



## 2

# MEDIA SOSIAL DAN OTORITAS KEAGAMAAN DALAM KAJIAN AKADEMIK

SEBAGAIMANA telah dikemukakan pada bagian sebelumnya bahwa kemungkinan munculnya gejala melemahnya otoritas keagamaan tradisional yang dimiliki ormas Islam di Indonesia didorong oleh beberapa faktor, salah satunya adalah maraknya penggunaan platform internet dan media sosial pada level khalayak muslim Indonesia sebagai objek dari otoritas keagamaan. Lahirnya berbagai aktor keagamaan baru di media sosial telah menempatkan ormas-ormas Islam di Indonesia dalam posisi yang “tidak aman.” Beberapa pihak misalnya menagalisis fenomena ini sebagai bagian dari tren neo-salafisme di Indonesia yang hadir dalam berbagai bentuk dengan menggunakan teknologi internet dan media sosial (Iqbal, 2010, 2014; Slama & Barendregt, 2018). Meskipun demikian, hal ini dapat juga disebabkan oleh faktor lainnya, misalnya faktor khalayak media yang memang memiliki selera baru dalam praktik dan

pemahaman agama dan melahirkan fenomena *popular piety* (Bayat, 2007).

Dengan demikian, seluruh fenomena ini telah menempatkan otoritas keagamaan ormas Islam di Indonesia sebagai otoritas yang dibangun dalam konteks yang bersifat tradisional dan rigid. Padahal, era media baru telah dihuni oleh masyarakat digital yang lebih terbuka dan memandang otoritas agama sebagai sesuatu yang cair. Pola tradisional yang dimaksud adalah bahwa otoritas yang dimiliki oleh ormas-ormas Islam dominan ini terbangun secara historis dan kultural dan selama puluhan tahun telah menjadi acuan mayoritas Muslim di Indonesia. Kehadiran media baru dengan platform internet dan media sosial, tentu saja pola otoritas keagamaan ini berpotensi untuk tergeser oleh pola otoritas yang baru.

Dalam spektrum kajian akademik, fenomena pergeseran otoritas keagamaan telah lama didiskusikan, bahkan sebelum kemunculan media-media massa dan media digital seperti saat ini. Ziauddin Sardar & Inayatullah (2003) misalnya memproyeksikan pergeseran otoritas ini dengan merelasikannya dengan munculnya keragaman sajian bentuk pengetahuan keagamaan dan kian mudahnya persebaran pengetahuan keagamaan di antara umat Islam dengan lahirnya teknologi baru yang bahkan telah membuat otoritas keagamaan dapat menjadi lebih cair (O'Leary, 1996; Possamai & Turner, 2014). Sementara itu secara sosiologis, pergeseran otoritas keagamaan ini dimungkinkan pula dengan adanya media baru yang mengubah kondisi sosio-kultural dimana otoritas keagamaan ini dibentuk dan lebih jauh memberikan dampak secara lebih luas pada proses

dan praktik keagamaan (Hirschkind, 2006; Millie, 2011; Turner, 2007).

Perubahan praktik keagamaan terkait meluasnya penggunaan platform internet dan media sosial telah menjadi kajian spesifik sebagai bagian dari kajian agama dan internet. Beberapa pihak mengekspresikannya melalui beberapa term seperti; “*digital religion*” (Campbell, 2005, 2013), “*online religion*” (Brasher, 2001), “*digital Islam*” (Bunt, 2003, 2009), dan beberapa term yang serupa. Hal ini mengindikasikan bahwa fenomena relasi agama dan internet terus menjadi perhatian para akademisi dalam skala global. Secara spesifik, beberapa kajian tentang relasi agama dan internet dalam konteks keindonesiaan telah muncul dalam berbagai analisis dan pendekatan yang secara umum dapat menjadi pijakan awal bagi penelitian ini.

Pertama, kajian Solahudin & Fakhruroji (2020) menguraikan tentang potensi internet sebagai tempat bagi praktik mempelajari agama. Dengan mengidentifikasi beberapa platform internet seperti webiste, akun instagram, dan channel youtube yang menyajikan informasi atau materi-materi keislaman, mereka menunjukkan tren dari konten-konten keislaman di Indonesia yang berpotensi pada menguatnya populisme Islam di Indonesia. Kajian ini mengimplikasikan pemahaman bahwa *religious populism* di media sosial ini bisa menjadi ‘ancaman’ bagi pemegang otoritas keagamaan tradisional, tetapi juga bisa jadi peluang bagi aktor-aktor keagamaan untuk menyajikan konten-konten keislaman (dakwah) di era media baru.

Kedua, kajian yang dilakukan oleh Annisa R. Beta (2019) yang mengungkap kelindan antara perilaku kesalehan, komersial dan politik yang didemonstrasikan oleh para influencer Muslimah dalam jagat media sosial di Indonesia. Temuan terpenting dari kajian ini adalah tentang tampilnya kelompok perempuan muslimah di internet yang menjadi influencer dalam mendorong sesama muslimah untuk menuju ketaatan. Beta menyebut mereka sebagai '*social media religious influencer*'. Kajian ini menjadi penting sebagai pijakan bagi penelitian ini dalam hal memahami fenomena munculnya kelompok keagamaan baru yang bisa jadi terlepas dari ormas-ormas Islam di Indonesia. Dengan kata lain, kelompok-kelompok baru yang muncul di internet ini berpotensi mengancam otoritas keagamaan tradisional di Indonesia yang selama ini dijalankan antara lain oleh ormas-ormas Islam.

Ketiga, kajian yang disajikan oleh Eva F. Nisa (2018a) yang sedikit banyak, memiliki kesamaan dengan kajian Annisa R. Beta, yakni tentang munculnya kelompok muslimah yang menggunakan platform Instagram sebagai medium untuk berdakwah secara kreatif dan menguntungkan. Kajian ini berpandangan bahwa instagram menjadi semacam '*ultimate platform*' bagi perempuan muslimah untuk bertukar pengetahuan keagamaan dan saling belajar untuk menjadi muslimah yang taat di satu sisi tetapi juga dapat memberikan keuntungan finansial di sisi lain (lihat juga, Fakhruroji & Rojiati, 2017; Fakhruroji, 2015c). Nisa menguraikan bahwa komunitas pengguna Instagram ini terbentuk sebagai kesadaran individu yang kemudian menjadi bersifat komunal untuk mendalami ajaran Islam tanpa dikaitkan dengan ormas-ormas Islam sebagai pihak pemegang otoritas keagamaan. Hal ini

mengimplikasikan pemahaman bahwa umat Islam pengguna media sosial aktif hampir tidak mempedulikan lagi apakah aktor agama memiliki relasi dengan ormas-ormas tertentu.

Keempat, kajian yang dilakukan oleh Martin Slama (2017) yang mengulas tentang transformasi ekonomi para pelaku dakwah yang didorong oleh penggunaan media sosial. Dalam kajian ini, salah satu temuan yang relevan adalah temuannya tentang '*dialogic constructions of Islamic authority*'. Dalam model otoritas seperti ini pengetahuan atau informasi tidak berlangsung secara satu arah namun berlangsung dua arah dan bersifat konstitutif. Temuan Slama ini sangat penting karena menggambarkan satu model otoritas keagamaan yang relatif baru yang juga didukung oleh karakteristik media sosial yang bersifat interaktif dan terbuka. Meskipun demikian, Slama hanya melakukan studi pada gerakan keagamaan kontemporer tanpa melihat secara khusus bagaimana organisasi atau gerakan keagamaan tradisional menerapkan otoritas keagamaannya di tengah budaya media yang terus berkembang di masyarakat Indonesia.

Kelima, salah satu kajian spesifik tentang pemanfaatan platform internet dan media sosial untuk kepentingan praktik keagamaan adalah tentang praktik *One Day One Juz* (ODOJ), yakni sebuah gerakan untuk mendorong para anggotanya untuk membaca Al-Quran setiap yang kemudian telah menjadi salah satu upaya untuk menjadi "religius" (Muslim, 2017b; Nisa, 2018b). Dengan memahami praktik ODOJ sebagai salah satu manifestasi 'digital religion', kajian ini menguraikan bagaimana dimensi sosial dan teknologi yang dijalankan oleh sekelompok orang telah menjad isalah satu jenis institusi keagamaan.

Kehadiran ODOJ dimungkinkan karena adanya jejaring online sehingga menimbulkan praktik baru dan pada saat yang sama telah membuka peluang bagi tumbuhnya gerakan-gerakan praktik keagamaan yang serupa yang secara tradisional dijalankan oleh organisasi-organisasi keagamaan.

Keenam, internet juga telah mengubah dunia umat Islam. Tidak hanya menjadi lebih demokratis, tetapi juga telah menciptakan semacam ruang publik dan otoritas Islam yang baru (Iqbal, 2014). Dalam pengamatan Iqbal, internet telah memiliki peran vital dalam berbagai gerakan keagamaan, khususnya kelompok Salafi di Indonesia melalui adaptasi penggunaan internet untuk menampilkan pandangan ideologi dan doktrin mereka serta memberikan tantangan terhadap beberapa gerakan keagamaan di Indonesia, terutama Jaringan Islam Liberal (JIL), Syiah dan semacamnya yang juga sama-sama tumbuh di Indonesia.

Ketujuh, kajian yang dilakukan oleh Merlyna Lim (2005) yang mengungkap peran internet dalam mewedahi ekspresi radikalisme Islam dan sikap anti-Amerika di Indonesia. Meskipun sudah cukup lama, studi ini masih sangat penting dan relevan hingga hari ini karena ia merupakan salah satu studi-studi awal tentang bagaimana internet digunakan oleh gerakan keislaman untuk tujuannya masing-masing. Dalam kasus ini, gerakan tersebut merupakan kelompok Islam fundamentalis yang menyebarkan pesan-pesan anti-Amerika sekaligus menunjukkan identitas 'radikal' mereka secara global. Signifikansi studi ini ada pada bagaimana teknologi digital seperti internet dapat dimanfaatkan oleh kepentingan apa saja yang dalam konteks studi keagamaan dapat berarti digunakan untuk kepentingan

moderasi keberagaman atau sebaliknya yaitu menumbuhkan sikap intoleran.

Kedelapan, media sosial sebagai salah satu platform internet juga telah mulai banyak dimanfaatkan oleh beberapa ormas keagamaan di Indonesia. Dengan mengamati halaman Facebook Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah, Suherdiana & Muhaemin (2018) mengungkapkan bagaimana kedua ormas Islam terbesar di Indonesia ini menggunakan media sosial dalam menerapkan strategi dakwah mereka masing-masing. Meskipun masih terfragmentasi, studi ini penting sebagai salah satu pijakan awal bagi kajian ini, khususnya terkait penggunaan media sosial sebagai upaya mempertahankan dan mengembangkan otoritas keagamaan di ranah digital di Indonesia.

Beberapa kajian ini memiliki relevansi dengan kajian yang dilakukan, terutama dari sisi isu maupun temuan-temuan yang disajikan dalam masing-masing kajian. Namun demikian, kajian-kajian ini masih menyisakan satu gap yang besar tentang bagaimana persisnya ormas Islam besar seperti NU dan Muhammadiyah menggunakan media sosial sebagai respon atas maraknya penggunaan media sosial oleh aktor-aktor keagamaan yang bisa dibilang baru di Indonesia. Dari semua studi tersebut, belum ada satupun yang secara khusus dan serius mengaitkan penggunaan media sosial oleh kedua ormas ini sebagai upaya mempertahankan atau mengembangkan otoritas keagamaan mereka di Indonesia. Pada titik inilah penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik yang signifikan bagi kajian agama dan media baru di Indonesia.

Secara teoritik dan konseptual, aspek penting dari penelitian ini terutama terletak pada persilangan antara dua isu,

yaitu otoritas keagamaan dan praktik serta diskursus keagamaan di ranah digital. Karenanya, diperlukan kerangka teoritis yang memungkinkan penelitian ini untuk dapat melihat bagaimana kedua aspek tersebut berinteraksi satu sama lain. Karenanya, dua teori kunci yang digunakan dalam studi ini adalah *digital religion* (Campbell & Evolvi, 2019; Campbell, 2007, 2012, 2013) dan *religious authority* (Lawrence, 2002; McBride, 2016; Turner, 2007).

Konsep *digital religion* memungkinkan penelitian ini untuk melakukan eksplorasi tidak hanya bagaimana individu atau organisasi memanfaatkan media digital untuk kegiatan keagamaan mereka, namun juga melihat bagaimana praktik-praktik tersebut berkaitan dengan yang terjadi di ranah offline yang bersifat tradisional. Konsep ini juga memungkinkan untuk melihat secara detail tentang bagaimana praktik keagamaan menyesuaikan diri dengan karakteristik-karakteristik khusus media digital yang pada gilirannya memunculkan sajian pengetahuan dan praktik keagamaan yang sejalan dengan budaya digital yang telah melingkupi kehidupan keseharian masyarakat Indonesia. Tekanan konsep *digital religion* pada interaksi offline-online dalam menciptakan praktik dan diskursus agama di ranah digital juga berarti bahwa untuk dapat sepenuhnya memahami apa yang terjadi di ranah online, peneliti harus secara hati-hati meneliti karakteristik institusi keagamaan tradisional dalam mempertahankan dan mengembangkan otoritasnya di ranah offline.

Untuk membantu menjelaskan aspek otoritas keagamaan, penelitian ini menggunakan teori otoritas keagamaan atau *religious authority*. Teori tentang *religious authority* bisa dilacak



sampai periode awal studi-studi sosiologi sebagaimana dilakukan Durkheim. Namun demikian, teori yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teori yang lebih kontemporer yang telah mempertimbangkan aspek media dalam pembentukan dan penggunaan otoritas tersebut yang di antaranya dikemukakan oleh Lawrence (2002) dan Turner (2007) serta teori otoritas keagamaan dalam perspektif rasionalitas yang dikemukakan oleh McBride (2016). Teori tentang *religious authority* bermanfaat terutama untuk melihat tentang bagaimana otoritas keagamaan hari ini dikonstruksikan kemudian aspek otoritas keagamaan apa saja yang berpotensi untuk bergeser dari organisasi keagamaan tradisional pada aktor-aktor keagamaan baru, baik secara individual maupun institusional.[]