

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Hari ini kita sudah memasuki era perkembangan teknologi. Tidak dapat dipungkiri teknologi sudah menjadi bagian dari kehidupan kita. Semua hal yang kita butuhkan sudah disediakan oleh teknologi. Salah satu teknologi yang sekarang kita rasakan yaitu teknologi informasi dan komunikasi. Teknologi informasi memberikan kita berbagai akses informasi secara cepat tentang berbagai hal. Kebanyakan orang pun sudah merasakan manfaat dari teknologi yang sedang dan terus berkembang ini. Sehingga hadirnya teknologi ini memberikan kesempatan kepada orang-orang untuk membantu dirinya menjadi lebih produktif dan memunculkan inovasi-inovasi baru.

Media sosial menjadi platform berkomunikasi dan bertukar informasi bagi masyarakat digital. Pengguna media sosial sudah begitu banyak. Para penggunanya mulai dari yang muda sampai yang tua. Hadirnya media sosial turut memberikan dampak yang begitu besar bagi tersebarnya berbagai informasi. Kemudahan untuk berpendapat di media sosial memberikan kebebasan bagi para penggunanya untuk berpendapat tanpa ada halangan. Hal tersebut dapat dipaparkan dengan argumentasi ilmiah sebagai berikut: 1) Menurut website wearesocial.com, memberikan data tentang keadaan digital di tahun 2022 yaitu pada awal tahun 2022 terdapat pengguna media sosial global sebanyak 4,62 miliar pengguna media sosial di seluruh dunia. Data ini terdapat peningkatan 10 persen dari tahun lalu (Social, 2022); Masih menurut website wearesocial.com, pengguna aktif media sosial di Indonesia berjumlah sebanyak 191 juta pengguna pada awal tahun 2022. Data ini telah mengalami peningkatan 12,35 persen dibandingkan pada tahun lalu sebanyak 170 juta pengguna (Social, 2022); Menurut kompas.com, pengguna aktif media sosial di Indonesia pada awal 2022 memiliki pengguna sebanyak 210 juta pengguna. Data ini diambil dari laporan yang bertajuk “Profil Internet Indonesia 2022” yang dirilis oleh Asosiasi Penyedia Jasa

Internet Indonesia (APJII) (Riyanto, 2022). Oleh karena itu, media sosial sudah banyak yang menggunakannya dan menjadi pilihan orang-orang dalam bertukar informasi dan berkomunikasi.

Keberadaan media sosial sudah menjadi hal yang wajib ada bagi setiap orang. Bahkan hampir semua orang pasti memiliki akun media sosial. Media sosial memberikan wadah bagi orang-orang untuk berekspresi tanpa terkecuali. Sudah mulai banyak penggunaan media sosial sebagai platform untuk menyuarakan kebebasan berpendapat. Tidak dapat dipungkiri hal tersebut bisa terjadi karena media sosial memberikan kebebasan sebeb-bebasnya terhadap para penggunanya. Orang-orang bisa menyuarakan pendapatnya dengan pendapat yang biasa-biasa saja sampai pendapat yang berpotensi menjadi kontroversi. Para pengguna media sosial telah menjadikan media sosial sebagai salah satu sarana untuk memberikan pendapat atau pandangan keagamaannya kepada pengguna media sosial lainnya. Hal ini disebabkan teknologi telah masuk ke dalam ranah agama yang menyebabkan saat ini konsep keagamaan semakin dinamis dan modern. Pelaku keagamaan sudah melintasi batasan yang tidak hanya secara lokal, tetapi juga sudah dapat menyampaikan pesan-pesan keagamaannya kepada masyarakat global lewat adanya media baru (Muhammad, 2021).

Efek lain dari media sosial yang sangat terbuka sekali dan mudah diakses, membuat orang-orang dapat mencari berbagai hal lewat media sosial. Dalam survei penelitian yang dilakukan oleh Pusat Pengkajian Islam dan Masyarakat (PPIM) UIN Jakarta, ditemukan fakta bahwa sebanyak 50,89% siswa dan mahasiswa Muslim di Indonesia menjadikan media sosial sebagai rujukan utama sebagai sumber untuk mencari pengetahuan tentang keagamaan. Untuk buku atau kitab sendiri berada di posisi kedua sebanyak 48,57% yang dijadikan rujukan untuk mencari ilmu pengetahuan agama. Rujukan lainnya yang digunakan sebagai sumber pengetahuan agama yaitu televisi sebanyak 33,73% dan majelis taklim sebanyak 17,11% (Saputra, 2018). Data lainnya terkait penceramah agama yang banyak dijadikan rujukan bagi para siswa dan mahasiswa Muslim di internet seperti, Mamah Dedeh, Yusuf Mansur, Abdullah Gymnastiar, Zakir Naik, Hanan

Attaki, Arifin Ilham dan Khalid Basalamah (Nisa et al., 2018). Selain itu terdapat juga situs yang banyak dicari dan digunakan sebagai rujukan atau sumber pencarian untuk pengetahuan agama, yaitu nu.online, eramuslim.com, hidayatullah.com, voa-islam.com, suaramuhammadiyah.id, arrahmah.com, salafy.or.id, nahimunkar.com, dan panjimas.com. Di mana situs yang paling banyak diakses yaitu NU Online.

Dari data yang telah disebutkan sebelumnya, telah memberikan gambaran tentang bagaimana para siswa dan mahasiswa Muslim hari ini dalam mencari rujukan sumber pengetahuan agama-Nya. Hal ini menjadikan media sosial sebagai tempat bagi para remaja dalam pencarian berbagai pengetahuan agama dan tempat pembentuk karakter lewat konten-konten yang berbentuk tulisan, gambar, maupun video. Sehingga konten-konten yang disajikan oleh berbagai platform media sosial dapat memberikan dampak secara langsung maupun tidak langsung kepada para penggunanya. Terlebih dalam konteks ini dampak yang dirasakannya ialah perubahan sikap dan wawasan keagamaannya.

Salah satu pengguna media sosial yang menggunakan platform media sosial sebagai sarana penyebaran pesan dan narasi keagamaan ialah akun media sosial yang bernama Akmal Sjafril. Akmal Sjafril merupakan seseorang yang aktif dalam dunia dakwah, menjadi seorang aktivis, dan juga merupakan seorang akademisi. Ia memiliki latar pendidikan perguruan tinggi dengan memulai berkuliah pada Strata 1 di Institut Teknologi Bandung (ITB) dengan jurusan Teknik Sipil yang lulus pada tahun 2006. Kemudian pada tahun 2007, Akmal Sjafril melanjutkan pendidikan pascasarjana lewat beasiswa dari Program Kaderisasi Ulama (PKU) di Universitas Ibn Khaldun (UIKA) Bogor, dengan mengambil jurusan Pendidikan dan Pemikiran Islam dan lulus pada tahun 2009. Dan saat ini tengah melanjutkan pendidikan lagi dengan mengambil program doktoral di Program Studi Ilmu Sejarah, Universitas Indonesia (UI) (Sjafril, 2022).

Akmal Sjafril sendiri memiliki salah satu karya yang pernah dibuat yaitu buku yang berjudul Islam Liberal 101, yang diterbitkan pada tahun 2010.

Kemudian sebagai seorang yang berkiprah di dunia aktivisme, pada tahun 2012 ia mendirikan #IndonesiaTanpaJIL (ITJ) dan pada tahun 2017 menjadi koordinator pusat ITJ. Ia juga menjadi pengurus di Aliansi Cinta Keluarga (AILA) sejak tahun 2016. Selain menjadi seorang aktivis, ia juga turut menjadi akademisi, di mana pada tahun 2014 ia mendirikan Sekolah Pemikiran Islam (SPI) yang merupakan tempat pendidikan non-formal yang mengajarkan tentang topik terkait pemikiran Islam. Dan saat ini juga Akmal Sjafril aktif sebagai peneliti di *Institute for the Study of Islamic Thought and Civilizations* (INSIST) (Sjafril, 2022).

Akmal Sjafril juga selain memiliki aktivitas di dunia nyata dengan berbagai aktivitas sebagai pendakwah, aktivis, dan juga akademisi, ia juga turut aktif berkontribusi menyampaikan pesan dan narasi keagamaannya di media sosial. Konten pesan-pesan keagamaan dari akun ini tersebar di beberapa platform media sosial seperti *Instagram, twitter, youtube, personal website*, dan platform media sosial lainnya. Narasi dan pesan-pesan keagamaan yang akun ini sampaikan memiliki berbagai macam pembahasan. Meskipun terdapat juga opini-p opini pribadi yang bukan narasi keagamaan ditulis di dalam media sosialnya. Tetapi fokus utama pada konten yang disajikan oleh akun Akmal Sjafril yaitu pada konten-konten yang berisi pesan atau narasi keagamaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk menjadikan tema Agama dan Teknologi Media menjadi sebuah penelitian. Fokus objek yang akan diteliti oleh peneliti ialah pada salah satu akun media sosial yang sering memberikan pesan-pesan atau narasi keagamaan dan juga memiliki latar belakang pada profilnya yang jelas yaitu pada akun *Twitter* Akmal Sjafril. Peneliti berpandangan bahwa akun media sosial yang bernama Akmal Sjafril ini sesuai dengan objek yang akan diteliti. Dengan demikian, penting bagi peneliti untuk memaparkannya dalam penelitian ini. Judul yang diambil oleh peneliti adalah **“Otoritas Keagamaan di Media Sosial: Studi pada Akun *Twitter* Akmal Sjafril”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, peneliti menyusun rumusan masalah tentang “Otoritas Keagamaan di Media Sosial (Studi pada akun media sosial Akmal Sjafril)”. Penelitian ini kemudian disusun melalui pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana Akmal Sjafril menggunakan *Twitter* untuk membangun otoritas keagamaan?
2. Bagaimana pengikut Akmal Sjafril berinteraksi dengan konten yang dibagikannya di *Twitter* dan bagaimana mereka meresponsnya?
3. Apa pengaruh otoritas keagamaan di *Twitter* yang dibangun oleh Akmal Sjafril dalam meningkatkan nilai-nilai beragama di kalangan pengikutnya?

## **C. Tujuan Penelitian**

Ada beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk menganalisis penggunaan *Twitter* dalam membangun otoritas keagamaan oleh Akmal Sjafril
2. Untuk menganalisis interaksi dan respon dari pengikut Akmal Sjafril terhadap konten *Twitter* yang dibagikannya
3. Untuk menganalisis pengaruh otoritas keagamaan di *Twitter* yang dibangun oleh Akmal Sjafril dalam meningkatkan nilai-nilai beragama di kalangan pengikutnya

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam pengembangan ilmu khususnya dalam mata kuliah kapita selekta agama dan umumnya pada jurusan

Studi Agama-Agama. Dan juga diharapkan dapat memberikan referensi untuk membantu penelitian lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian ini.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang mendalam tentang otoritas keagamaan di media sosial yang dilakukan oleh pengguna media sosial, serta memberikan wawasan bagi lembaga-lembaga keagamaan dalam memahami dan menyikapi adanya fenomena tersebut.

## E. Kajian Pustaka

Adapun kajian pustaka yang menunjang pembahasan penelitian mengenai otoritas keagamaan di media sosial, peneliti mengumpulkan empat penelusuran dari penelitian yang relevan dengan topik pembahasan pada penelitian ini untuk dijadikan sebagai bahan rujukan penelitian yang akan dilakukan.

Topik terkait tentang otoritas keagamaan sudah ada beberapa yang pernah menelitinya. Salah satu penelitian yang terkait topik penelitian ini, yaitu penelitian oleh Efi Afifi yang berjudul *Dinamika Otoritas dan Diskursus Keagamaan Kaum Milenial: Studi Terhadap Remaja Masjid di Banten* pada tahun 2021. Penelitian ini memiliki fokus kajian terhadap latar sosiologi sejarah pada kaum milenial di Banten, arah trend otoritas keagamaan pada kaum milenial di Banten, dan dinamika diskursus keagamaan pada kaum milenial di Banten. Metode yang digunakan ialah kualitatif dengan pendekatan etnografi. Adapun teori yang dijadikan landasan dalam penelitian ini ialah berupa *grand theory* oleh Max Weber dengan teori otoritas, *middle theory* oleh Piere Bordieu dengan teori habitus, dan *applied theory* oleh Asef Bayat dengan teori *post islamisme*. Penelitian ini memiliki hasil dan pembahasan bahwa fenomena sosial-keagamaan kontemporer saat ini memberikan arah baru pada otoritas keagamaan baru yang merupakan dampak dari perkembangan digital yang begitu pesat, tetapi tidak menggeser otoritas keagamaan tradisional yang sudah dari dulu hadir di masyarakat. Dinamika trend otoritas keagamaan baru di kalangan milenial

memberikan diskursus tentang hijrah yang diinisiasi oleh ustadz-ustadz yang sering memberikan pesan-pesan keagamaannya di platform digital. Dan diskursus tentang tradisi lokal juga menjadi pembahasan yang hangat diperbincangkan dan diperdebatkan oleh masyarakat di ranah digital (Afifi, 2021).

Terkait kajian penelitian otoritas keagamaan di media sosial dan penggunaan pendekatan kombinasi antara etnografi dan netnografi, pernah dilakukan oleh Doni Arung Trianto dengan judul *Ustaz Abdul Somad, Otoritas Karismatik dan Media Baru* pada tahun 2019. Penelitian ini berfokus pada tentang otoritas keagamaan tradisional yang dapat beradaptasi di era kemunculan media baru dan menjawab tantangan baru ini. Metode yang digunakan yaitu dengan pendekatan kombinasi antara etnografi dan netnografi, di mana data penelitian diambil dari wawancara dan ikut langsung kegiatan, serta data lain diambil dengan berbagai data-data digital dan observasi partisipan *online*. Teori yang dipakai pun menggunakan teori kharismatik yang diungkapkan oleh Max Weber. Penelitian ini memiliki hasil dan pembahasan bahwa kehadiran media baru tidak menggantikan otoritas keagamaan tradisional, melainkan diperkuat oleh otoritas selebritis yang diperoleh melalui media baru, dan legitimasi yang diperoleh dari para penggemarnya. Karena perpaduan budaya tradisional dan peran media baru, pesona UAS berbeda dengan otoritas keagamaan baru lainnya (Triantoro, 2019).

Kemudian penelitian lainnya masih membahas terkait otoritas keagamaan di media baru, tetapi terdapat juga penggunaan teori otoritas Max Weber, pernah dilakukan oleh Arnis Rachmadhani dengan judul *Otoritas Keagamaan di Era Media Baru: Dakwah Gus Mus di Media Sosial* pada tahun 2021. Penelitian ini berfokus pada pergeseran otoritas keagamaan dari era analog menuju digital, peta otoritas keagamaan tradisional di era disrupsi, dan strategi di era media baru terhadap otoritas keagamaan tradisional. Metode yang digunakan masih sama seperti sebelumnya yang mengkombinasikan antara etnografi dan netnografi. Teori otoritas Max Weber masih digunakan pada penelitian ini dan dijadikan sebagai *grand theory*. Hasil dan pembahasan pada penelitian ini menyatakan bahwa model dakwah baru melalui media sosial memperkuat pengaruh otoritas

keagamaan tradisional yang menjadi sumber otoritatif pemahaman keagamaan mayoritas umat Islam, sehingga pesan universal dakwah Gus Mus dapat tersebar lebih luas ke setiap lapisan masyarakat dengan adanya perpaduan kultur otoritas tradisional dengan media baru yakni media sosial (Rachmadhani, 2021).

Penelitian lainnya yang masih berkaitan dengan otoritas keagamaan di media sosial tetapi berbeda objek kajiannya yaitu dilakukan oleh Nur Afni Muhammad yang berjudul *Populisme dan Dinamika Otoritas Keagamaan dalam Islam di Media Sosial*, pada tahun 2021. Penelitian ini berfokus pada wacana yang melatarbelakangi kemunculan Felix Siauw di media sosial, narasi wacana populisme Islam yang dibangun oleh Felix Siauw di *Instagram*, dan otoritas keagamaan Felix Siauw yang dibangun dan dikuatkan melalui media YouTube. Metode yang digunakan pada penelitian ini, yaitu *virtual ethnography* yang ditawarkan oleh Christine Hine. Hasil dan pembahasan pada penelitian ini menyatakan bahwa Felix Siauw dipandang sebagai representasi populisme Islam oleh Netizen dikarenakan menyuarakan anti-kemapanan, narasi anti-otoritarian, dan narasi purifikasi keagamaan. Di mana argumentasi dan narasi yang dibangun oleh Felix Siauw tetap memperhatikan aspek etis, keestetikan, dan ketokohnya (Muhammad, 2021).

Dari beberapa kajian penelitian-penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, peneliti memiliki fokus atau arah yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, walaupun masih dalam satu topik yang sama, yaitu tentang otoritas keagamaan di media sosial. Peneliti memiliki fokus tentang otoritas keagamaan yang dimiliki oleh Akmal Sjafril melalui media sosialnya dan trend otoritas keagamaan yang dinarasikan. Adapun metode yang dipakai oleh peneliti masih sama seperti penelitian sebelumnya yang menggunakan *virtual ethnography* atau netnografi yang menjadi dasar dalam menelusuri dan mengobservasi di ranah digital. Dan teori yang peneliti gunakan berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya yaitu menggunakan teori otoritas keagamaan dalam ruang digital oleh Heidi A. Campbell, yang mana penelitian sebelumnya banyak yang menggunakan teori otoritas oleh Max Weber.

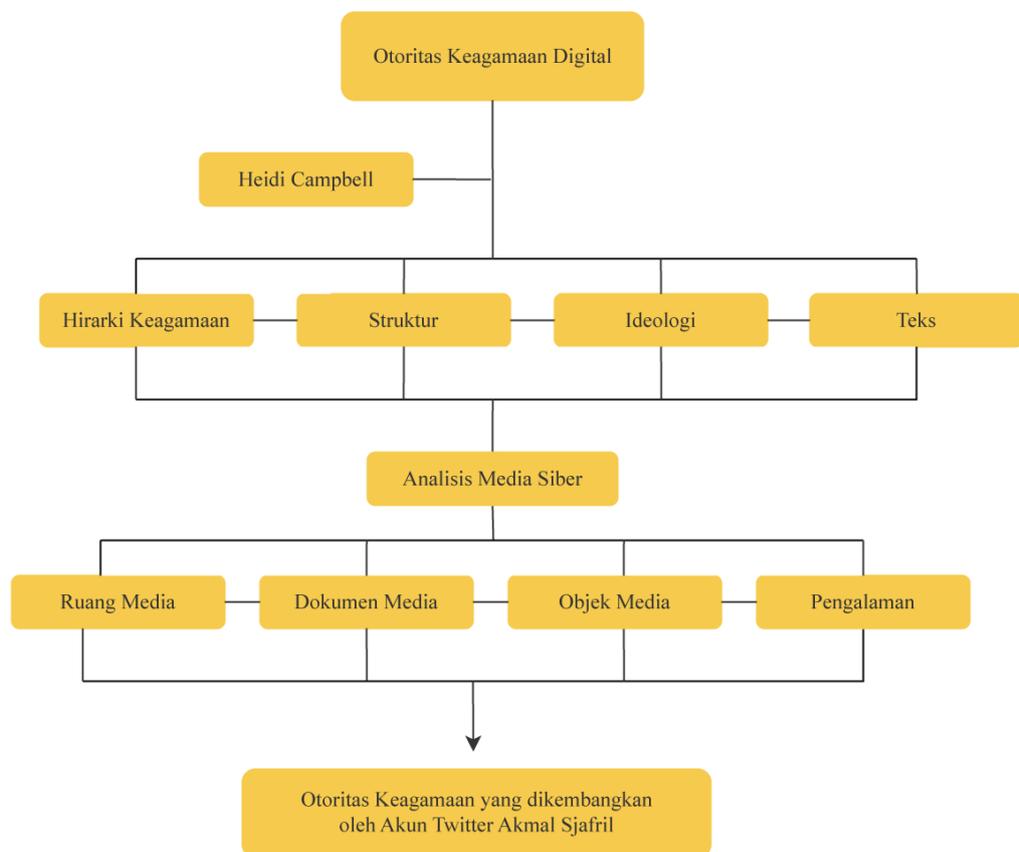
## **F. Kerangka Pemikiran**

Otoritas keagamaan (*religious authority*) saat ini telah berkembang menjadi otoritas keagamaan baru melalui media digital. Pembahasan terkait otoritas keagamaan ini pernah dikaji oleh Heidi Campbell. Ia memiliki pandangan tentang otoritas keagamaan online, yang menurutnya otoritas ini memiliki empat lapisan yang terdiri atas hirarki keagamaan, struktur, ideologi, dan teks. Pada ranah hirarki keagamaan, pemuka agama atau tokoh yang memiliki otoritas memberikan narasi-narasi keagamaannya di internet, dan ini menjadi wadah para pemuka agama memberi pengaruh atas otoritasnya terhadap para masyarakat beragama di internet. Dalam bagian struktur otoritas keagamaan terdapat pola interaksi sosial keagamaan yang terjadi di internet, sehingga memunculkan terjalinnya komunikasi antar pemilik otoritas dengan penerima otoritas tersebut. Kemudian pada konteks ideologi, seseorang pasti memiliki landasan dalam berpikirnya yang di kemudian waktu memberikan seseorang itu sikap atau pandangan yang sesuai dengan apa yang ada di dalam pikirannya. Dan ini menjadi kontrol terhadap konstruksi identitas agama. Selanjutnya pada bagian teks, yang dimaksud disini ialah tentang teks-teks keagamaan yang disajikan menjadi sumber otoritas dan rujukan dalam menulis narasi keagamaan di internet (Campbell, 2007). Dengan demikian otoritas keagamaan yang diungkapkan oleh Heidi Campbell dapat dijadikan sebagai landasan teori untuk menelisik lebih dalam otoritas keagamaan yang terjadi di ranah digital pada penelitian ini.

Hadirnya keagamaan dalam ranah media baru memberikan interpretasi terhadap teks-teks suci yang diinformasikan kepada masyarakat beragama di dunia maya. Spiritualitas pengguna internet dapat dihidupi lewat konten-konten keagamaan yang disajikan. Religiusitas para pengguna internet pun dipandu oleh otoritas keagamaan, komunitas keagamaan, mau pun teks keagamaan konvensional yang sudah bertransformasi pada media baru. Sehingga religiusitas pengguna internet tersebut dapat secara konsisten pada kondisi yang dialami

sesuai dengan landasan yang ditetapkan pada media sebelumnya (Campbell, 2010).

Pada penelitian ini memiliki fokus pembahasan utama yaitu pada teori otoritas keagamaan digital yang diungkapkan oleh Heidi Campbell. Peneliti mengambil teori Heidi Campbell dalam penelitian ini sebagai dasar untuk menganalisis otoritas keagamaan di media sosial yang dilakukan oleh akun media sosial Akmal Sjafril dan dampak nilai-nilai beragama terhadap para pengguna media sosial.



**Gambar 1. 1 Tampilan Alur Kerangka Pemikiran**

### **G. Sistematika Penulisan**

Penelitian ini memiliki sistematika penulisan yang diuraikan menjadi 5 bab, yaitu:

**BAB I: Pendahuluan.** Pada bab ini meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka pemikiran, langkah-langkah penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II: Landasan Teori.** Pada bab ini berisi pembahasan mengenai konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Konsep yang diuraikan yaitu konsep agama dan media sosial.

**BAB III: Metodologi Penelitian.** Pada bab ini berisi pembahasan mengenai metodologi penelitian menggunakan etnografi virtual.

**BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan.** Pada bab ini berisi pembahasan mengenai otoritas keagamaan yang terjadi pada akun media sosial Akmal Sjafril dan pengaruh otoritas keagamaan oleh akun media sosial Akmal Sjafril dalam meningkatkan nilai-nilai beragama.

**BAB V: Penutup.** Pada bab ini berisi kesimpulan dan analisis peneliti terhadap kesesuaian antara teori yang digunakan dengan fakta yang terjadi.

