



## 4 MEDIA BARU DAN FRAGMENTASI OTORITAS KEAGAMAAN

### A. Media sebagai 'Penggangu' Kemapanan Otoritas

Dalam arti yang paling luas, media dipahami sebagai medium atau sesuatu yang menjadi perantara bagi penyampaian atau penyebarluasan ajaran agama, khususnya bagi agama-agama yang dikategorikan sebagai *missionary religion* (Arnold, 1913). Hal ini mengesankan bahwa media berada dibawah kendali tokoh dan institusi keagamaan dan merupakan entitas yang melayani kepentingan agama. Bahkan dalam konsep dakwah Islam sekalipun, media (*washilah*) merupakan salah satu elemen penentu bagi keberhasilan dakwah (Sambas). Jika demikian, lalu mengapa media dapat berpotensi menjadi 'pengganggu' kemapanan otoritas keagamaan?

Dalam term tradisional dan karena sifatnya yang teknologis, media sering dipahami sebagai elemen yang melengkapi praktik sosial kebudayaan dimana ia dapat

mempermudah dan mempercepat kerja manusia. Oleh karena itu, media dipandang telah menjadi bagian integral dalam aktivitas komunikasi, termasuk dalam proses komunikasi keagamaan yang menjadi agenda pada beberapa agama besar di dunia. Dalam konteks ini, media menjadi semacam corong yang memperhalus proses komunikasi sehingga mampu menjangkau khalayak agama yang lebih luas. Namun dalam perkembangan selanjutnya, media mulai bersifat independen seiring institusionalisasi yang dialaminya sehingga terpisah dari dengan agama sebagaimana pula dengan institusi-institusi sosial lainnya.

Perkembangan relasi antara media dan agama ini dicatat dengan apik oleh (Hoover, 2006) yang menguraikan bahwa titik kulminasi relasi diantara keduanya terlihat ketika media mulai memasuki ranah agama, sebuah fenomena yang berkebalikan dengan kondisi sebelumnya. Fenomena yang dimaksud oleh Hoover adalah kemunculan televangelism, sebuah siaran berisi informasi dan seruan agama yang ditayangkan di televisi yang marak pada awal tahun 70an. Tayangan ini mengundang reaksi keras dari berbagai tokoh agama Kristen di Barat yang kemudian mempersoalkan cakupan media atas agama.

Perdebatan ini terus menggelinding hingga pada ranah akademik dan salah satu jalan keluar untuk mendamaikan perdebatan ini adalah dengan memunculkan apa yang kemudian disebut dengan istilah mediasi (Hoover & Clark, 2002; Hoover, 2006) atau mediatisasi (Hjarvard, 2008, 2011), yakni bagaimana agama ditransmisikan dan direpresentasikan oleh media. Solusi ini berdampak luas pada kajian agama itu sendiri yang kemudian mengimplikasikan bahwa agama telah menjadi ranah yang terbuka dan bukan hanya monopoli para tokoh atau peneliti

keagamaan, tetapi juga menjadi wilayah kajian dalam disiplin antropologi, sosiologi, komunikasi, ekonomi, politik dan berbagai disiplin lainnya (Fakhrurroji, 2021).

Meskipun kajian agama menjadi inter-disiplin, namun wacana mendasar yang melatarinya tetap menjadi isu penting dalam kajian agama secara khusus. Munculnya reaksi dari berbagai tokoh agama atas tayangan agama di televisi mengimplikasikan bahwa media telah memainkan peran tokoh atau institusi agama. Fenomena ini tidak lain merupakan salah satu contoh tentang alih-alih membantu agama, media justru telah mengganggu otoritas para tokoh agama yang pada awalnya telah berada pada situasi yang mapan.

Meskipun dalam tayangan agama ini juga muncul tokoh agama yang diatur sedemikian rupa, namun para tokoh ini seolah berbicara bukan untuk kepentingan agama, melainkan demi kepentingan media. Hal ini menjadi poin penting karena para tokoh agama saat itu melihat media sebagai ranah yang sekular dan tidak pernah berurusan dengan keberagamaan seseorang. Perdebatan ini juga telah memicu para agamawan untuk kembali mempertegas kecurigaan mereka sebelumnya terhadap media yang dituding telah mengalihkan perhatian pada penganut agama pada hal-hal yang bukan agama. Semua fenomena ini menggambarkan kuatnya resistensi para agamawan terhadap hampir seluruh jenis media dan teknologi pada periode awal kemunculannya.

Secara spesifik dalam dalam konteks Islam, resistensi para ulama terhadap 'ancaman' atas otoritas mereka setidaknya dapat dilihat mulai dari penolakan para ulama terhadap kehadiran mesin cetak yang membuat proses produksi kitab-kitab agama,



termasuk Al-Quran, menjadi lebih praktis dan masif (Sardar & Inayatullah, 2003). Keduanya yang kerap memposisikan diri secara kritis terhadap kemampuan otoritas para ulama, menjelaskan penolakan mereka terhadap mesin cetak didasarkan pada dua argumen. *Pertama*, menulis kitab suci dengan mesin cetak dianggap tidak sah. *Kedua*, para ulama berkeyakinan bahwa cara yang sah untuk mempelajari kitab adalah dengan membacanya secara keras atau mendatangi orang yang dianggap ahli terkait bidang tersebut. Ahli yang dimaksud, tentu saja adalah ulama. Resistensi ini dinilai sebagai bagian dari upaya untuk mempertahankan otoritas mereka sebagai agen yang mentransmisi keilmuan Islam (Sardar & Inayatullah, 2003).

Namun demikian, keduanya tidak menyebutkan kelompok ulama mana yang ia maksudkan. Salah satu hal yang menarik adalah bahwa meskipun ketika tulisan ini terbit, teknologi internet belum menyebar luas seperti sekarang, namun ia telah memproyeksikan bahwa teknologi akan berkembang lebih pesat pada masa yang akan datang. Misalnya, secara khusus ia teknologi penyimpanan digital seperti Compact Disk (CD) akan membuat akses terhadap sumber-sumber pengetahuan keagamaan menjadi lebih mudah dan dapat dilakukan secara langsung dalam arti tidak membutuhkan ulama sebagai perantara.

Dalam sejarah perkembangan Islam di Indonesia, mesin cetak telah memperlihatkan andilnya yang demikian besar bagi penetrasi kalangan reformis, termasuk diantaranya para tokoh Syarikat Islam, Persis, dan Muhammadiyah yang semuanya memanfaatkan media cetak untuk mendistribusikan gagasan pembaharuan Islam kepada umat Islam di Indonesia

(Burhanudin, 2004). Dua terbitan cetak yang pertama kali diterbitkan oleh kelompok pembaharu Islam adalah *Al-Imam* di Singapura (1906-1908) dan *Al-Munir* di Padang (1911-1916) (Burhanudin, 2004). Tentu bukan kebetulan bahwa *Al-Imam* membawa semangat yang sama dengan *Al-Manar*, sebuah terbitan yang sangat berpengaruh dan berhubungan dengan gerakan pembaruan Islam yang digagas oleh Muhammad Abduh dan Muhammad Rasyid Ridha dari Mesir yang pada awal abad 20 merupakan pusat kemunculan gerakan pembaharuan Islam yang gaungnya sampai ke berbagai negara termasuk Indonesia.

Pada dekade berikutnya, terbitan-terbitan ini kemudian diikuti oleh penerbitan media-media yang membawa suara Islam reformis oleh berbagai organisasi Islam di Indonesia, diantaranya adalah *Bintang Islam* (1923) dan *Bendera Islam* (1924) yang masing-masing diterbitkan oleh organisasi Persis dan Muhammadiyah. Sebagaimana diisyaratkan oleh Sardar, gerakan pembaharu Islam mencirikan diri mereka dengan pembacaan independen atas teks agama dan karenanya dapat mengikis otoritas ulama sebagai penafsir utama teks-teks agama yang sebelumnya tidak dapat diakses oleh umat Islam secara luas.

Dengan bertumpu pada media cetak sebagai saluran untuk penyampaian gagasan dan interpretasi atas teks-teks keagamaan, kaum reformis membedakan diri mereka dengan kaum tradisional di mana ulama dan pesantren (bersama-sama dengan kitab kuningnya) memainkan peran yang penting sebagai pintu utama pengetahuan. Gerakan-gerakan dengan mengandalkan publikasi media cetak ini telah mendorong munculnya fragmentasi otoritas keagamaan di awal abad ke-20 (Burhanudin, 2004). Lebih jauh, lahirnya berbagai publikasi ini

juga telah berperan dalam membentuk diskursus keagamaan yang lebih luas dimana persoalan-persoalan keagamaan dapat diperbincangkan bukan hanya di lingkungan pesantren, tapi juga dapat dengan mudah ditemukan di ruang-ruang publik yang lebih luas.

## **B. Internet, Agama Digital dan Dinamika Otoritas Keagamaan**

Barzilai-Nahon & Barzilai (2005) menyebut internet sebagai *cultured technology* atau teknologi yang telah menjadi kebudayaan sehingga menjelma sebagai budaya internet. Salah satunya dapat diidentifikasi melalui pola dan fungsi dari internet yang dalam pemahaman umum dimaknai sebagai medium yang memungkinkan konteks komunikasi dapat terjadi secara *many-to-many* dan *real time* dalam skala global. Sebagai sebuah kebudayaan, budaya internet adalah serangkaian nilai dan infrastruktur yang membentuk perilaku terkait norma-norma, hukum dan kebiasaan umum yang direfleksikan dalam aktivitas interaksi di internet.

Lebih luas lagi, karena budaya internet dimediasi oleh media berteknologi tinggi, Kellner (1995) melihatnya sebagai salah satu bentuk dari budaya media yang melaluinya tercipta berbagai berbagai bentuk tekno-budaya, yakni budaya yang menggabungkan praktik-praktik budaya dan teknologi kedalam konfigurasi baru dan menghasilkan tipe masyarakat baru yang diatur oleh prinsip-prinsip teknologi (Fakhruroji, 2015b). Oleh sebab itu, term budaya dalam hal ini juga mencakup bagaimana kita berkomunikasi dan sekaligus menggambarkan tentang



bagaimana kebiasaan-kebiasaan kita mengalami perubahan dari waktu ke waktu (Arvanitakis, 2016: 44).

Sebagai praktik sosial, keberagaman menjadi salah satu ranah yang juga terdampak dari lahirnya budaya internet ini. Tidak mengherankan jika budaya internet ini juga telah memotivasi bagi lahirnya pola-pola pemahaman keagamaan yang baru, bahkan telah mendorong lahirnya praktik-praktik keagamaan yang baru. Salah seorang yang secara khusus memprediksikan lahirnya pemahaman dan praktik-praktik keagamaan yang baru sebagai dampak dari lumrahnya penggunaan internet dalam kehidupan sehari-hari adalah Jeff Zaleski (1997). Sebagaimana Sardar, ia juga membayangkan bahwa internet akan melahirkan wajah-wajah agama yang baru diantaranya dengan lahirnya praktik-praktik baru, perubahan relasi tokoh agama dan pengikutnya, interaksi pengikut agama dengan teks-teks keagamaan mereka dan ekspresi keagamaan yang baru melalui lahirnya beberapa komunitas keagamaan di jagat internet.

Dalam babak berikutnya, perbincangan ini kemudian menjadi salah satu ranah yang dihuni oleh para akademisi yang berasal dari berbagai disiplin ilmu karena karakteristik dan jenis hubungan agama dan internet yang sangat dinamis. Namun demikian, sebagaimana juga tercermin dalam ulasan Zaleski (1997), beberapa studi awal yang mengulas hubungan antara agama dan internet lebih banyak berfokus pada ruang 'online' tanpa cukup membahas tentang aktivitas online tersebut berhubungan dengan praktik offline. Meski demikian, eksplorasi awal ini berguna sebagai titik awal untuk memasuki pembahasan tentang agama online.

Salah satu karya akademis awal yang dikutip secara luas adalah karya Helland tentang perbedaan antara 'online-religion' dan 'religion-online' (Helland, 2005). Menurut Helland, 'online-religion' bekerja secara 'bottom-up', yaitu ketika individu diundang untuk berpartisipasi, melakukan ritual, di lingkungan online (Helland, 2002, 2005). Dengan kata lain 'online-religion' adalah manifestasi dari posisi pengguna sebagai produsen dalam praktik-praktik digital dalam konteks agama dimana individu berkolaborasi untuk kebutuhan agama mereka sendiri. Sementara itu, 'religion online', menggunakan pendekatan 'top down', yang digunakan oleh lembaga-lembaga keagamaan yang mapan untuk menyampaikan pesan agama kepada khalayak yang lebih luas (Helland, 2002). Dengan kata lain, konteks 'religion online' adalah salah satu bentuk perluasan institusi keagamaan tradisional kedalam ruang digital dan juga dapat dilihat sebagai cara di mana institusi tradisional ini telah menyesuaikan teknologi baru.

Meski muncul pada periode-periode awal internet dan belum lahir platform media sosial, pembahasan Helland memberikan satu gambaran tentang bagaimana komunitas, tokoh dan institusi keagamaan menggunakan internet untuk kepentingan agama. Ia mengindikasikan akan kemungkinan anggota komunitas keagamaan untuk dapat berperan lebih aktif, dan dengan demikian menjadi aktor dengan otoritas tertentu, dalam kegiatan keagamaan dan bahkan membangun relasi dengan institusi keagamaan secara lebih setara, misalnya sama-sama berfungsi sebagai produsen pesan keagamaan. Di sisi lain, sejak kemunculan agama di ranah online, ia pun telah mengisyaratkan bahwa institusi-institusi pemegang otoritas



keagamaan menggunakan teknologi ini untuk mempertahankan atau memperluas otoritasnya. Dengan demikian, sejak kemunculannya, kehadiran agama di internet telah memunculkan ruang kontestasi baru dalam hal otoritas keagamaan.

Beberapa pihak lain melangkah lebih jauh dalam mengembangkan konsep Helland dengan menghubungkan konteks 'online-religion' dan 'religion online' dengan ruang konteks offline (Fakhruroji, 2019b; Young, 2014). Glenn Young misalnya berpendapat bahwa 'religion online' dipastikan mengacu pada praktik keagamaan secara offline-tradisional, sementara 'online religion' boleh jadi muncul hanya di ranah online tanpa relasi dengan lembaga keagamaan dalam konteks offline (Young, 2014). Term 'online' dalam 'online-religion' adalah 'konteks utama' dari kegiatan keagamaan yang dilakukan di ruang tersebut (Young, 2014: 94). Terlepas dari perbedaan kedua konteks ini, keduanya sering dipraktikkan 'secara berkelanjutan' (Young, 2014: 105) dan saling melengkapi satu sama lain (Fakhruroji, 2019b).

Studi lain berpendapat bahwa meskipun konteks partisipasi itu sendiri bersifat online, namun partisipasi ritual ini pada dasarnya seringkali bukan hal yang sama sekali baru melainkan semacam rekonfigurasi dari ritual yang telah ada sebelumnya namun dalam konteks yang lebih baru (Jacobs, 2007). Dengan kata lain, konteks 'online religion' pada dasarnya merupakan pengembangan dari konteks offline. Dalam konteks ini, internet bahkan sering digunakan sebagai instrumen untuk memelihara praktik keagamaan tradisional (Jacobs, 2007) dan untuk memperkuat praktik-praktik yang sudah mapan (Cheong

& Ess, 2012: 2) namun dalam cara yang lebih fleksibel dan cara yang lebih mudah (Jacobs, 2007).

Sementara itu, peneliti lainnya berpendapat bahwa semakin kentalnya relasi antara agama dan internet, sebagaimana pula praktik-praktik kultural lainnya, pemisahan konteks online dan offline dipandang sudah tidak lagi relevan dan telah kian menyatu (*mixed*) dan terintegrasi dalam ruang dan pengalaman kultural yang sama (Campbell, 2013). Pandangan ini menawarkan kerangka kerja baru yang menyoroti ruang online praktik keagamaan dalam hubungannya dengan lingkungan offline yang secara keseluruhan diistilahkan sebagai *digital religion*, yakni bentuk praktik keagamaan yang terintegrasi dalam konteks online dan offline (Campbell, 2013).

Konsep digital religion juga menunjukkan bahwa media digital dan praktik keagamaan dalam posisi yang sama-sama saling membentuk dan mempengaruhi satu sama lain (Campbell, 2013: 3). Sifat dan logika media digital seperti interaktivitas dan bersifat digital semakin menyatu dalam praktik keagamaan sehari-hari dan pada saat yang sama, semakin banyak pula teknologi digital yang diciptakan untuk tujuan-tujuan keagamaan (Campbell, 2013).

Pandangan ini hampir senada dengan argumen Cheong & Ess (2012) yang menggunakan istilah Religion 2.0 yang juga menekankan pada keterkaitan antara 'dunia nyata' dan 'dunia virtual' dari praktik keagamaan. Bagi keduanya, Religion 2.0 mewakili penggabungan dan kumpulan praktik dunia nyata dan virtual sekaligus (Cheong & Ess, 2012: 2). Oleh karena itu, kedua ranah ini tidak hanya saling berhubungan, tetapi juga *co-*

*constitutive* atau saling membentuk karena 'dimediasi' oleh teknologi digital. Agama digital juga menyiratkan bahwa teknologi digital menjadi lebih tertanam ke dalam agama dan praktik keagamaan.

Salah satu studi spesifik terkait relasi konteks praktik keagamaan online dan offline didemonstrasikan oleh Fakhruroji (2019a) yang melihat bagaimana diskusi teoritis tentang *digital religion* diatas dipahami dalam contoh kasus yang real. Dalam studinya tentang sebuah aplikasi berbasis smartphome Fakhruroji menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi digital untuk tujuan pembelajaran agama telah membentuk ulang proses transmisi pengetahuan keagamaan menjadi tidak lagi dibatasi oleh ruang-ruang fisik. Di sisi lain, penggunaan aplikasi ini juga telah mengubah relasi antara pengikut agama dengan tokoh agama pada relasi antara consumer dan produser.

Adapun terkait implikasi dari digital religion, termasuk dalam bentuk aplikasi digital, Fakhruroji berpendapat bahwa kehadirannya justru akan memperluas jangkauan otoritas keagamaan. Ia mengungkapkan bahwa lahirnya praktik mempelajari Islam melalui aplikasi berbasis smartphome tidak hanya mengilustrasikan meluasnya cakupan media atas agama, tetapi juga sekaligus menandai perluasan otoritas keagamaan yang menurut Hirschkind (2006) merupakan salah satu aspek popularitas Islam itu sendiri. Sementara itu, otoritas keagamaan yang sering direpresentasikan oleh teks, tokoh, dan institusi keagamaan mengalami perluasan otoritas. Kegiatan mempelajari Islam yang dalam konteks tradisional dilangsungkan di tempat-tempat tertentu berpotensi meluas karena penggunaan teknologi



internet sehingga pada titik tertentu akan menghasilkan bentuk-bentuk baru *religious engagement* (Fakhruroji, 2019a).

Studi ini menguatkan argumen Turner (2007) bahwa new media secara politis dan sosiologis memiliki peran penting karena mengandung '*unintended effect*' dalam mengikis bentuk-bentuk otoritas tradisional, baik yang didasarkan pada transmisi pengetahuan secara oral maupun dalam tradisi cetak. Menurut Turner (2007), kemunculan new media dalam kehidupan keberagamaan telah melahirkan '*micro intellectuals*' yang independen, *mobile*, dan *self-trained*, dan kharismatik. Lebih jauh, hal ini disebabkan oleh sifat new media itu yang terbuka dan menjadikan otoritas agama menjadi lebih cair (O'Leary, 1996; Possamai & Turner, 2014).

### C. Adaptasi Kelompok Islam atas New Media

Internet di Indonesia mulai muncul dan berkembang pada tahun 1990an. Pada masa reformasi di akhir 90an, internet dijadikan sebagai media komunikasi dan perlawanan oleh kelompok-kelompok aktivis (Lim, 2005). Kelompok-kelompok masyarakat sipil seperti aktivis ini terbilang lebih dulu mengadopsi internet daripada pemerintah. Pada 2007, Nugroho dan Tampubolon melakukan studi ekstensif tentang adopsi teknologi internet oleh organisasi-organisasi masyarakat sipil (OMS) di seluruh Indonesia. Hasilnya menunjukkan teknologi tersebut memang turut berperan di antaranya dalam pengembangan jejaring dari OMS-OMS tersebut baik di tingkat lokal maupun nasional (Nugroho & Tampubolon, 2006). Sayangnya, studi tersebut tidak secara khusus meneliti tentang bagaimana adopsi internet oleh organisasi-organisasi keagamaan.

Studi-studi tentang adaptasi internet oleh kelompok Islam, menariknya, banyak yang berfokus pada kelompok-kelompok konservatif bahkan fundamentalis. Studi dari Merlyna Lim (2005), misalnya, memotret bagaimana organisasi-organisasi fundamentalis seperti Majelis Mujahidin Indonesia dan Front Pembela Islam (FPI) menggunakan internet untuk menggalang gerakan anti-Amerika. Studi-studi lain, dari sisi pengambilan ceruk kelompok memiliki beberapa bermiripan umum. Studi-studi dari Iqbal (2010, 2014) misalnya, juga fokus tentang bagaimana kelompok Islam Salafi menggunakan internet untuk mendakwahkan ajaran mereka. Studi lain yang tipikal adalah studi yang dilakukan oleh Nisa (2018a) tentang bagaimana perempuan-perempuan bercadar (juga pada umumnya berhaluan Islam Salafi) menggunakan internet sebagai forum komunikasi antara mereka, bahkan untuk berbisnis. Studi-studi dengan penggunaan internet, termasuk belakangan media sosial, terus bermunculan, termasuk studi dari (Beta, 2019) tentang munculnya komunitas muslimah di media sosial yang mengombinasikan gerakan dakwah dengan bisnis dengan menggunakan pendekatan-pendekatan yang persuasif.

Di lain sisi, tentu saja dapat dengan mudah ditemukan studi-studi tentang penggunaan media sosial di lingkungan komunitas Islam tradisional. Sayangnya studi-studi yang membahas masalah tersebut masih terbatas. Namun demikian, pembacaan kritis atas studi-studi tentang penggunaan media sosial oleh kelompok-kelompok non-mainstream ataupun pendak-pendakwah baru yang oleh Turner (2007) disebut *micro intellectuals* dapat dijadikan bahan refleksi tentang kian terfragmentasinya otoritas keagamaan di Indonesia.

Studi-studi tentang penggunaan internet oleh kelompok Salafi, menunjukkan bahwa internet dapat mengekskalasi kelompok non-mainstream dalam kehidupan keislaman di Indonesia sehingga dapat menjadi kelompok yang kian berpengaruh. Dengan pandangan dan pemahaman Islam yang kerap bertentangan dengan penganut dan pemilik otoritas Islam tradisional, menguatnya kelompok-kelompok minor ini pun tentu menjadi tantangan serius. Dengan kata lain, munculnya aktor-aktor keagamaan baru dengan otoritasnya masing-masing di media sosial telah menjadi sumber dalam proses mempelajari Islam, terutama di kalangan generasi muda. [1]