

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Praktek agama saat ini mengalami transformasi terutama di media digital. Praktek beragama menjadi sangat lentur dan bisa disesuaikan dengan karakter setiap media. Fenomena ini mempertegas perubahan pola komunikasi dari yang berhadapan langsung menuju *new media* komunikasi. Berbagai macam aspek kehidupan tatkala sudah dijumpai oleh ruang teknologi, termasuk di dalamnya aspek keagamaan, maka terjadilah proses pencarian informasi keagamaan dan aktivitasnya dikenal dengan istilah *cyber – religion*

Agama Siber (*Cyber Religion*), secara sederhana dapat diartikan sebagai transmisi pesan-pesan keagamaan melalui dunia maya yang dapat diakses dengan mudah kapan saja dan di mana saja tanpa batasan ruang tertentu.¹ Oleh karena itu, masyarakat saat ini sudah memiliki kemampuan untuk melakukan berbagai tindakan interaktif dalam ruang data dimana masyarakat sudah mulai merambah ruang virtual. Masyarakat dapat mengunjungi dunia baru yang secara fisik tidak mungkin ada di dunia realitas fisik manusia. Namun berdasarkan kemungkinan yang ditawarkan oleh dunia maya, berbagai aktivitas dapat dilakukan di ruang virtual tersebut, seperti ritual keagamaan.²

¹ Malik, H. (2021). *Cyber – Religion Dan Real Religion Di Tengah Masyarakat Digital*. Pada *Jurnal Komunika*. Vol.4 (1). Hlm. 67

² Piliang, Y. A. (2011). *Bayang-Bayang Tuhan; Agama dan Imajinasi*. Bandung: Mizan. Hlm. 287 - 288

Anastasia Karaflogka, salah seorang peneliti yang mempelajari *cyber religion* secara intensif mengatakan bahwa *cyber religion* merupakan setiap kepercayaan terhadap kegiatan keberagamaan apa pun yang diciptakan secara eksklusif hanya ada di dunia maya. Menurutnya dia bahkan menikmati untuk memenuhi kepuasan dalam berselancar di dunia maya, istilah ini juga disebut dengan "realitas virtual".³

Kemudian *cyber religion* mencerminkan perubahan dalam cara manusia beragama dan mencari makna, penggunaan teknologi telah memberikan dampak yang signifikan terhadap tradisi dan praktik keagamaan. Kini tidak hanya sekedar hiburan, tetapi pengetahuan dan panduan keagamaan juga dapat dipelajari dengan mudah melalui berbagai media dan platform online. Mulai dari pembahasan teori agama (fiqh dan tafsir) hingga praktik ibadah dan tata cara membaca Al-Qur'an, yang disajikan dalam bentuk visual dan audio visual. Maka *Cyber religion* menjadi sebuah gagasan perilaku spiritual atau religius yang dimediasi oleh teknologi, seperti partisipasi dalam kelompok diskusi agama online, atau penggunaan aplikasi spiritual seperti muslimpro.

Jika dilihat secara historis kehidupan masyarakat dalam beragama dahulu dilakukan secara konvensional. Masyarakat dalam mencari informasi dan pemahaman untuk menjalani ritual ibadahnya secara transedental maupun sosial selalu melalui materi – materi yang disampaikan oleh guru agama yang mereka yakini, atau melalui materi yang disampaikan oleh para da'i dengan cara

³ Karaflogka, A. (2006). *E – Religion : A Critical Appraisal of Religious Discourse on the World Wide Web*. Britania Raya : Routledge. 178

mendatangi suatu majlis yang terpaku pada satu ruang dan waktu. Sifatnya tidak bisa diulang kembali dan hanya beberapa orang saja yang menerima informasi tersebut yakni orang – orang yang hadir pada majlis atau acara keagamaan tersebut. Dimulai dengan model media konvensional menuju digitalisasi.

Proses digitalisasi menjadi babak baru seiring dengan perkembangan jaman dan teknologi informasi. Kini kehidupan beragama masyarakat tidak hanya melalui budaya oral yang disampaikan melalui mulut ke mulut. Melainkan sudah memasuki budaya media. Ditandai dengan banyaknya pemakaian media dengan teknologi berkapasitas tinggi, dimana masyarakat menjadi ketergantungan terhadap hal tersebut dikenal dengan istilah *media saturated society*.⁴

Maka *cyber – religion* yang dilakukan oleh masyarakat bisa terlihat dari intensitas penggunaan media digital dalam mencari literasi agama. Maraknya platform yang berbasis agama menjadi salah satu faktor atas pergeseran aktivitas masyarakat dalam memahami agama di era digital saat ini.

Satu hal yang pasti, menurut Adam Possamai, praktek beragama menjadi sangat lentur dan bisa disesuaikan dengan karakter setiap media. Agama tidak lagi dipahami seperti dahulu, dimana ritual keagamaan adalah sesuatu yang tidak layak untuk dipertanyakan, dibantah, atau dijalankan di luar pakem. Namun kini, dalam

⁴ Fakhruroji, M. (2017). *Dakwah di Era Media Baru : Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media. Hlm. 36

kehidupan masyarakat industri dan modern, tuntutan masyarakat menghendaki pada hal-hal yang instan, praktis, dan cepat, tak terkecuali dalam beragama.⁵

Secara historis pun, pendefinisian agama dalam ruang lingkup media baru juga cukup beragam di antara para akademisi. Terlepas dari kemiripan substansi istilah, ada satu dua hal yang cukup legit untuk didiskusikan dalam berbagai perspektifnya. Salah satunya seperti Agama Digital (*Digital Religion*).

Digital Religion merupakan terminologi yang berbagi makna dan konsep dengan sejumlah wacana. *Digital religion*, sebagaimana didefinisikan oleh Hellan memiliki makna perpaduan dari dunia yang dimediasi fasilitas digital dengan keyakinan dan aktivitas keagamaan kontemporer, maka bukan hanya sekadar 'beragama' di dunia maya. Namun merupakan campuran dari segala komponen sosial, ekonomi, dan adat yang terkait dengan agama masyarakat digital.⁶

Kemudian internet muncul dan memudahkan manusia dalam segala hal, termasuk dalam menjalani agamanya. Meskipun praktik *offline* tetap berjalan, siar agama kini telah berlangsung di dalam ruang maya. Materi-materi dakwah, konten teologi, yang semula oral dan berbentuk kertas, telah bertransformasi dalam berbagai wujud digital dan *paperless*. Internet secara disadari atau tidak telah menjadi fasilitas untuk budaya baru dengan memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk mengumpulkan informasi, termasuk penggunaan informasi

⁵ Adam Possamai (2005: 35) mengatakan, "what is meant by religions today is no longer what it once was." Lihat, (Possama A. (2005), *Religion and Popular Culture, A Hyper- Real Testament*. Brussels: P.I.E - Peter-Lang

⁶ Helland, C. (2016). *Digital Religion*. Dalam David Yamane (Ed.), *Handbook of Religion and Society*. Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-31395-5_10. Hlm. 177–196.

agama. Hal ini biasanya hanya dilakukan dengan membaca buku-buku agama atau berkonsultasi dengan guru, da'i atau ustad yang memiliki kapabilitas dalam hal agama.

Agama menawarkan jawaban atas pertanyaan yang membingungkan, bagaimana kehidupan dimulai, mengapa orang menderita, apa yang terjadi pada orang ketika mereka mati. Kemudian agama merayakan kelahiran, menandai perubahan kedewasaan, melegitimasi pernikahan dan kehidupan keluarga, dan membuka jalan dari kehidupan saat ini menuju kehidupan selanjutnya.⁷ Dengan mengingat semua ini, tidak mengherankan jika agama telah memberi banyak inspirasi untuk karya seni, musik, dan sastra terbesar di dunia. Maka Agama memainkan perannya dalam momen-momen terpenting dalam pengalaman hidup.

Sehingga dalam setiap perjalanan hidup individu maupun bermasyarakat tidak bisa terlepas dari agama itu sendiri. Apabila ditinjau dari segi historis dan antropologis, agama merupakan produk rasa takut akan hal-hal yang bersifat metafisika diluar nalar manusia. Seperti percaya akan adanya dewa-dewi yang melindungi mereka, percaya akan benda-benda yang memiliki kekuatan, juga percaya kepada nenek moyang terdahulu.⁸

Pada hakikatnya dengan agama kehidupan masyarakat tidak akan semrawut, akan tertib. Karena dalam agama ada aturan yang mengatur tatanan kehidupan, agar tidak gegabah dalam berbicara dan bertindak, juga agar dituntun dan mengarahkan

⁷ Keene, M. (2006). *Agama- Agama Dunia*. Yogyakarta: Kanisius. Hlm. 7

⁸Nata, A. (2011). *Metodologi Studi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. Hlm.19

tujuan hidupnya.⁹ Karena setiap masing – masing individu itu sendiri memiliki rasa pembenaran akan hal kebaikan, dan bergantung pada hal yang diyakininya.

Terdapat beberapa alasan dimana individu ataupun manusia itu sendiri membutuhkan agama.¹⁰ Pertama, sifat manusia. Berkaitan dengan hal tersebut, dalam salah satu ayat Al-Qur'an, yaitu pada surat Ar-Rum ayat 30 disebutkan bahwa karakter religius dimungkinkan ditemukan pada diri manusia. Dalam hal ini, dapat ditekankan bahwa ini adalah seseorang yang menerima pelajaran dari Tuhan tentang apa itu yang dia tidak tahu. Manusia secara alami diciptakan oleh Tuhan secara sempurna dibandingkan dengan makhluk lain, diberkahi dengan kemampuan untuk mengetahui dan memahami kebenaran dan kebaikan yang berasal dari ciptaan-Nya.

Kedua, kelemahan dan kekurangan yang pada diri manusia. Ketika seseorang memiliki potensi positif dan negatif dalam tindakan dan pikirannya, terdapat indikasi bahwa potensi positif seseorang secara inheren lebih kuat daripada potensi negatifnya, maka daya tarik kejahatan lebih kuat daripada daya tarik kebaikan.¹¹

Ketiga, tantangan manusia. Alasan lain yang menyebabkan setiap individu membutuhkan agama karena dalam hidup mereka menghadapi berbagai tantangan baik secara internal maupun eksternal diri mereka. Tantangan internal dari dalam dapat berupa dorongan dan keinginan bisik iblis. Pada saat yang sama, tantangan eksternal berupa teknologi dan tenaga manusia yang kadang dengan sengaja

⁹ Ismail, F. (1997). *Paradigma Kebudayaan Islam : Studi Kritis dan Refleksi Historis*. Yogyakarta: Titian Ilahi Press. Hlm. 28.

¹⁰Nata, A. Opcit. Hlm.20

¹¹ Liswi, H. (2018). Kebutuhan Manusia Terhadap Agama. Pada *Jurnal Pencerahan*. Vol. 12 (2). Hlm. 205

mencoba memalingkan orang dari Tuhan. Untuk itu usaha agar manusia memiliki benteng yang kokoh adalah dengan mengajarkan mereka taat menjalankan agama. Rayuan dan tantangan hidup demikian itu semakin hari setiap perkembangan jaman semakin meningkat. Sehingga upaya mengagamakan masyarakat menjadi penting.

Oleh karena itu, proses mencari ilmu agama ataupun memberikan informasi mengenai nilai – nilai agama menjadi sangat penting. Kini proses tersebut didasarkan pada pengalaman secara konvensional mulai bergeser dan berubah dengan banyaknya “ustadz digital” dan wacana keislaman secara umum banyak disajikan di media. Masyarakat memiliki akses terhadap informasi keagamaan saat ini tidak lagi hanya dengan menghadiri majelis taklim dan tidak berkumpul dalam organisasi keagamaan melainkan dengan mengunjungi website, blog pribadi, media sosial atau streaming video tokoh agama bahkan mengadakan konferensi keagamaan virtual.¹²

Media – media yang digunakan di dunia maya mencerminkan realitas kehidupan manusia secara global yang beraktivitas dan berjumpa dalam realitas virtual melalui data-data dalam jaringan komputer. Masyarakat dapat masuk dan bergerak tanpa batasan - di dunia maya (*cyber space*) hanya bermodalkan perangkat internet. Dunia maya telah menjadi bagian tak terelakkan dari kehidupan masyarakat jejaring.¹³ Termasuk media sosial yang berada dalam ruang maya.

¹² Safrawali. (2021). Belajar Agama Islam di Era Digital: Fenomena Akses Informasi Keagamaan Melalui Media Sosial. Pada *Jurnal Sains Sosio Humaniora*. Vol. 5 (9 (1)). Hlm. 683

¹³ Winmana, D. F dan Lahamendu, N. O. K. D. (2021). Cyberspace dan Unggahan Status Religius di Media Sosial. Pada *Pute Waya : Sociology Of Religion Journal*. Vol. 2 (1). Hlm. 45

Di era internet saat ini, media sosial menjadi hal yang paling penting karena dapat memberikan kemudahan bagi seluruh pengguna untuk berkomunikasi. Masyarakat dapat menikmati kehidupan "*amfibi*" - baik di dunia nyata secara fisik maupun di dalam dunia maya dan karenanya kehidupan manusia di dunia maya adalah proses kelanjutan, kombinasi dari kehidupan nyata (*life combination*) yang terkadang berbeda dari kehidupan aslinya. Kepribadian di dunia maya mampu diciptakan oleh orang itu sendiri sebagai pengguna. Kehidupan "*Amfibi*" ini terus berlanjut dan berlipat ganda saat manusia datang ke dunia dan terhubung dengan jaringan sosial virtual.

Melihat fenomena tersebut, saat ini para da'i sudah mulai melek dan menggaungkan aktivitas beragama di media sosial khususnya di Instagram melalui penyampaian – penyampaian nilai – nilai kerisalahan yang mampu menuntun masyarakat menuju kehidupan yang lebih baik. Baik itu dalam skala regional sampai ke tingkat nasional. Mengusung keniscayaan budaya media, media sosial telah melahirkan berbagai kecenderungan dan manifestasi paham keagamaan. Memahami agama baik secara subjektif maupun objektif yang kemudian menghidupkan para da'i ataupun bisa dikatakan *influencer* muslim di Indonesia dengan dekorasi modernitas dan identitas baru yang *fresh* untuk ditampilkan mampu menggiring dan mempengaruhi publik. Sehingga, hal ini secara tidak sengaja mendorong para *influencer* muslim untuk turun langsung ikut serta dalam kemunculan dan ekspresi kedua arus dikotomis tersebut sesuai dengan paham keagamaan mereka. Agar para da'i dapat merumuskan strategi dalam menghadapi era ini, supaya mampu kebersamai dan mengajak generasi digital lebih mengenal

agama sehingga menuju arah yang lebih baik daripada mendewakan dunia maya itu sendiri sebenarnya yang hanya sebatas alat atau media.

Media sosial dipandang sebagai ruang virtual yang efisien dan mudah untuk memenuhi kebutuhan keagamaan yang mulai tercurah dalam bentuk postingan, video atau gambar.¹⁴ Setiap orang bisa menjadi da'i yang menjadikan media sosial sebagai alat penyebaran kajian Islam. Munculnya media sosial sebagai ruang baru merupakan peluang yang terbuka dalam proses nilai-nilai Islam yang biasa dikenal dengan istilah dakwah. Media sosial dianggap sebagai sarana komunikasi yang mampu mentransmisikan dakwah dalam skala dan ruang yang luas. Menggunakan media sosial sebagai alat baru membutuhkan kreativitas dan inovasi da'i dalam pemanfaatan media sosial untuk sosialisasi dakwah. Adapun platform – platform sosial yang menyediakan masyarakat untuk berinteraksi dengan segala fiturnya antara lain terdapat whatsapp, facebook, twitter, telegram, youtube, dan Instagram.

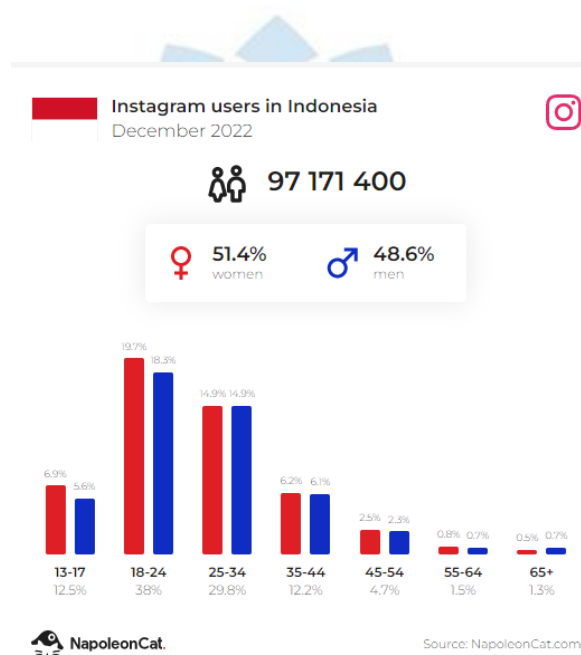
Instagram merupakan sebuah aplikasi yang mempunyai fungsi yang hampir sama dengan media sosial twitter, berbagi foto, video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, video, dan menerapkan filter digital, kemudian membagikannya baik itu kepada sesama pengguna bahkan ke berbagai layanan jejaring sosial.¹⁵ Instagram saat ini tidak hanya digunakan oleh masyarakat sebagai media untuk mendapatkan informasi keagamaan atau melakukan kegiatan keagamaan sebagai mad'u. Melainkan para da'i mulai melek terhadap inovasi –

¹⁴ Halim, N. A. (2015). Penggunaan Media Internet Di Kalangan Remaja Untuk Mengembangkan Pemahaman Keislaman. *Jurnal Risalah*. Vol. 26 (3). 133.

¹⁵ Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita. 10.

inovasi yang ditawarkan oleh kecanggihan teknologi tinggi dalam *cyberspace* ini dalam proses penyebaran nilai – nilai dakwah. Dimana aktivitas tersebut merupakan aktivitas keagamaan di media Instagram yang tidak bisa terelakkan.

Berdasarkan data Napoleon Cat, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 97, 171. 400 orang pada desember 2022. Jumlah tersebut menurun dibandingkan dari bulan – bulan sebelumnya.¹⁶



Gambar 1. Data Pengguna Instagram Pada Bulan Desember 2022

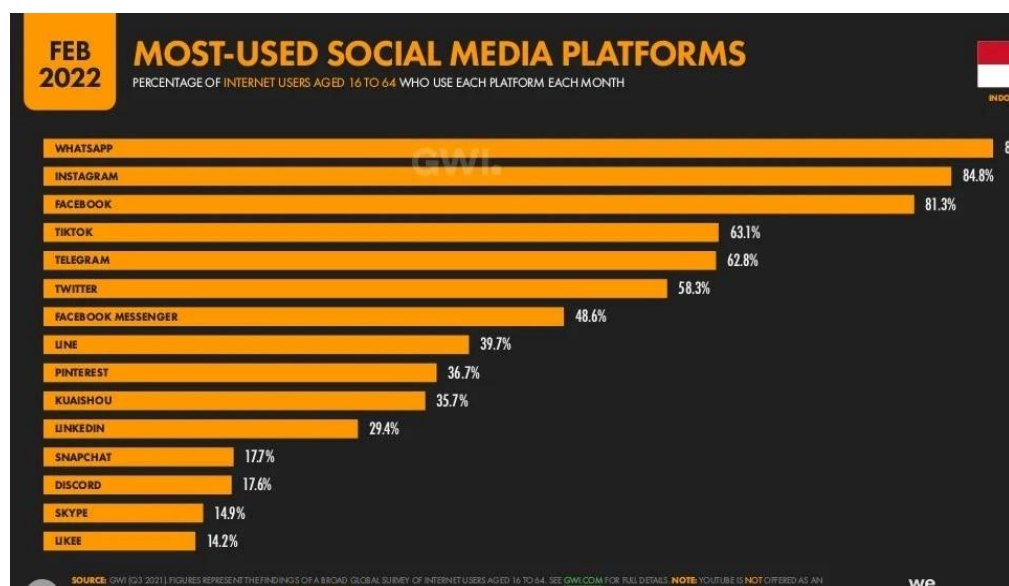
Sumber : <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2022/12/>.

Walaupun terjadi penurunan pengguna data Instagram. Namun, jumlah tersebut merupakan jumlah terbesar keempat di dunia.¹⁷ Hal tersebut, semakin meyakinkan bahwa kegiatan keberagaman dimana salah satunya adalah dengan

¹⁶ <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2022/12/>. Diakses Pada 28 Desember 2022

¹⁷ <https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9738-juta-pengguna-instagram>. Diakses pada tanggal 28 Desember 2022.

berdakwah dinilai akan memberikan peluang dalam penyebar luasan nilai – nilai keagamaan Islam. Sedangkan menurut We Are Social, platform media sosial yang paling banyak digunakan pada tahun 2022, Instagram menduduki posisi ke dua setelah whatsapp. Persentase pengguna internet yang menggunakan setiap platform media sosial [berbasis survei] ditunjukkan melalui gambar di bawah ini.¹⁸



Gambar 2. Platform Media Sosial yang paling banyak dikunjungi pada tahun 2022

Sumber : <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2022/12/>.

Di Indonesia sendiri, antusiasme masyarakat dalam mencari informasi terkait keagamaan bisa dibuktikan melalui banyaknya jumlah pengikut da'i tersebut. Dimulai dari Ustadz Hanan Attaki dengan jumlah pengikut sebanyak 9,3 juta, sedangkan untuk kalangan wanitanya ada Syarifah Halimah Alaydrus dengan satu juta pengikut.

¹⁸ <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022>. Diakses pada tanggal 19 Januari 2023

Tabel 1. Data Instagram Para Da'i

| Nama | Nama Akun | Jumlah Followers |
|------------------------------|------------------|------------------|
| Tengku Hanan Attaki | @hanan_attaki | 9,3 Juta |
| Syarifah Halimah Alaydrus | @halimahalaydrus | 1 juta |

Sumber : www.instagram.com

Tabel tersebut belum akurat namun sedikit bisa menggambarkan antusiasme dalam hal beragama di media sosial dan dimana para da'i sudah mulai aktif dalam menjalankan dakwahnya. Mereka merupakan para da'i dan influencer dalam bidang keagamaan yang banyak dikagumi oleh masyarakat. Kegiatan keberagamaan mereka di Instagram menjadi hal menarik untuk diteliti. Dimana mereka menjadi tokoh publik yang memberikan ide-ide baru dan menarik kepada para pengikutnya. Tokoh publik yang direpresentasikan di media sosial melalui berbagai jenis *influencer* tampaknya mampu menghipnotis pengikut untuk melakukan penawaran dan mengajak mereka melakukan hal tersebut. Karena jika media sosial dipandang sebagai refleksi diri, mudah bagi para *influencer* untuk menempatkan ide dan pesan tersembunyi berupa percakapan di bawah “bayangan” segala persoalan sosial kehidupan yang terlihat melalui berbagai unggahannya. Nancy dan Dana berpendapat bahwa media sosial dapat berperan sebagai perantara dan menjadi

jembatan antar *influencer* untuk mengkomunikasikan tujuan kepada para pengikutnya.¹⁹

Ustadz Hanan Attaki sendiri memiliki gaya khas tersendiri dalam memberikan pesan – pesan agama di Instagram dalam setiap postingannya. Ustadz Hanan Attaki lebih sering mengunggah content video dibanding dengan foto. Melalui video – video yang diunggah, Ustadz Hanan Attaki menyampaikan pesannya dengan gaya yang lemah lembut dan selalu mengajak pemuda khususnya untuk selalu mencari keridhoan Allah melalui komen – komen beliau terhadap pengikutnya atau melalui cerita yang dibagikan beliau di Instagram. Konten – kontennya memiliki ciri khas anak muda yang membuat beliau semakin bisa diterima oleh para pengikutnya.

Untuk kalangan wanitanya, ada Syarifah Halimah Alaydrus yang digemari oleh kaum wanita karena ketenangan beliau dalam setiap menyampaikan pesan – pesan dakwahnya baik dalam bentuk caption atau secara langsung melalui live Instagram. Menariknya walaupun dia tidak memasang foto dirinya sama sekali, dimana Instagram identik dengan unggah foto dan video untuk merepresentasikan dirinya, namun beliau masih sangat digemari oleh para pengikutnya. Beliau adalah sosok yang selalu dijadikan panutan dan tolak ukur hidup sebagai muslimah. Beliau juga berkonsentrasi pada penyampaiannya mengenai fiqih yang dipandang riskan memicu perdebatan. Namun pada kenyataannya, para pengikut sangat senang dengan konten konten mengenai materi fiqih terutama di kalangan wanita, para

¹⁹ Baym, N dan Boyd, D. (2012). “Socially Mediated Publicness: An Introduction.” *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. Vol. 56. (3), 320–329.

pengikutnya merasa beruntung karena selalu menjelaskan tentang fiqih wanita dengan lugas dan jelas.

Jika kita lihat secara sekilas, terdapat beberapa kategori para da'i di Instagram. Annisa R. Beta memaparkan terdapat dua kategori yakni para *influencer* agama atau bisa lebih umum dikatakan para da'i dapat menyampaikan identitasnya sebagai Muslim yang taat, idealis, saleh dan "*kaffah*", yaitu dengan menggunakan ayat-ayat Alquran dalam unggahannya untuk memperkuat pesan tersebut. Tentu saja, para da'i atau *influencer* akan menunjukkan sisi saleh Islam di media sosial, karena perlu membuat kesan yang sempurna. Dengan demikian, tujuan dan keinginan yang disampaikan kepada masyarakat dapat tercapai sepenuhnya berkat karakter yang handal.²⁰

Di sisi lain untuk menonjolkan hasil dakwah para *influencer* muslim tersebut, tidak semuanya menggunakan dasar Islam dalam berdakwah dalam setiap dakwahnya. Dalam kategori pertama, mereka memiliki pemahaman religiusitas Islam yang statis dan normatif, sehingga publikasi acak yang diekspos selalu melabeli khalayak sebagai muslim yang saleh, lebih alim, syari. Sebaliknya, dalam kategori kedua, mereka cenderung memahami Islam dengan cara yang lebih dinamis dan fleksibel, sehingga unggahan yang ditujukan untuk hiburan menampilkan identitas media sosial mereka yang non-religius dan progresif tanpa memasukkan unsur religiusitas.

²⁰ Beta, A. R. (2019). "Commerce, Piety and Politics: Indonesian Young Muslim Women's Group as Religious Influencers." *SAGE : New Media and Society*. Vol. 21 (10), 1 - 20

Maka salah satu alasan mengapa “ngaji” agama di internet saat ini khususnya di media sosial instagram banyak dilakukan masyarakat adalah karena kepraktisan. Praktis identik dengan mudah dan cepat. Berbeda dengan praktik beragama konvensional yang membutuhkan waktu lebih lama. Lain halnya dengan “ngaji” lewat media sosial. Tausiyah ulama atau ustad bisa disimak lewat *smartphone* dan bisa memilih sendiri topik apa yang dicari dan disukai. Bahkan dikalangan muslim, ada pula yang menunaikan solat sunnah tarawih dengan mengikuti ritual solat tarawih dari Masjidil Haram Makkah yang berjarak waktu lebih awal 4 jam, lewat siaran langsung televisi atau *smartphone*. Melalui perangkat atau *smartphone* orang - orang bisa lebih mudah terkoneksi dengan internet dan media sosial untuk mencari informasi tentang agama apapun dan bisa menyebarkan ajaran agama, maupun menerima informasi keagamaan. Melalui *smartphone* mereka bisa merepresentasikan identitas religiusnya masing-masing.²¹

Memanfaatkan media sosial untuk tujuan membentuk identitas diri sebagai muslim, awalnya boleh jadi terkesan “norak” atau kempungan. Namun belakangan, tampilan identitas ini justru menjadi kebanggaan. Demikian halnya dengan upaya memanfaatkan media sosial dengan tujuan menimba ilmu agama Islam, boleh jadi merupakan fenomena lucu dan sarkarme. Karena selama ini media sosial, dalam persepsi yang liar, merupakan teknologi yang merusak iman.

²¹ Hatta, M. (2019). Media Sosial, Sumber keberagaman Alternatif Anak Milenial Fenomena Cyberreligion Siswa SMA Negeri 6 Depok Jawa Barat. *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Kemasyarakatan*. <https://doi.org/10.15408/dakwah.v22i1.12044>

Sebagai publik figur mempunyai kapabilitas dalam hal agama ini, da'i turut membentuk gaya baru sebagai identitas ideologis yang didasarkan pada pemahaman keagamaan dan respon mereka terhadap budaya populer dalam kerangka modernisasi melalui instagram. Fenomena ini dilihat melalui berbagai gambar, video yang disertai caption yang dibagikan di Instagram pribadi para da'i.

Selama ini media sosial identik dengan hal yang profan, sedangkan agama identik dengan hal yang sakral. Selain tidak punya otoritas, citra media sosial juga terkesan “jorok” dengan maraknya konten pornografi, sehingga membuat banyak muslim menghindari internet. Namun asumsi tersebut kini mulai bergeser. Informasi tentang Islam justru marak di internet khususnya media sosial. Ditambah dengan sifat pengguna Internet yang terbuka, bebas dan berbagi, menyebabkan konten keislaman cepat menyebar. Mulai dari pemahaman tentang tauhid, fiqih, hadiss, tafsir Alquran, dan cara ibadah, termasuk informasi jihad.

Fenomena tersebut telah menggambarkan tentang beralihnya fungsi guru spiritual yang kini tergantikan dengan sosok virtual. Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka dari itu pemahaman dan penalaran *cyber religion* ini menarik untuk dianalisis dan dipahami lebih dalam lagi terutama dalam ranah Instagram dimana semua orang dapat dengan mudah mengaksesnya. Oleh karena itu tesis ini mengambil judul “***Aktualisasi Cyber-religion di Media Sosial (Studi Netnografi Ustadzah Halimah Alaydrus dan Ustadz Hanan Attaki di Instagram)***”.

Dengan harapan para da'i memiliki peluang untuk menyebarkan nilai – nilai keagamaan dan melakukan kegiatan keberagamaan untuk menarik hati para

pengikutnya dengan melihat aktualisasi da'i yang akan diteliti sebagaimana yang telah disebutkan. Serta dengan mempelajari dan memahami serta menganalisis diharapkan dapat membantu memudahkan masyarakat dalam menyampaikan ataupun mendapatkan risalah ke-Islaman di Instagram disamping manfaat yang lainnya.

B. Fokus Penelitian

Ekspresi *Cyber religion* sangatlah banyak macamnya. Dan aspek menarik yang dapat diteliti dari hal tersebut pun sangatlah banyak dan beragam untuk menambah khazanah pengetahuan. Namun penelitian ini hanya berfokus pada media sosial instagram karena tidak mungkin untuk dimasukkan semua di dalam penelitian ini. Maka dari itu penelitian ini hanya memfokuskan pada fenomena *cyber religion* yang dilakukan oleh Ustadzah Halimah Alaydrus dan Ustadz Hanan Attaki. Oleh karena itu, untuk mempertegas dan mempermudah fokus penelitian, maka dirumuskan beberapa pertanyaan diantaranya:

1. Bagaimana kecenderungan informasi keagamaan yang disajikan para da'i di instagram?
2. Bagaimana ekspresi para da'i dalam melakukan aktivitas agama di instagram?
3. Bagaimana interaksi keberagaman yang dilakukan para da'i di instagram ?

C. Tujuan Penelitian

Dalam setiap penulisan, pasti memiliki tujuan di dalamnya, berdasarkan pokok permasalahan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Menganalisis kecenderungan informasi keagamaan yang disajikan para da'i di Instagram.
2. Mengidentifikasi, mengetahui lebih dalam mengenai ekspresi para da'i dalam melakukan aktivitas agama di instagram
3. Mendeskripsikan lebih detail tentang interaksi keberagaman yang dilakukan para da'i di instagram sehingga mampu menarik jutaan pengikut untuk mengikutinya

D. Kegunaan Penelitian

Dalam kegunaanya penelitian ini dibagi menjadi dua bagian yakni pada aspek teoritis dan aspek praktis dalam rincian sebagai berikut:

1. Secara Akademis, penelitian ini diharapkan berguna untuk menjadi penambah pengetahuan dan wawasan ilmiah Komunikasi Penyiaran Islam dalam kegiatan dakwah. Penelitian ini memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembang teori-teori maupun konsep-konsep dalam memahami fenomena *cyber religion* yang dilakukan praktisi dakwah sehingga mampu mengembangkan dakwahnya di masyarakat melalui instagram.
2. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan berguna bagi masyarakat terutama anak-anak muda saat ini yang akan menjadi calon-calon *da'i* agar bisa

menyampaikan dakwah dengan melihat peluang dan mengetahui secara pasti kegiatan keberagamaan yang akan dilakukan agar mampu menggugah dan meyakinkan mad'u. Meskipun tidak bertatap muka secara langsung, hanya melalui virtual pun mampu menarik minat generasi muda khususnya, dan masyarakat pada umumnya. Diharapkan juga berguna bagi kalangan milenial agar mampu menjadi pionir kreatif dalam berdakwah melalui teknologi.

E. Landasan Pemikiran

Penelitian ini dilandaskan pada perubahan dan peralihan yang terjadi di masyarakat. Dimana masyarakat saat ini memiliki motivasi, kepentingan, dan tujuan hidup di ruang *Cyber*. Disadari ataupun tidak, evolusi dari teknologi dan internet memberikan dampak yang dapat dikatakan mengepung segala aspek kehidupan manusia. Selain itu kehadiran media baru memberikan dampak banjirnya informasi (*too much information*). Dalam mengakses berita terbaru yang terjadi disekitar kita, selama ini didominasi media terdahulu, seperti televisi, radio, dan media cetak, dianggap satu-satunya saluran utama serta terpercaya dalam menyampaikan informasi.

Kata *cyber* sendiri adalah singkatan dari *cybernetics* didefinisikan oleh Norbert Wiener sebagai suatu studi terhadap kontrol dan komunikasi pada binatang dan mesin.²² Pada awal tahun 1970-an penulis fiksi ilmiah memproduksi beberapa serial televisi populer, seperti *The Cyborgs* dan *The Six Million Dollar Man*, yang

²² Wiener, N. (1985). *Cybernetics : or control and communication in the animal and machine*. Second Edition. Cet ke -4. Cambridge : MIT Press.

mendramatisasi ide dasar sibernetika: bahwa manusia dan mesin dapat digabungkan untuk menciptakan sistem yang dikontrol sempurna yang akan selalu mencapai tujuannya.²³

Kemudian *cyber* berkembang menjadi beberapa kata gabungan, salah satunya adalah *cyberspace*. Kata *cyberspace* merupakan singkatan yang berasal dari kata *cybernetics* dan *space*, istilah *cyberspace* muncul pertama kali pada tahun 1984 dalam novel Willian Bibson yang berjudul *Neuromancer*.²⁴ Pada karya tersebut, ia mendefinisikan *cyberspace* sebagai representasi grafis dari data yang diabstraksikan dari bank komputer dalam membantu manusia.

Dunia maya atau *cyberspace* merupakan suatu wadah dalam media elektronik dalam jaringan komputer yang banyak dipakai untuk keperluan komunikasi satu arah maupun timbal-balik secara online (terhubung langsung). *Cyber Space* ini merupakan gabungan dari perangkat dan jaringan yang tersebar diseluruh penjuru dunia secara interaktif yang termediasi oleh internet. *Cyberspace* sendiri diartikan sebagai istilah yang sering digunakan dalam jaringan komputer. Di sisi lain, banyak yang melihat dunia maya sebagai aktivitas yang dilakukan melalui ruang web jaringan komputer. *Cyberspace* adalah “ruang imajiner” di mana setiap orang dapat melakukan segala sesuatu dalam kehidupan sosial sehari-hari dengan cara yang baru, yaitu artifisial.²⁵

²³ Kefalas, A. G. (2002). *Cybernetics in Encyclopedia of Information System*. Cambridge : Academic Press

²⁴ Gibson, Willian. (1984). *Neuromancer*. New York : ACE

²⁵ Piliang, Y.A. (2012). Masyarakat Informasi Dan Digital : Teknologi Informasi Dan Perubahan Sosial. *Jurnal Sositologi*. Vol. 11 (27). Hlm. 143– 156 (p. 145).

Cyberspace adalah ruang di mana semua orang dapat memiliki tempat untuk mengekspresikan diri dalam bentuk menarik diri dari kenyataan, menarik diri dari masalah yang terjadi di dunia nyata, menarik diri dari realitas dan masalah sosial dan kemudian memasuki realitas halusinasi di mana peran, ego, dan identitas di dibangun dalam bentuk artifisial atau virtual.²⁶

Keberadaan dunia maya dapat diibaratkan sebagai munculnya dunia kedua. Kehadirannya dapat dirasakan, dinikmati dan dimanfaatkan serta memberikan dampak yang besar untuk era revolusi informasi. Namun dalam konteks tertentu, dunia maya bisa dikatakan termasuk dalam kategori "*imajiner*", di mana keberadaan mereka dapat dirasakan secara nyata masyarakat dan secara sadar melakukan kegiatan di dalamnya, tetapi tidak dapat dijelaskan dalam bentuk fisik.

Dunia maya dan media akan terus berkembang secara dinamis mengikuti perkembangan teknologi informasi. Budaya yang dihasilkan oleh media tersebut juga akan berubah secara dinamis. Kondisi ini memunculkan produk budaya yang justru dipahami sebagai agama oleh sebagian masyarakat. Padahal, agama bukan merupakan produk budaya walaupun memang ada yang mendefinisikan bahwa agama merupakan budaya yang diciptakan oleh manusia itu sendiri. Namun yang umum diketahui bahwa agama adalah praktik penyembahan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang memiliki aturan yang sudah tetap. Media tidak selalu dapat

²⁶ Candra, A. (2012). Meng- Alay Dalam Dunia Maya : Disorder Bahasa Dalam Cyberspace. *Jurnal Komunikator*. Vol 4 (2), 93–102.

dijadikan sebagai pemberi otoritas keagamaan. Karena, banyak distorsi fakta yang diciptakan oleh media.²⁷

Media dan agama memang memiliki relasi yang cukup signifikan. Namun, media tetap tidak dapat dijadikan sebagai agama apapun. Media hanya dapat dijadikan sebagai Media merupakan perantara yang dapat digunakan untuk memberikan, mengajak pada toleransi keagamaan. Namun, praktik keagamaan harus dikembalikan pada aturan kitab suci yang dimiliki oleh agama tersebut. Sehingga, agama bukan merupakan produk budaya media. Melainkan agama dan media memiliki hubungan timbal balik dalam setiap sejarah umat manusia baik itu secara konvensional maupun melalui modern melalui kemajuan dan kecepatan teknologi informasi dan komunikasi melalui digitalisasi.

Dunia digital, sebagaimana pada umumnya memberikan tantangan sekaligus manfaat pada umat manusia, pun menjadikannya asas refleksi tersendiri dalam konteks kepercayaan dan kehidupan keagamaan. Sebab agama dalam segala bentuk dan ekspresinya, menemukan tantangan untuk ‘berpindah’ dan ‘menyatu’ di dunia digital. Sejumlah gagasan terkait dengan ini telah disampaikan oleh Campbell dan Evolvi bahwa mempelajari Agama Digital artinya menghadapi sebuah fenomena yang terus menerus berkembang dengan sangat cepat; yang secara konsekuensi melahirkan adanya tuntutan untuk senantiasa memformulasikan pendekatan teoretis dan metodologis baru untuk memetakan bagaimana perkembangan teknologi membentuk gejala-gejala keagamaan. pun sebaliknya, Agama Digital

²⁷ AnnaZilli, M. H. (2018). Relasi Antara Agama dan Media Baru. *Jurnal Syi'ar*. Vol. 08 (2). Hlm. 26 -44

juga mengantarkan kita pada kontemplasi bagaimana agama mampu merespons canggihnya perkembangan teknologi.²⁸

Digital Religion memiliki kesamaan makna yang cukup beragam di antara para akademisi, karena sama sama memiliki keterikatan dengan dunia maya dan internet, terlepas dari kemiripan substansi istilah, masing – masing ungkapan memiliki substansi untuk didiskusikan dalam berbagai perspektifnya salah satunya seperti Agama Siber (*Cyber Religion*).

Sebagai sebuah konsep, *cyber religion* telah menjadi perbincangan yang tidak sederhana. *Cyber- religion* didefinisikan dalam beberapa cara setelah penelitian studi ilmiah tentang hubungan antara agama dan dunia maya sejak pertengahan tahun 1990-an. Istilah ini biasanya diartikan sebagai deskripsi agama apa pun yang didistribusikan melalui Internet. Maka Agama di dunia maya adalah agama yang diciptakan dan eksis secara eksklusif di dunia maya yang lebih dinikmati dalam realitas maya. Kemudian internet sendiri memiliki fungsi transmisi informasi tentang konten dan aktivitas keagamaan yang dibuat di luar dunia maya oleh berbagai tradisi keagamaan. Internet juga lebih berfungsi sebagai media kreatif atau pengembangan yang mendorong konten dan aktivitas keagamaan baru di Internet.

Cyber Religion atau Agama Siber, sebagai contoh, adalah model Agama Digital yang pertama kali dielaborasi oleh Campbell yang menggambarkan jenis-jenis komunitas dan ritual keagamaan baru melalui internet dan lingkungan virtual

²⁸ Campbell, H. H & Evolvi, G. (2020). Contextualizing Current Digital Religion Research on Emerging Technologies. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(1), 5–17. <https://doi.org/10.1002/hbe2.149>.

yang dimediasi di dunia maya.²⁹ Lalu salah satu pendekatan definisi *cyber religion* menurut Brenda rasher's mendefinisikan *cyber religion* sebagai sebuah pesan-pesan keagamaan yang disampaikan melalui dunia maya (internet) yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun.³⁰ O'Leary pun demikian, menggambarkan situasi yang serupa dengan apa yang sudah didiskusikan Campbell, O'Leary menekankan terbatasnya Cyber Religion sebagai bagian dari argumentasi posmodern dalam penjabaran konsepsi agama.³¹

Hadirnya *cyber religion* menjadi gambaran fenomena beragama di internet, baik itu kualitasnya tinggi maupun rendah. Sehingga para penggiat agama, alim ulama/kyai, para akademisi atau aktivis dakwah saat ini secara perlahan melakukan kontribusi sebagai penyeimbang informasi yang beredar dengan kemajuan teknologi komunikasi digital yang semakin maju. Berawal dari kehidupan kelompok masyarakat maya (*cybercommunity*) pada akhirnya membentuk budaya baru (*cyber culture*) yaitu kebudayaan menentukan komunitas masyarakat secara turun temurun termasuk didalamnya kebutuhan beragama.³²

Heidi Campbell mengungkapkan bahwa *cyber religion* merupakan gagasan baru tentang praktik agama diciptakan oleh sifat dan budaya online dan konsep traditional religion. Sifat dan budaya online yang dimaksud adalah interaktivitas,

²⁹ Tsuria, R., & Campbell, H. A. (2021). Introduction to The Study of Digital Religion. Dalam H. A. Campbell & R. Tsuria (Ed.), *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media* (2 ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429295683>. Hlm. 3

³⁰ Brasher, B. E. (2001). *Give me that ONLINE RELIGION*. San Fransisco: Jossey-Bass. Hal. 11

³¹ O'Leary, S. D. (1996). Cyberspace as Sacred Space: Communicating Religion on Computer Networks. *Journal of the American Academy of Religion*, LXIV(4), 781– 808. <https://doi.org/10.1093/jaarel/LXIV.4.78>

³² Fakhruroji, M. Opcit. Hlm. 94

konvergensi, dan *user-generated-content*.³³ Jika *Cyber religion* diartikan sebagai kegiatan keagamaan maka *cyber culture* adalah sebuah proses belajar tentang keagamaan. Menurut Fakhruroji *cyber religion* menggambarkan kultur masyarakat kontemporer secara luas yaitu proses virtualisasi agama dan kebudayaan.³⁴ Kriteria *cyber religion* adalah tersedianya informasi, tukar pikiran, diskusi, pembelajaran dan pelaksanaan kegiatan keagamaan dalam ruang digital yang dapat mengatasi batasan waktu, tempat dan biaya.

Dengan kata lain *cyber religion* menjadi dampak dari hadirnya internet dan dunia maya yang pada akhirnya menjadi suatu fenomena masyarakat digital untuk pemenuhan kebutuhan spiritualitas (rohani) dalam mencari dan berekspresi. Dengan adanya *cyber religion* diharapkan masyarakat akan lebih mudah belajar agama dimanapun mereka berada, di rumah, dikantor, maupun dalam perjalanan. Jadi tidak ada alasan lagi mereka tidak mengerti agama karena malas berangkat ke majlis ilmu, pengajian atau belajar di madrasah maupun pondok pesantren.³⁵

Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri internet dan *cyber space* menjadi ruang baru dalam berekspresi mengenai keagamaan dan memiliki potensi dalam penyebaran ajaran keagamaan dan aktivitas dakwah. Menjadi menarik ketika beragam bentuk media komunikasi yang memiliki berbagai macam fitur kegunaan dijadikan sebuah peluang oleh sejumlah kalangan untuk kepentingan dakwah. Dengan adanya *cyber space* masyarakat bertransformasi menjadi masyarakat

³³ Campbell, H. (2013). *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. Britania raya : Routledge. 4

³⁴ Fakhruroji, M. Opcit. Hlm. 122

³⁵ Malik, H. Opcit. Hlm. 77

jejaring. Dimana mereka aktif untuk melakukan berbagai kegiatan baik yang berkaitan dengan ekonomi, sosial, politik, bahkan agama dan dakwah itu sendiri.

Memperhatikan hal tersebut, agama dalam media sudah tidak menjadi asing. Bahkan dipandang menjadi peluang – peluang besar bagi para da'i dalam menyebarkan nilai – nilai keagamaan agar tidak tergerus oleh perkembangan jaman. Kegiatan keberagamaan tidak hanya dilakukan oleh masyarakat saja, melainkan para da'i pun turut mengambil peran dalam mengekspresikan keberagamaan di media baru atau internet. Khususnya di media sosial.

Kenyataannya membuktikan bahwa media baru seperti media sosial juga dapat menjadi medium dalam menyebarkan informasi sebuah peristiwa yang terjadi di lapangan bahkan yang baru terjadi beberapa detik lalu. Kekuatan ini memberikan perubahan perilaku khalayak yang awalnya mengakses media melalui perangkat televisi, namun sekarang melalui gawai atau *smartphone* dengan perantara platform apa saja, terkhusus media sosial.

Media sosial digunakan untuk menunjukkan eksistensi, berbagi informasi dan pengetahuan, berjualan secara online, dan untuk mengetahui apa saja yang dilakukan orang lain, bahkan untuk melakukan aktivitas religius seperti melaksanakan kegiatan agama secara online.³⁶ Pengguna dapat menuangkan ekspresi-ekspresi religiusnya (pribadi maupun kelompok) di media sosial dalam bentuk kalimat, gambar, video, dan sebagainya. Hal ini membuktikan bahwa media sosial dan *cyberspace* telah menjadi suatu kebutuhan yang tidak hanya

³⁶ Detweiler, Craig. (2013). *iGods: How Technology Shapes Our Spiritual and Social Lives*. Grand Rapids, Michigan: Brazos Press. 131.

mempengaruhi aspek-aspek dalam relasi antarmanusia secara umum, tetapi juga dalam ranah privat seorang manusia yakni pada aspek spiritualitasnya.

Aktivitas keagamaan pengguna dunia maya biasanya diasosiasikan dengan spiritualitas yang terintegrasi dengan teknologi siber, sehingga mempengaruhi ekspresi keberagaman manusia di dunia maya, yang oleh Yusuf Nicholas Anamofa disebut sebagai spiritualitas di dunia maya. Berbagai kemungkinan dan cara baru bagi manusia untuk membayangkan bagaimana Tuhan bisa hadir dan ditemukan di mana saja, termasuk di dunia maya, telah ditawarkan oleh jejaring sosial. Hal ini terkait erat dengan interaksi manusia dalam bentuk angka-angka di dunia maya, yang kemudian membentuk “ruang sakramental”, yaitu tempat Tuhan hadir di dunia ini dan di komunitas-komunitas keagamaan.³⁷

Era masyarakat digital saat ini menjadi sebuah tantangan para aktivis dakwah yang tidak dapat dibendung lagi. Cara menghadapi mereka yaitu salah satunya dengan mengubah pola komunikasi nyata menjadi virtual, memulai menyebarkan syiar islam (dakwah gitital) yang dapat menembus ruang dan waktu, merubah cyber culture yang kompleks menjadi *cyber culture* praktis. Salah media interner yang sangat berpengaruh pada kegiatan keberagaman adalah media sosial Instagram.

Instagram adalah sebuah aplikasi sosial yang populer dalam kalangan pengguna telepon pintar (Smartphone). Nama Instagram diambil dari kata “Insta”

³⁷ Le Duc, A. (2015). “Cyber/Digital Theology: Rethinking about Our Relationship with God and Neighbor in the Digital Environment”. *Asian Research Center: Religion and Social Communication*. Vol. 13 (2), 132 – 158

yang asalnya Instan dan “gram” dari kata “telegram”.³⁸ Jadi Instagram merupakan gabungan dari kata Instan-Telegram. Dari penggunaan kata tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola foto, mengedit foto, dan berbagi (Share) ke jejaring sosial yang lain.

Berbeda dengan media sosial lainnya, instagram menitik beratkan kepada postingan foto dan video dari para penggunanya. Keunikan yang membuat instagram satu ini berbeda dengan media sosial pada umumnya. Apalagi, instagram seringkali memperbaharui sistemnya.

Sejak kemunculannya pada tahun 2010 silam, instagram sering memperbarui fitur yang ada sehingga fiturnya lebih lengkap dan lebih menarik. Interaksi antara user dan *followers* pun menjadi sangat variatif. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi aktif antara *user* dan *follower* sangat dinamis. Sejalan dengan teori Budaya partisipatif yang dikembangkan oleh Henry Jenkins merupakan sebuah budaya dengan hambatan yang relatif rendah dalam mengekspresikan konten atau artistik serta keterlibatan sipil.³⁹ Budaya partisipatif muncul pada saat budaya menghadapi respon dari aktivitas media baru yang terus berkembang dan memungkinkan untuk mengarsipkan, memberi keterangan, menyesuaikan, serta mengedarkan ulang konten dengan cara yang lebih kuat. Anggota tersebut juga turut berpartisipasi secara aktif melalui proses produksi, diseminasi dan interpretasi

³⁸ Ghazali, M. (2016). *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: Publishing House. Hal. 8.

³⁹ Jenkins, H. et al. (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Cambridge, MA: The MIT Press. 6

budaya yang dilakukan individu melalui anggota yang terbentuk dari suatu komunitas.

Participatory Cultures telah mendorong adanya masyarakat dan para da'i untuk ikut terlibat dalam proses produksi. Dimana sebelumnya budaya konsumen melekat pada generasi boomer muda kala itu, saat televisi menyuguhkan berbagai konten yang siap dinikmati, alih-alih TV, radio dan surat kabar saat itu menjadi satu-satunya produsen dan narasumber bagi penontonnya. Pada era ini budaya konsumen telah dijungkir balikkan, dimana konsumen dapat ikut serta dalam mengubah konten, seperti me-remix konten yang didapat dari internet. Saat ini masyarakat dapat dengan mudah terlibat dalam praktik diskusi. Sumber pengetahuan, pengalaman, saling mereka bagikan dan dapatkan dari aktivitas budaya berbagi di Internet yang mereka kembangkan baru-baru ini. Sehingga muncul istilah adanya Kolaborasi dan pemecahan masalah di internet.⁴⁰

⁴⁰ Pramithasari, A. *Praktik Participatory Culture (Budaya Partisipasi) Dikalangan Siswa. (Studi Deskriptif tentang Praktik Participatory Cultures di Kalangan Siswa Menengah Atas dalam Penggunaan Media Sosial pada SMA Negeri 2 Kediri)*. Sumber : <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-ln8a941049c7full.pdf>. Diakses Pada tanggal 29 Desember 2022.