh seperti kegiatan sosial maupun keagamaan.

Secara keseluruhan, bagan ini menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai katalis yang signifikan dalam membentuk pengalaman, motif, serta kesadaran keagamaan masyarakat urban. Hal ini tidak hanya mendorong perubahan dalam cara berpikir, tetapi juga menumbuhkan bentuk kepengikutan keagamaan yang baru serta mendorong ekspresi amal saleh yang lebih kontekstual dan relevan dengan kehidupan mereka.

Untuk menganalisis permasalahan dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan pisau analisis dengan *grand theory*, *middle teori* dan *applied teori* berikut:

Pertama, *Grand theory* yang digunakan dalam penelitian terdapat beberapa teori, yaitu Teori Modernitas Cair (*Liquid Modernity*) dari Zygmunt Bauman.

Bauman berargumen bahwa kehidupan modern kontemporer — termasuk urban — bersifat cair, rapuh, dan efemeral. Segala hal mudah berubah: identitas, hubungan sosial, gaya hidup, dan nilai-nilai.⁵²

Dalam konteks ini, keberagamaan tidak lagi menjadi struktur tetap, melainkan bisa dicairkan, dipilih, dan dipersonalisasi.⁵³ Media sosial adalah arena utama terkonstruksinya religiositas cair, di mana individu dapat "konstruksi ulang" identitas religiusnya secara interaktif dan *self-branding*.

Dengan demikian, teori ini menjadi pijakan filosofis untuk menjelaskan:

- a. Bagaimana individu-individu — terutama anggota Majelis TATO Indonesia (MTI) Kota Bandung — membangun narasi hijrah dan religiusitas di ruang digital yang cair dan fleksibel?
- b. Bagaimana spiritualitas diproduksi, dikonsumsi, dan dipertukarkan dalam jejaring sosial digital, menempatkan agama tidak lagi sebagai dogma tetapi sebagai produk naratif personal?

Kedua, Untuk fokus pada media sosial dan religiositas, diperlukan teori *Middle theory* seperti:

1. Teori Ruang Agama Digital (*Digital Religious Space*)

Heidi Campbell mengemukakan bahwa media digital bukan sekadar alat, melainkan menciptakan ruang sosial-agama yang baru, di mana “religion” berevolusi menjadi bentuk interaksi, ritual, dan komunitas yang difasilitasi *platform* digital.⁵⁴

- a. Media sosial berperan sebagai ruang publik alternatif bagi individu untuk mengekspresikan, mendiseminasi, dan menegosiasi identitas religius.
- b. Aktor-aktornya (ustaz, aktivis dakwah, dan anggota MTI) membangun komunitas imajinaris dalam *feed*, cerita, atau *repost*, budaya *retweet*, *reposting*, dan komentar.

⁵² Zygmunt Bauman, *Liquid Modernity*. (Cambridge: Polity Press, 2001), 3

⁵³ Zygmunt Bauman, *Liquid Modernity*, 14

⁵⁴ Campbell, Heidi. *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. (London: Routledge, 2013), 27

2. Teori Identitas Naratif (*Narrative Identity*)

Paul Ricoeur dan McAdams mengembangkan gagasan bahwa manusia membangun identitas melalui narasi yang mereka ceritakan dan ulang dalam kehidupan mereka. Narasi membantu individu memaknai pengalaman hijrah dan membentuk identitas spiritual yang kohesif.⁵⁵

- a. Di media sosial, narasi hijrah menjadi testimoni performatif: simbol hijab, foto bareng ustaz, refleksi diri, hingga visualisasi “before-after” hijrah.
- b. Melalui narasi ini, pengguna menciptakan “narasi diri” yang resonan dan menciptakan “komunitas empatik” dalam bentuk *like*, komentar, dan *shared stories*.

Ketiga, Tingkat *Applied Theory* mengoperasionalkan instrumen analisis konkret untuk membedah data lapangan pada Bab IV terkait ekspresi dan dinamika keberagamaan jamaah Majelis TATO Indonesia (MTI) Kota Bandung melalui tiga kerangka utama:

1. Fenomenologi Sosial (Alfred Schutz)

Digunakan untuk mengurai konstruksi kesadaran dan motif tindakan keagamaan jamaah. Teori ini membedakan secara tajam antara *the because-of motives*—yaitu latar belakang historis, trauma sosial, atau eksklusi masa lalu yang mendorong mereka bergabung—serta *the in-order-to motives*, yakni tujuan subjektif seperti pencarian ketenangan jiwa, artikulasi kesalehan baru, dan penerimaan sosial di masa depan.⁵⁶

2. Teori Pengalaman Religius (Joachim Wach)

Menjadi pisau analisis utama pada Bab IV untuk mengukur pemaknaan dan ekspresi keberagamaan jamaah MTI Kota Bandung ke dalam tiga bentuk manifestasi konkret: ekspresi teoritis (pemaknaan doktrin dan narasi hijrah), ekspresi praktis (pola ritual dan negosiasi ibadah dengan tubuh bertato), serta

⁵⁵ Ricoeur, Paul. *Oneself as Another*. (Chicago: University of Chicago Press, 1991), 136

⁵⁶ Alfred Schutz, *The Phenomenology of the Social World*, terjemahan George Walsh dan Frederick Lehnert (Evanston: Northwestern University Press, 1967), 86–91.

ekspresi sosiologis (pembentukan komunitas, solidaritas kelompok, dan hubungan jamaah dengan masyarakat luas).⁵⁷



⁵⁷ Joachim Wach, *Sociology of Religion* (Chicago: The University of Chicago Press, 1944), 17–34.