

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Muasal keyakinan agama pada dasarnya melibatkan iman kepada keberadaan kekuatan gaib atau luar biasa yang memainkan peran dalam kehidupan setiap individu serta komunitas, dan bahkan turut mempengaruhi berbagai fenomena alam. Keyakinan ini mendorong terhadap tindakan-tindakan khusus seperti doa dan bentuk ibadah lainnya. Selain itu, keyakinan ini juga membentuk sikap mental tertentu, seperti rasa takut, optimisme, penerimaan, dan lain-lain, yang tercermin dalam individu maupun dalam seluruh komunitas yang memeluknya.

Dalam konteks masyarakat Barat modern, terdapat beragam bentuk dan praktik religius. Keanekaragaman budaya modern dan kurangnya pengaruh aliran politik yang dominan dalam mengatur gaya hidup, menciptakan suasana pluralitas.

Weber, dalam karyanya "*The Sociology of Religion*," berpendapat bahwa:

Mendefinisikan esensi agama secara langsung menjadi sesuatu yang sulit diwujudkan. Definisi mengenai agama sering kali muncul setelah kesimpulan dari suatu penelitian berhasil dihasilkan. Ragam perilaku keagamaan dari luar terlalu beragam sehingga pemahaman tentang perilaku ini hanya bisa dicapai melalui sudut pandang pengalaman subjektif, gagasan, dan tujuan-tujuan yang ingin dicapai oleh individu. Pemahaman ini diperoleh dari perspektif "makna" dari perilaku keagamaan itu sendiri.<sup>1</sup>

Weber menekankan bahwa agama baru dapat didefinisikan berdasarkan penelitian perilaku keberagamaan. Hal serupa kemudian di kemukakan oleh Eliade yang sangat menekankan agar pembacaan terhadap agama harus melalui bangunan-

---

<sup>1</sup> Marx Webber, *Sosiologi Agama* (Yogyakarta: Ircisod, 2013), 97.

bangunan terminologi yang ada di dalamnya dan bukan sebaliknya.<sup>2</sup> Di dalamnya terdapat fenomena realitas-religius yang takterelakkan. Itu berarti agama hanya dapat dibaca dalam konteks realitas religius tersebut, bukan dan bahkan tidak dapat dibaca melalui realitas psikologis, ekonomi, sosial dan sebagainya. Untuk itulah pada tataran sakral-profana, kontrolernya dari semua aspek profana adalah sakral bukan sebaliknya.<sup>3</sup>

Manusia hadir di dunia beserta tatanan alam yang melingkupinya yang kemudian menafsirkan kehendaknya maka melahirkan kebudayaan. Manusia terus menerus menafsirkan dirinya dan realitas tempatnya hidup. Pergulatan tersebut pada akhirnya membentuk perspektif tentang realitas adi-kodrati sehingga menciptakan sistem kepercayaan. *Worldview* (pandangan dunia) tersebut yang oleh Fahrudin Kaha disebut dengan 'Agama Asli', yaitu "kerohanian khas dari suatu bangsa, berasal dan dikembangkan di tengah-tengah bangsa itu sendiri dan tidak dipengaruhi oleh kerohanian bangsa lain atau meniru."<sup>4</sup>

Kepercayaan manusia pada kekuatan gaib (adi kodrati) merupakan bentuk kepercayaan tertua dalam sejarah umat manusia. Sudah menjadi keyakinan mereka bahwa di balik kehidupan dunia ini ada lagi kehidupan sesudahnya, yakni kehidupan akhirat sebagai tujuan akhir hidup manusia. Rakhmat menulis bahwa kepercayaan pada yang gaib merupakan bentuk sekunder dari kebutuhan spiritual, mental dan sosial. Kebutuhan ini hanya terdapat pada manusia dan sudah dirasakan

---

<sup>2</sup> Brian Moris, *Antropologi Agama* (Yogyakarta: AK Group, 2003), 219.

<sup>3</sup> Mircea Eliade, "Kronologi Studi Agama Sebagai Cabang Ilmu," in *Metodelogi Studi Agama*, ed. Ahmad Norman Permana (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 16.

<sup>4</sup> Nico Syukur Dister, *Pengalaman dan Motivasi Beragama* (Yogyakarta: Kanisius, 1996), 75.

sejak manusia masih kecil.<sup>5</sup> Sistem kepercayaan manusia merupakan inti utama dari setiap agama sebagai obyek pemujaan bagi pemeluknya. Sebagaimana ditulis oleh Erich Fromm mengungkapkan bahwa agama adalah suatu sistem pemikiran dan tindakan yang dilakukan oleh kelompok yang membantu individu (anggotanya) sebagai kerangka pedoman dan objek ibadah.<sup>6</sup>

Kemajuan suatu masyarakat sebagian besar ditandai oleh perluasan diferensiasi struktural yang disertai dengan peningkatan spesialisasi, homogenisasi budaya. Pada tingkat tertentu, gambaran kemajuan ini memiliki sifat antagonis, di mana perbedaan semakin membesar seiring dengan homogenisasi yang berlangsung. Kesadaran mengenai antagonisme semacam ini diperkenalkan dalam pandangan Antony Giddens, yang melengkapi pandangan Auguste Comte yang berpendapat bahwa sejarah perkembangan masyarakat manusia berakhir pada suatu "agama generik", yang ia sebut agama humanisme.<sup>7</sup>

Perkembangan tersebut juga terjadi di Indonesia. Paradigma agama global telah menempatkan agama lokal sebagai agama dengan ajaran dan praktik yang dianggap kuno, animistik, dinamis, dan dijelaskan dengan berbagai istilah merendahkan.<sup>8</sup> Pengaruh paradigma ini bahkan mencapai kebijakan politik,

---

<sup>5</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Refika Aditama, 1999), 76.

<sup>6</sup> Erich Fromm, *Psychoanalysis and Religion*, vol. 12 (New Haven: Yale University Press, 1950), 31.

<sup>7</sup> Anthony Giddens, *Kapitalisme dan Teori Sosial Modern* (Jakarta: UI Press, 1985), 76.

<sup>8</sup> Wilhelm Schmidt melalui *The Origin of The Idea of God* yang terbit pada 1912 menyatakan bahwa telah ada suatu monoteisme primitif sebelum manusia mulai menyembah banyak dewa. Pada awalnya mereka hanya menyembah satu Tuhan Tertinggi, yang telah menciptakan dunia dan menata urusan manusia dari kejauhan. Kepercayaan terhadap satu Tuhan Tertinggi (terkadang disebut dengan Tuhan langit karena diasosiasikan dengan ketinggian) masih dapat terlihat dalam agama suku-suku pribumi Afrika. Mereka mengungkapkan kerinduan terhadap Tuhan melalui doa; percaya bahwa dia mengawasi mereka dan akan menghukum setiap dosa. Namun demikian, dia anehnya tidak hadir dalam kehidupan keseharian mereka; tidak ada kultus khusus untuknya dan dia tidak pernah tampil dalam penggambaran. Warga suku itu mengatakan bahwa dia tidak bisa diekspresikan

sehingga praktik agama lokal sering dianggap sebagai praktik kuno yang perlu dimodernisasi, praktik syirik yang harus ditinggalkan, atau praktik kafir yang harus dihilangkan. Selanjutnya, dalam diskusi tentang agama dengan paradigma ini, praktik-praktik agama lokal sering kali dikategorikan sebagai ‘budaya’ bukan ‘agama’. Budaya dianggap sebagai sesuatu yang duniawi, berbeda dengan agama yang dianggap sebagai sesuatu yang sakral. Pengaruh paradigma agama ini sangat dominan, bahkan terhadap mereka yang tetap setia pada agama lokal mereka. Sebagian masyarakat lokal, ketika diminta untuk menjelaskan praktik-praktik ritual mereka, dengan lancar memisahkan praktik yang dianggap sebagai agama dan praktik yang dianggap sebagai budaya. Dalam banyak kasus, penjelasan tentang praktik-praktik ritual ini dikategorikan sebagai budaya, bukan agama, agar dapat menghindari sanksi dari pemerintah dan tekanan dari masyarakat.

Akses masyarakat terhadap berbagai jenis media komunikasi semakin meluas, dan mereka juga menjadi aktor aktif dalam komunikasi. Kemajuan pesat media elektronik telah menghilangkan batasan ruang dan waktu dalam kehidupan manusia, menyebarkan informasi dengan cepat. Namun, seiring dengan itu, masyarakat Indonesia juga mengalami penurunan dalam kualitas budaya baca-tulis yang lebih mendalam. Pengaruh besar dari budaya audio-visual modern telah membentuk pandangan masyarakat. Perpindahan tiba-tiba dari model tradisional ke model elektronik yang berfokus pada teknologi audio-visual membuat masyarakat menjadi lebih pasif dan cenderung hanya mengonsumsi informasi. Ini berarti

---

dan tidak dapat dicemari oleh dunia manusia. Lihat, Karen Armstrong, *Sejarah Tuhan* (Bandung: Mizan, 2001), 27-28.

mereka kurang menggunakan kemampuan untuk menganalisis informasi dengan kritis, sehingga mudah menjadi target manipulasi.<sup>9</sup>

Nurudin menjelaskan bahwa terdapat berbagai motif dalam menggunakan media, seperti kebutuhan akan informasi, pengetahuan, emosi, kesenangan, kredibilitas, stabilitas, interaksi sosial, dan hiburan. Ini mengindikasikan pergeseran masyarakat Indonesia dari sistem tradisional ke sistem yang berpusat pada informasi. Perubahan ini tentu berdampak pada pembentukan sistem nilai, pengetahuan, agama, tradisi, dan budaya yang baru.<sup>10</sup>

Pergeseran menuju masyarakat modern ini juga menciptakan dua realitas kehidupan, yaitu realitas aktual dan realitas virtual. Realitas virtual atau dunia maya adalah lingkungan yang diciptakan oleh teknologi yang memungkinkan pengguna berinteraksi dalam lingkungan yang disimulasikan oleh komputer. Ini bisa berupa lingkungan nyata yang ditiru atau bahkan lingkungan yang hanya ada dalam imajinasi. Konsep *presence* atau keberadaan adalah salah satu ciri khas dari realitas virtual, yang mengacu pada perasaan kita berada dalam lingkungan tersebut. Ekspresi realitas virtual dalam masyarakat modern ini sering terjadi melalui media sosial.

Di era modern saat ini, pesan-pesan dari kitab suci sering disampaikan melalui platform daring, termasuk melalui dakwah *online*. Hal ini mengarah pada apa yang disebut oleh Bryan S. Turner sebagai diskursif dan otoritas populer. Dalam masyarakat jaringan, otoritas dan diskursif dibentuk melalui aliran data yang

---

<sup>9</sup> Mohamad Yasir Alimi, *Mediatisasi Agama Post-Truth dan Ketahanan Nasional* (Yogyakarta: LKiS, 2018), 70.

<sup>10</sup> Nurudin, *Komunikasi Massa* (Jakarta: Rajawali Pers, 2004), 45.

membawa informasi. Dengan demikian, kekuasaan, otoritas, dan karisma ditentukan oleh seberapa kuat wacana agama dan sosial-politik yang tersebar dan berhasil mendapatkan viral serta memiliki efek yang memengaruhi massa, terutama komunitas daring (warganet). Karena jumlah besar wacana agama di media, ada risiko bahwa dimensi sakral agama perlahan mulai terkikis.<sup>11</sup>

Dalam konteks tulisan ini, hubungan antara agama dan virtualitas tidak hanya terbatas pada penerimaan pesan dakwah dan pencarian informasi, tetapi juga mencakup bagaimana individu menjalankan aktivitas ritual keagamaan Islam di dunia maya. Seperti yang disampaikan oleh Richard Coyne, realitas virtual dapat mencerminkan pengagungan diri atau bahkan peran yang menyerupai Tuhan. Kemajuan *cyberspace* atau dunia maya telah mengubah cara-cara berpartisipasi dalam kehidupan keagamaan dan spiritualitas. Perubahan ini membawa dampak pada berbagai bentuk atau metode buatan dalam melaksanakan aktivitas ritual keagamaan.<sup>12</sup>

Orang-orang dari berbagai belahan dunia dapat berpartisipasi dalam ritual yang sama tanpa perlu hadir fisik di lokasi yang sama. Ini memungkinkan keragaman peserta dan memperluas jangkauan komunitas keagamaan. Selain itu, dunia maya juga memungkinkan penyesuaian lebih lanjut dalam pengaturan ritual. Pengguna dapat mengatur tampilan lingkungan sesuai dengan preferensi mereka, menciptakan suasana yang paling sesuai dengan kebutuhan spiritual mereka. Namun, ada beberapa pertimbangan yang perlu diambil dalam mengadopsi ritual

---

<sup>11</sup> Bryan S Turner, *BrReigion and Social Theory: A Materialist Perspective* (London: Heinemann, 1983), 67.

<sup>12</sup> Idi Subandy Ibrahim dan Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi dan Komodifikasi* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2014), 75.

keagamaan di dunia maya. Pertama, ada aspek kehilangan pengalaman fisik dan kebersamaan yang mungkin dirasakan dalam pertemuan fisik. Rasa kehadiran dan interaksi tatap muka dalam ritual konvensional mungkin sulit dipindahkan sepenuhnya ke dalam lingkungan virtual. Kedua, ada juga risiko teknis, seperti masalah koneksi internet atau masalah teknis lainnya yang dapat mengganggu pengalaman ritual.<sup>13</sup>

Tulisan ini hendak memotret bagaimana agama dan virtualitas berhubungan, khususnya dalam konteks aktivitas ritual di dunia maya. Perubahan teknologi dan kemajuan dalam ruang virtual telah mengubah cara individu berpartisipasi dalam kehidupan keagamaan dan spiritualitas. Penggunaan dunia maya telah memungkinkan pesan dakwah dan informasi agama untuk disampaikan lebih luas dan efisien. Individu dapat mengakses sumber-sumber agama, diskusi keagamaan, dan ceramah melalui platform *online*, yang membantu dalam memahami dan memperdalam keyakinan mereka. Dunia maya juga memungkinkan individu untuk menjalankan aktivitas ritual keagamaan secara virtual. Misalnya, shalat, puasa, dan membaca Al-Qur'an dapat dilakukan melalui panduan atau aplikasi digital yang mengingatkan waktu ibadah dan memberikan instruksi.

Dunia maya telah membuka peluang baru untuk menciptakan ruang ritual yang berbeda. Ruang dan tempat yang dibuat di dunia maya adalah konsep abstrak yang terbentuk dari data komputer, sehingga mampu menciptakan ilusi ruang maya. Ini memungkinkan individu untuk merasakan kehadiran dalam suatu tempat ritual

---

<sup>13</sup> Yasraf Amir Piliang, *Bayang-Bayang Tuhan, Agama dan Imajinasi* (Bandung: Mizan, 2011), 285.

bahkan jika secara fisik mereka tidak berada di sana. Teknologi telah merevolusi konsep tempat dan ruang dalam konteks keagamaan. Tempat ibadah virtual, seperti masjid atau tempat suci, dapat diciptakan dalam dunia maya untuk mengizinkan individu merasakan pengalaman spiritual tanpa harus fisik hadir di lokasi tersebut.

Fenomena penyebaran informasi dan pengetahuan tentang keagamaan melalui Facebook merupakan hal yang istimewa. Pengguna Facebook dapat memengaruhi pengguna lain dalam lingkungan terbuka. Agama, sebagai suatu sistem budaya, bermula dari kalimat tunggal yang mendefinisikan agama sebagai sistem simbol dengan tujuan khusus: membangun keadaan batin dan meningkatkan motivasi agar mudah tersebar dan tetap melekat dalam diri individu; merumuskan nilai-nilai dan konsepsi kehidupan secara umum; mengikat konsepsi tersebut dengan nilai-nilai yang nyata; sehingga konsepsi tersebut terlihat sebagai suatu realitas yang unik.<sup>14</sup>

Definisi tersebut cukup menjelaskan bahwa agama dan budaya berjalan bersama dengan semua elemennya terlibat. *Pertama*, sistem simbol mencakup segala yang dapat menyampaikan ide kepada individu. Ide dan simbol ini bersifat publik, artinya meskipun ada dalam pikiran individu, mereka dapat dilihat terlepas dari pemikiran individu. *Kedua*, melalui simbol ini, agama memungkinkan individu merasakan, bertindak, atau termotivasi untuk mencapai tujuan tertentu. Individu yang termotivasi akan dipandu oleh sekumpulan nilai penting, yang memungkinkan mereka untuk menentukan baik dan buruk, benar dan salah. *Ketiga*, agama dapat

---

<sup>14</sup> Daniel L. Pals, *Seven Theories of Religion*, trans. Ali Noer Zaman (Yogyakarta: Qalam, 2001), 87.



membentuk konsep-konsep nilai dari seluruh eksistensi. Dalam konteks ini, agama dimaknai sebagai sesuatu yang berpusat pada makna akhir, yaitu tujuan pasti bagi dunia. *Keempat*, konsep-konsep dan motivasi ini membentuk nilai-nilai nyata yang dapat diartikan sebagai etos dan pandangan hidup agama. *Kelima*, nilai-nilai ini menghasilkan ritual unik yang menduduki posisi khusus dalam tatanan nilai, dianggap penting oleh manusia.

Saat ini, kita berada di tengah-tengah revolusi teknologi komunikasi dan informasi yang diyakini oleh para ilmuwan sedang mengubah tatanan sosial dan budaya. Mosco menjelaskan bahwa komodifikasi adalah transformasi nilai menjadi bentuk lainnya. Transformasi ini bertujuan untuk mendapatkan nilai tambahan atau keuntungan. Dengan kata lain, komodifikasi mengambil nilai minimal dan mengubahnya menjadi nilai maksimal. Hal ini berarti siapa pun yang menghubungkan kapital dengan komoditas akan memperoleh keuntungan.<sup>15</sup>

Komodifikasi juga berlaku dalam agama, khususnya dalam proses ceramah atau dakwah. Dakwah merupakan transformasi ilmu agama. Ketika pariwisata dan kapitalisme berkembang, agama juga terkena dampaknya. Dakwah kemudian dibungkus untuk menarik minat, dengan ustaz terkenal yang bertujuan meningkatkan popularitas atau *rating*, atau melalui layanan SMS untuk mendapatkan keuntungan bagi pemilik modal. Televisi dan YouTube telah mengubah benda terkait nilai dan pemaknaan tertentu.<sup>16</sup> Agama dikemas menjadi

---

<sup>15</sup> Santi Indra Astuti, "Komodifikasi Khalayak (Audience) Dalam Rating Televisi Tinjau Dari Perspektif Ekonomi-Politik Dalam Komunikasi," *Warta Ilmiah Populer Komunikasi Dalam Pembangunan* 8, no. 1 (2005): 23.

<sup>16</sup> Irwan Abdullah, *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), 55.

sesuatu yang memiliki nilai baru, dari nilai guna yang dibutuhkan menjadi nilai komersial yang menguntungkan.<sup>17</sup>

Konteks masyarakat modern, terdapat dua dimensi kehidupan yang menjadi nyata: dimensi aktual dan dimensi virtual. Dimensi virtual ini tercermin melalui penggunaan media sosial. Di Indonesia, media sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap ideologi yang kontradiktif. Di satu sisi, media sosial menjadi saluran untuk menyuarakan aspirasi dan kritik terhadap pemerintah. Namun, di sisi lain, media sosial juga menjadi wadah bagi penyebaran ujaran kebencian, sikap sektarian, penyebaran informasi palsu (hoaks), dan pencemaran nama baik melalui fitnah, yang berpotensi merusak tatanan demokrasi.

Pada era modern saat ini, pesan-pesan dari kitab suci disebarkan melalui platform daring, termasuk melalui dakwah *online*. Dalam konteks ini, muncul istilah diskursif dan otoritas populer yang diusulkan oleh Bryan S. Turner. Dalam masyarakat jaringan, otoritas dan diskursif terbentuk melalui arus data yang menyampaikan informasi.<sup>18</sup> Dengan demikian, pengaruh wacana keagamaan dan sosial politik yang tersebar dan berhasil menciptakan efek hegemonik yang mempengaruhi massa (warganet) menentukan kuasa, otoritas, dan karisma. Baru-baru ini, umat Islam di Indonesia tengah mengalami tren baru, yaitu dakwah *online*. Dakwah *online* ini dijalankan melalui berbagai halaman dakwah, terutama di platform Facebook.

---

<sup>17</sup> Asep Saeful Muhtadi, *Agama, Media & Komodifikasi* (Depok: Raja Grafindo, 2020), 9.

<sup>18</sup> Bryan S Turner, *Relasi Agama dan Teori Sosial Kontemporer* (Yogyakarta: Ircisod, 2012), 45.

Bagi sebagian masyarakat, dakwah *online* telah menjadi sumber pengetahuan baru terkait hal-hal keislaman. Di sana, mereka dengan mudah mendapatkan jawaban untuk berbagai permasalahan, baik yang berkaitan dengan amaliah maupun teologis. Umat Islam Indonesia mengonsumsi isu-isu sosial dan keagamaan secara instan setiap hari. Bahkan, dakwah *online* kadang-kadang memberikan jawaban terhadap pertanyaan tentang teologi agama lain.

Komodifikasi agama dalam konteks ini terlihat dalam cara komunitas ini memanfaatkan saluran informasi berbasis teknologi untuk tujuan dakwah. Di dalamnya, ada praktik pengolahan visual tertentu yang mampu menarik minat masyarakat, sambil menanamkan nilai-nilai keagamaan tanpa disadari. Secara kultural, tidak ada yang keliru dengan praktik semacam ini. Namun, komodifikasi agama, dalam perkembangannya, bisa menjadi upaya untuk menjadikan agama sebagai komoditas. Ini mengindikasikan transformasi dari nilai-nilai spiritual ke dalam nilai tukar dari agama itu sendiri. Aspek kebajikan agama bergeser menjadi aspek ekonomi. Agama tidak hanya bernilai karena menjadi sarana manusia untuk terhubung dengan realitas mutlak, melainkan juga bisa menjadi alat untuk memperkuat kolektivitas gerakan dan ekspresi ideologis kelompok tertentu.<sup>19</sup>

Semangat untuk mengekspresikan identitas keislaman semakin berkobar hingga mencakup atribut dan cara berpakaian. Kata hijrah pun tumbuh dan berkembang menjadi fenomena populisme beragama. Semua ini mencerminkan semangat agama yang semakin kuat dan luas dalam kata-kata dan ritual di kalangan

---

<sup>19</sup> Vincent Mosco menulis: “*commodification is the process of transforming things valued for their use into marketable products that are valued for what they can bring in exchange.*” Lihat Vincent Mosco, *The Political Economy of Communication*, (London: SAGE Publications Ltd, 2009), 2.

umat, dengan setiap individu menunjukkan intensitas yang unik sesuai dengan caranya sendiri. Fenomena ini dapat dilihat dalam Gerakan Pemuda Hijrah di Cicalengka, yang dipengaruhi oleh gerakan serupa di Bandung.

Salah satu bentuk gerakan keagamaan yang mencerminkan hal ini adalah Gerakan Pemuda Hijrah yang berbasis di Bandung. Gerakan ini berkumpul di bawah payung yayasan yang dikenal dengan nama Pemuda Hijrah. Gerakan Pemuda Hijrah atau yang sering disingkat sebagai Shift, yang berpusat di Bandung, telah menjadi fenomena menarik di masyarakat karena membawa praktik dakwah keagamaan dengan gaya dan nuansa khas kaum muda. Gerakan dakwah kaum milenial, seperti Gerakan Pemuda Hijrah ini, didorong oleh seorang penceramah muda bernama Hannan Attaki, dengan pusat kegiatan di masjid al-Lathif.<sup>20</sup>

Gerakan dakwah al-Lathif ini mengarahkan pesan-pesan agama kepada kaum muda dengan latar belakang komunitas yang beragam, termasuk geng motor dan musik *underground*. Tokoh-tokoh penting lainnya yang menjadi ikon di kalangan remaja Bandung adalah Evie Efendi dan Hendy Bonny. Keduanya memperlihatkan gaya penampilan yang berbeda dari para penceramah tradisional. Dalam penampilan mereka, mereka menggunakan pakaian seperti jeans, kemeja flanel, dan kupluk. Mereka menyebarkan konten ceramah melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube.

Fenomena gerakan dakwah pemuda hijrah menunjukkan cara yang kreatif dalam merekrut generasi muda untuk lebih taat dalam beragama, dengan

---

<sup>20</sup> Quinton Temby, "Shariah, dakwah, and rock'n'roll: Pemuda Hijrah in Bandung," *New Mandala* 30 (2018): 6.

menggunakan pendekatan komunikasi persuasif. Penelitian telah menunjukkan bahwa melalui strategi komunikasi yang persuasif, materi agama dapat disampaikan dengan baik kepada para pemuda tanpa mengurangi esensi ajaran agama itu sendiri.<sup>21</sup> Bahasa keagamaan digabungkan dengan bahasa sehari-hari kaum muda, seperti penggunaan istilah "*nongkrong bareng ustaz*" untuk menggantikan kata pengajian, "*sharing night*", "*ngabuburit*", dan lainnya. Gerakan ini juga memadukan kegiatan-kegiatan keagamaan dengan aktivitas yang umum dilakukan oleh anak muda, seperti kegiatan di alam terbuka, jalan-jalan, dan lainnya. Semua ini merupakan bentuk kegiatan keagamaan yang disajikan dalam kemasan yang sesuai dengan budaya populer generasi muda.<sup>22</sup>

Fenomena semacam ini bisa dianggap sebagai usaha untuk mengodifikasi agama agar lebih menarik dari segi psikologis dan budaya. Namun, di sisi lain, ini juga bisa diartikan sebagai upaya untuk melawan institusi dan tradisi agama yang mapan dalam masyarakat tradisional. Upaya ini juga melibatkan pandangan ideologis yang berbeda dengan apa yang mereka yakini sebagai pemahaman agama yang benar. Komodifikasi agama dalam konteks ini tampak dalam bagaimana komunitas ini menggunakan teknologi informasi untuk mendukung tujuan dakwah mereka. Di dalamnya terdapat pengolahan visual yang tertentu untuk menarik minat masyarakat, sambil menyuntikkan nilai-nilai keagamaan ke dalam budaya tanpa disadari.<sup>23</sup>

---

<sup>21</sup> Muhammad Fadhli Muttaqien, Rachmat Effendi, dan Asep Ahmad Siddiq, "Efektifitas Pengajian Pemuda Hijrah di Mesjid Al Lathiif dalam Peningkatan Kesadaran Beragama Geng Motor Brigez Kota Bandung," *Prosiding Komunikasi Penyiaran Islam* (2016): 60.

<sup>22</sup> Yogi Muhamad Yusuf et al., "Representasi Busana Muslim Pemuda Hijrah di Channel Youtube Shift Media," *Jurnal Komunikasi Global* 10, no. 2 (2021).

<sup>23</sup> Muhtadi, *Agama, Media & Komodifikasi*, 20.

Dari segi budaya, tidak ada yang salah dalam praktik ini. Namun, dalam jangka panjang, komodifikasi agama dapat menjadi upaya untuk menjadikan agama sebagai komoditas. Ini mengindikasikan transformasi dari nilai-nilai spiritual menjadi nilai tukar dari agama itu sendiri. Aspek kebijakan agama berubah menjadi aspek ekonomi. Agama dinilai bukan hanya karena menghubungkan manusia dengan realitas mutlak, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkuat identitas gerakan dan ekspresi ideologis kelompok tertentu.<sup>24</sup>

Gerakan-gerakan keagamaan baru juga muncul sebagai dampak dari fenomena globalisasi yang melanda berbagai wilayah dunia, termasuk di Indonesia dan daerah-daerah dengan mayoritas pemeluk Islam. Globalisasi diartikan sebagai perluasan pengaruh masyarakat global, di mana peristiwa ekonomi, politik, dan budaya di satu tempat bisa cepat menyebar dan berdampak besar di tempat lain. Fenomena ini didorong oleh kemajuan dalam teknologi komunikasi, transportasi, dan informasi. Globalisasi ini merupakan faktor yang memicu munculnya gerakan-gerakan keagamaan baru di Indonesia, terutama karena ada gerakan serupa yang muncul sebelumnya dan kemudian diadopsi, dimodifikasi, dan diterapkan dalam konteks Indonesia.<sup>25</sup>

Globalisasi juga menjadi penyebab lahirnya gerakan-gerakan keagamaan baru, karena dampaknya pada masyarakat. Dampak globalisasi menciptakan tuntutan persaingan yang mengharuskan masyarakat untuk memiliki kemampuan

---

<sup>24</sup> Vincent Mosco, *The Political Economy of Communication* (London: SAGE Publications Ltd., 2009), 2.

<sup>25</sup> Lihat Jeffrey Kaplan, "New Religious Movement and Globalization," dalam Eugene V. Gallagher & Michael Ashcraft (eds.), *Introduction to New and Alternative Religion in America, Vol. 1—5*, (Westport, Connecticut: Greenwood Press, 2006), 85.

intelektual, modal ekonomi, inovasi teknologi, dan hal-hal lain yang sayangnya tidak bisa dipenuhi oleh mayoritas masyarakat Indonesia. Ini menghasilkan individu-individu yang merasa kalah, terpinggirkan, dan tidak mampu berkompetisi, sehingga mereka melihat dampak negatif globalisasi. Agama pun menjadi tempat untuk mencari hiburan dan memperkuat keyakinan bahwa kehidupan tidak memiliki makna yang substansial karena sifatnya yang sementara dan fana. Perasaan terasing, kekalahan, dan masalah psikologis lainnya dapat dengan mudah dimanfaatkan untuk menyuntikkan ajaran agama dengan orientasi yang memperkuat pandangan negatif tersebut. Hal inilah yang membentuk arah gerakan keagamaan yang baru, yang dalam praktiknya mungkin tidak selaras dengan tradisi keagamaan yang sudah ada, yang sebelumnya belum banyak terpengaruh oleh globalisasi.

Perkembangan kehidupan masa kini membawa banyak fenomena baru yang saling berbaur. Begitu juga dalam aspek kehidupan beragama. Dahulu, kehidupan beragama memiliki ruang tersendiri di tengah masyarakat. Namun, saat ini, kehidupan keagamaan telah tercampur dengan aspek kehidupan lainnya. Melalui media sosial, seseorang dapat belajar agama, dan agama pun bisa menjadi gaya hidup atau sebaliknya, agama dapat membentuk gaya hidup tertentu.<sup>26</sup>

Agama dan praktik-praktik keberagamaan kini menjadi bagian dari budaya perkotaan, yang juga dikenal sebagai budaya populer. Budaya populer merupakan jenis budaya yang berkembang seiring dengan perkembangan industrialisasi,

---

<sup>26</sup> Yasraf Amir Piliang dan Jejen Jaelani, *Teori Budaya Kontemporer: Penjelajahan Tanda dan Makna* (Yogyakarta: Aurora, 2018), 235.

kapitalisme, dan konsumerisme. Budaya populer tumbuh bersamaan dengan perkembangan budaya massa dan media massa. Budaya populer juga berada dalam bingkai ideologi kapitalisme, dan agama pun menjadi bagian dari struktur ideologis semacam ini. Praktik-praktik ritual keagamaan sekarang menjadi bagian dari budaya permukaan yang lebih mengarahkan agama sebagai komoditas dan gaya hidup. Akibatnya, budaya populer mungkin menjadikan agama tergiring ke dalam banalitas.<sup>27</sup>

Hubungan antara agama, praktik-praktik keberagamaan, dan budaya populer sangat relevan dalam konteks perkembangan budaya di era modern. Memang benar bahwa agama dan praktik-praktik keberagamaan telah menjadi bagian penting dari budaya perkotaan dan budaya populer. Namun, penting untuk memahami nuansa dan kompleksitas dari interaksi ini.

Ketika agama dan praktik-praktik keberagamaan menjadi bagian dari budaya populer, terjadi dinamika yang kompleks antara tradisi keagamaan, aspek komersial, dan tren budaya. Di satu sisi, ini bisa membawa keuntungan dalam hal memperluas pengetahuan dan kesadaran tentang berbagai tradisi agama. Namun, di sisi lain, ada risiko bahwa agama dapat dijalankan sebagai bentuk komoditas, di mana elemen-elemen keagamaan dipresentasikan dalam cara yang ditujukan lebih untuk hiburan dan konsumsi daripada refleksi mendalam dan penghayatan spiritual.

Ideologi kapitalisme dan konsumerisme dalam budaya populer bisa mengakibatkan agama menjadi lebih sekuler, lebih dangkal, atau bahkan sering kali

---

<sup>27</sup> Yasraf Amir Piliang, "Fenomena Sufisme di Tengah Masyarakat Posmodern," *Jurnal Al-Huda* 1, no. 2 (2000).



direduksi menjadi bentuk hiburan atau gaya hidup yang memiliki nilai jual. Praktik-praktik ritual keagamaan yang seharusnya memiliki makna mendalam dapat kehilangan substansi dan diarahkan lebih pada tampilan visual yang menarik.

Perlu diingat bahwa efek ini tidak selalu bersifat negatif atau merugikan. Terkadang, popularitas agama dalam budaya populer dapat memicu minat lebih banyak orang terhadap spiritualitas dan menciptakan peluang untuk pendekatan yang lebih inklusif terhadap agama. Namun, juga penting untuk menghindari pemahaman yang dangkal dan klise tentang agama yang dapat mengurangi kedalaman makna dan tujuan sebenarnya dari praktik-praktik keagamaan.

Dalam menghadapi dinamika ini, penting bagi individu dan masyarakat untuk melakukan refleksi kritis terhadap bagaimana agama diintegrasikan dalam budaya populer. Mendorong pendekatan yang lebih kontemplatif dan mendalam terhadap praktik-praktik keagamaan dapat membantu menghindari banalitas dan mempertahankan nilai-nilai spiritual yang mendasari tradisi agama.

Faktor-faktor seperti inilah yang mendorong keinginan penulis untuk mengkaji fenomena tersebut lebih dalam. Pertanyaan apakah fenomena hijrah di masyarakat Cicalengka adalah bentuk gaya hidup atau bukan, atau apakah pengaruh media sosial memainkan peran dalam fenomena ini, menjadi hal menarik untuk diselidiki. Fenomena ini penting karena mencakup berbagai lapisan masyarakat dan sering menjadi isu krusial di Indonesia. Secara spesifik, penelitian akan fokus pada keberagaman di dunia *online*, dengan fokus pada pemuda hijrah di Cicalengka, Kabupaten Bandung.

## **B. Fokus Penelitian**

Persoalan utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah fenomena keberagaman yang terjadi di masyarakat Cicalengka, khususnya yang termanifestasi dalam gerakan Pemuda Hijrah. Gerakan ini merupakan sebuah fenomena keagamaan yang semakin populer belakangan ini. Penelitian ini akan menggunakan dua teori utama, yaitu teori gerakan keagamaan dan teori komodifikasi agama. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai fenomena komodifikasi agama yang terjadi dalam media sosial, serta dampak yang dihasilkan oleh fenomena ini terhadap komunitas pemuda hijrah di Cicalengka. Secara lebih rinci, penelitian ini akan berfokus pada menjawab serangkaian pertanyaan berikut:

1. Bagaimana sejarah pemikiran keagamaan Pemuda Hijrah di Cicalengka?
2. Bagaimana penggunaan media sosial oleh pemuda Hijrah di Cicalengka?
3. Bagaimana bentuk komodifikasi agama yang dilakukan oleh Pemuda Hijrah di Cicalengka?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui, mengkaji dan menganalisis sejarah pemikiran keagamaan Pemuda Hijrah di Cicalengka.

2. Untuk mengetahui, mengkaji dan menganalisis penggunaan media sosial Pemuda Hijrah Cicalengka.
3. Untuk mengetahui, mengkaji dan menganalisis bentuk komodifikasi agama yang dilakukan oleh Pemuda Hijrah Cicalengka.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Teoretis

Penelitian ini akan memperkuat dasar teoretis dalam Prodi Komunikasi Penyiaran Islam secara umum sebagai sebuah disiplin ilmu yang selalu berinteraksi dengan realitas sosial yang dinamis. Ini akan membantu memperluas pemahaman mengenai hubungan antara komunikasi, keagamaan, dan media dalam konteks yang terus berkembang. Penelitian ini akan memberikan sumbangan baru pada wacana studi keislaman dalam konteks kajian media. Ini akan melengkapi perspektif-perspektif yang ada dengan mengeksplorasi bagaimana komunikasi dan media berperan dalam fenomena keagamaan yang berkembang. Penelitian ini akan memperluas bidang studi dan riset yang berkaitan dengan isu-isu keagamaan, komunikasi, dan media. Dengan menyoroti bagaimana gerakan keagamaan seperti Pemuda Hijrah berinteraksi dengan media sosial, penelitian ini menghasilkan pandangan yang lebih kaya tentang dinamika masyarakat dan agama.

## 2. Praktis

Kegunaan praktis dari penelitian ini juga sangat signifikan: 1) Penelitian ini akan memberikan kerangka pemahaman bagi masyarakat umum untuk memahami fenomena dan gerakan keagamaan yang berkembang di kalangan masyarakat pedesaan yang dipengaruhi oleh pola pikir perkotaan. Ini dapat membantu masyarakat mengaitkan pengalaman dan realitas mereka dengan isu-isu yang sedang dibahas. 2) Temuan dari penelitian ini dapat menjadi panduan bagi tokoh-tokoh agama yang terlibat dalam gerakan yang dikaji, membantu mereka dalam menciptakan praktik-praktik keberagamaan yang lebih baik dan relevan dengan dinamika zaman. 3) Penelitian ini akan memberikan wawasan baru bagi masyarakat secara umum tentang bagaimana merespons perkembangan keberagamaan di pedesaan, khususnya terkait dengan Gerakan Pemuda Hijrah. Hal ini dapat membantu masyarakat memahami peran media dalam membentuk persepsi dan praktik keagamaan.

## E. Landasan Pemikiran

Budaya perkotaan, yang juga dikenal sebagai budaya populer, merupakan suatu bentuk kebudayaan yang tumbuh seiring dengan perkembangan industrialisasi, kapitalisme, dan konsumerisme. Budaya populer berkembang sejalan dengan munculnya industri, budaya massa, dan media massa. Budaya populer tidak terlepas dari pengaruh ideologi kapitalisme.<sup>28</sup> Saat ini, agama dan

---

<sup>28</sup> Piliang dan Jaelani, *Teori Budaya Kontemporer: Penjelajahan Tanda dan Makna*, 235.

praktik-praktik keagamaan telah menjadi elemen yang tak terpisahkan dari budaya perkotaan. Budaya perkotaan, yang juga dikenal sebagai budaya populer, adalah jenis kebudayaan yang tumbuh seiring dengan kemajuan industrialisasi, kapitalisme, dan konsumerisme. Budaya populer adalah bentuk kebudayaan yang berkembang seiring dengan pertumbuhan industrialisasi, budaya massa, dan media massa. Ini menjadi bagian yang signifikan dalam ideologi kapitalisme dan tidak dapat dipisahkan dari perkembangan tersebut.

Dalam situasi ini, agama juga terlibat dalam kerangka ideologis semacam ini. Praktik-praktik ritual keagamaan tidak lagi dapat dipisahkan dari budaya permukaan yang cenderung mengkodifikasikan agama dan merubahnya menjadi gaya hidup yang lebih dangkal. Budaya populer mengarahkan agama ke arah yang lebih sekuler, di mana elemen-elemen yang sebelumnya dianggap kurang signifikan dalam praktik keagamaan, seperti penampilan, hiburan, mode berpakaian, dan citra fisik, mendominasi aspek sosial kehidupan umat.<sup>29</sup>

Dengan demikian, agama terkadang mengalami pergeseran dari makna dan substansi inti ke arah penekanan pada aspek-aspek permukaan dalam budaya populer. Hal ini bisa menghasilkan penekanan lebih pada tampilan dan citra yang diperlihatkan kepada dunia luar, daripada pada pemahaman mendalam tentang nilai-nilai agama dan hubungan spiritual. Praktik-praktik keagamaan dalam budaya populer sering kali dapat menjadi ciri identitas atau tren sosial yang sementara. Misalnya, tren berpartisipasi dalam ritual keagamaan tertentu atau mengikuti

---

<sup>29</sup> Paul Virilio, *Speed and Politics, Popular Defense and Ecological Struggles* (New York (New York: Semiotext [e], 1986), 121.

praktik tertentu bisa muncul dan menghilang sesuai dengan tren budaya. Praktik keagamaan yang tadinya mengandung makna mendalam dapat berubah menjadi simbolisme kosong atau bahkan menjadi semacam konsumsi budaya yang bersifat pasar. Sementara budaya populer dapat memberikan aksesibilitas yang lebih besar kepada agama, ini juga bisa mengandung risiko "komodifikasi" agama, di mana agama dijadikan sebagai produk konsumsi yang bisa dipasarkan. Ini bisa mengaburkan atau bahkan merendahkan makna spiritual yang mendasari praktik-praktik keagamaan.

Manusia, masyarakat, dan kebudayaan memiliki hubungan yang dialektis. Ketiga aspek dialektis ini saling menciptakan dan saling menghapuskan satu sama lain. Proses dialektis mendasar ini terdiri dari tiga tahap, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.<sup>30</sup> Ketika seseorang hidup dalam masyarakat, ia secara terus-menerus akan berada dalam keadaan di mana ia mencurahkan eksistensinya ke dalam dunia sekitarnya; proses ini disebut eksternalisasi. Manusia berusaha mengungkapkan dirinya dalam berbagai aktivitas fisik dan mental. Dari interaksi yang terjadi antara kecenderungan untuk melakukan eksternalisasi dan fakta-fakta yang mengelilinginya, terbentuklah idiom budaya yang diadopsinya. Idiom-idiom budaya ini kemudian diwujudkan menjadi objek yang nyata, dalam proses yang disebut objektivasi. Karena adanya pengaruh lingkungan yang memengaruhi, manusia akhirnya melakukan internalisasi untuk menemukan kesamaan yang memungkinkan interaksi yang harmonis di antara sesama manusia. Dengan demikian, melalui tahap eksternalisasi, masyarakat menjadi hasil kreasi manusia;

---

<sup>30</sup> Peter L. Berger, *Langit Suci, Agama sebagai Realitas Sosial* (Jakarta: LP3ES, 1991), 38.

melalui objektivasi, masyarakat bertransformasi menjadi realitas yang memiliki karakteristiknya sendiri. Melalui tahap internalisasi, manusia menjadi produk dari lingkungan masyarakat yang membentuknya.

Agama dalam konteks budaya terlibat dalam hubungan dialektis ini. Ada individu yang memberikan interpretasi baru terhadap sistem nilai suatu masyarakat, kemudian mengungkapkannya melalui penggunaan simbol-simbol budaya yang sudah ada. Perbedaan agama sebagai bagian dari budaya dibandingkan dengan produk budaya lainnya terletak pada dimensi ketransendentalannya. Ketransendentalan diartikan sebagai berada di luar sesuatu,<sup>31</sup> yang dalam konteks ini merujuk pada penciptaan struktur nilai yang melampaui aspek-imanen dan keterikatan dengan hal-hal materi. Keterkaitan yang erat dengan hal-hal materi mengarahkan manusia pada kebuntuan. Kondisi ini mendorong manusia untuk mencari interpretasi baru yang meningkatkan kualitas hidupnya, yakni interpretasi yang bersifat transendental, yang kita kenal sebagai agama. Interpretasi semacam itu sering kali menghasilkan nilai-nilai yang menggambarkan dunia di luar realitas sehari-hari, dan nilai-nilai ini menjadi sumber harapan untuk mencapai harmoni. Banyak kegiatan dilakukan berdasarkan pada nilai-nilai ini, dan aktivitas-aktivitas yang berlandaskan pada nilai-nilai ini disebut ritual.<sup>32</sup>

Dengan demikian, agama muncul sebagai hasil dari proses objektivasi tertentu yang memiliki dimensi transendental. Prinsip serupa berlaku ketika suatu agama diperkenalkan kepada masyarakat yang berbeda dari masyarakat awal

---

<sup>31</sup> Van Peursen, *Strategi Kebudayaan*, trans. Dick Hartoko (Yogyakarta: Kanisius, 1988), 57.

<sup>32</sup> Dadang Kahmad, *Sosiologi Agama, Potret Agama dalam Dinamika Konflik, Pluralisme dan Modernitas* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), 79.

tempat agama tersebut muncul. Agama akan mengalami adaptasi dengan kebudayaan yang sudah ada di masyarakat tersebut. Terjadi kompromi nilai atau simbol antara agama yang baru datang dan kebudayaan asli, yang pada akhirnya membentuk bentuk baru yang berbeda dari agama dan budaya asal.

Fenomena semacam ini tentu saja membutuhkan berbagai perspektif untuk dipahami dengan baik. Terutama penting untuk memahami motif-motif dasar yang mendasari fenomena atau gerakan keagamaan ini, tujuan akhir dari fenomena tersebut, serta dampaknya pada komunitas beragama yang terlibat. Meskipun begitu, fenomena semacam ini adalah bagian alamiah dari perkembangan sejarah agama yang tercermin dalam aksi-aksi sosial yang terus berubah sejalan dengan perubahan zaman. Oleh karena itu, ketika fenomena semacam ini muncul, usaha untuk memahaminya secara menyeluruh dapat membantu dalam menghadapi perubahan yang diperlukan, terutama ketika fenomena semacam ini memiliki dampak khusus—baik positif maupun negatif—terhadap komunitas beragama itu sendiri.

Teknologi media baru seperti internet tidak hanya menyediakan sumber simbol-simbol religius bagi penggunanya, tetapi juga memberikan ruang publik untuk mengungkapkan dan mengartikulasikan makna-makna religius yang telah mereka ciptakan, serta yang sedang mereka ciptakan, di luar interaksi dengan sumber daya budaya lainnya. Hadden dan Cowan telah mengidentifikasi dua penggunaan internet dalam konteks tujuan religius, yang terbagi menjadi klasifikasi *website* yang berfokus pada aspek religius dan spiritual dalam *online religion* dan



*religion online*. Caputo menggambarkan kehadiran dunia siber dalam kehidupan manusia.<sup>33</sup>

Gerakan Pemuda Hijrah, yang menjadi fokus penelitian ini, merupakan salah satu dari banyak gerakan keagamaan. Meskipun tidak sepenuhnya dapat dikategorikan sebagai gerakan keagamaan baru, gerakan ini memiliki keunikan karena menggabungkan elemen kultural modern, karakteristik generasi milenial masyarakat perkotaan, dengan ajaran-ajaran Islam yang bersifat puritan. Dalam bidang studi agama (*religious studies*), fenomena seperti gerakan keagamaan semacam ini dapat melibatkan berbagai teori dari berbagai disiplin ilmu, seperti Sosiologi, Psikologi, *Cultural Studies*, dan lainnya. Meskipun demikian, untuk menghasilkan pemahaman yang lebih kaya terhadap nilai-nilai intrinsik dan ekstrinsik dari fenomena ini, penelitian ini akan mengadopsi teori-teori dari bidang sosiologi. Analisis sosiologis dalam penelitian ini menggunakan teori konstruksi sosial. Melalui pendekatan teori konstruksi sosial ini, diharapkan peneliti dapat menggali lebih dalam tentang bagaimana anggota dan pelaku Gerakan Pemuda Hijrah memaknai serta menerapkan gerakan tersebut.

Dalam konteks generasi milenial, perkembangan teknologi informasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap karakteristik mereka. Salah satu dampaknya adalah adanya dorongan kuat untuk menginginkan hasil yang cepat dalam segala hal. Dorongan ini mendorong generasi milenial untuk bekerja sesuai dengan kemampuan mereka dengan harapan mendapatkan hasil dengan cepat pula.

---

<sup>33</sup> Ibrahim dan Akhmad, *Komunikasi dan Komodifikasi*, 123.

Sifat ini cenderung membuat mereka tampak memiliki perubahan minat yang cepat.<sup>34</sup>

Masyarakat saat ini hidup dalam era informasi yang melimpah, dengan akses mudah dan cepat untuk mengambil dan menyebarkan informasi. Hal ini telah membentuk pola pikir yang menginginkan hasil instan. Akibatnya, banyak berita yang mudah tersebar, bahkan sering kali dimanipulasi kebenarannya dalam proses penyebarannya. Meskipun masih ada individu yang menghargai proses, kritisnya pemikiran sering kali tertutup oleh hasrat mendapatkan hasil secara cepat demi mencapai tujuan tertentu. Kematangan berpikir untuk mempertimbangkan dengan cermat hal-hal baru masih kurang berkembang.

Fenomena digitalisasi telah mengubah fundamental cara kita berkomunikasi, berinteraksi, dan berbagi informasi. Peningkatan konektivitas melalui teknologi seperti internet, media sosial, dan perangkat mobile telah membawa dampak besar pada bagaimana individu berpartisipasi dalam proses berita dan berbagi informasi. Sebelum era digital, orang biasanya menjadi penerima pasif informasi dari sumber-sumber berita utama seperti surat kabar, radio, dan televisi. Namun, dengan hadirnya platform-platform digital, individu kini memiliki peran yang lebih aktif dalam mengonsumsi, memproses, dan menyebarkan informasi. Mereka tidak hanya menjadi penonton, tetapi juga menjadi kontributor aktif dalam menciptakan konten dan berbagi pandangan mereka.

---

<sup>34</sup> Burhan Bungin, *Konstruksi Sosial Media Massa : Kekuatan Pengaruh Media massa, Iklan televisi, dan Keputusan Konsumen Serta Kritik Terhadap Peter L Berger & Thomas Luckman* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2002), 9.

Fenomena ini mencerminkan adanya perubahan paradigma dalam bagaimana informasi disebarluaskan. Sekarang, informasi dapat dengan cepat dan mudah diakses oleh siapa saja dengan akses internet, dan ini memungkinkan individu untuk menjadi "penerbit" informasi dalam skala yang lebih besar daripada sebelumnya. Media sosial memainkan peran penting dalam memfasilitasi proses ini, di mana setiap orang dapat berbagi pemikiran, pandangan, dan berita dengan hanya beberapa ketukan pada layar ponsel mereka.<sup>35</sup>

Salah satu teori yang digunakan oleh penulis adalah konsep komodifikasi agama, yang merupakan konstruksi historis dan kultural yang kompleks. Meskipun demikian, ciri komersialisasinya sangat nyata. Simbol-simbol agama direproduksi dalam konteks budaya tertentu dan kemudian membutuhkan kerangka kultural untuk memperkuat signifikansi simbolik dan sosio-ekonomi mereka. Proses komodifikasi adalah hasil dari integrasi agama ke dalam saluran ekonomi pasar lokal-global dan dalam konteks ledakan agama yang bersifat postmodern. Komodifikasi tidak bertujuan untuk menghasilkan bentuk atau gerakan agama yang bertentangan dengan keyakinan dan praktik agama yang sudah ada sebelumnya. Namun, melalui komodifikasi, agama ditempatkan sebagai barang yang dapat dikonsumsi dalam masyarakat, di mana dimensi spiritual agama diubah menjadi komoditas yang bisa diperdagangkan.<sup>36</sup>

Dalam konteks praktis, komodifikasi agama merujuk pada pergeseran nilai agama dari perannya sebagai panduan hidup dan sumber nilai-nilai normatif

---

<sup>35</sup> Yuval Noah Harari, *Homo Deus: Masa Depan Umat Manusia* (Jakarta: Pustaka Alvabet, 2018), 444.

<sup>36</sup> Pattana Kitiarsa, *Religious Commodification in Asia: Marketing Gods*. (London: Routledge, 2008), 2.

berdasarkan keyakinan akan keberadaan Tuhan, menjadi suatu bentuk nilai tukar yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan manusia terhadap agama. Proses komodifikasi ini terjadi lebih mudah dalam situasi di mana agama telah menjadi hal yang bersifat pribadi, di mana tiap individu memiliki otoritas untuk menentukan sendiri bagaimana ia ingin menjalani praktik keagamaannya. Dalam situasi komodifikasi agama, nilai-nilai spiritual sering kali diabaikan atau diredam oleh nilai-nilai pasar. Agama bisa menjadi komoditas yang dijual dan dibeli sebagaimana barang atau jasa lainnya, yang dapat diubah, dimodifikasi, dan dikemas sesuai dengan preferensi dan permintaan konsumen. Dalam kasus ini, nilai-nilai agama cenderung terfragmentasi dan mengalami kemerosotan dalam upaya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan individual yang bersifat material atau permukaan.

Perubahan ini bisa dilihat dalam praktik keagamaan yang lebih menonjolkan aspek-aspek seremonial atau ritualistik, tanpa perhatian yang mendalam terhadap aspek-aspek etika, moralitas, dan transformasi spiritual yang mendasar. Ini bisa mengaburkan arti sejati dari agama dan menggeser perhatian dari nilai-nilai inti agama kepada tampilan luar dan pencapaian personal yang nyata. Oleh karena itu, penting untuk mempertahankan pemahaman yang mendalam tentang esensi agama, bahkan dalam lingkungan budaya populer yang cenderung mengarah pada komodifikasi. Kesadaran akan bahaya komodifikasi dapat membantu menjaga integritas nilai-nilai agama dan menghindari pergeseran makna yang tidak diinginkan dalam praktik-praktik keagamaan.

Penting untuk diakui bahwa agama memiliki dimensi seremonial dan ritualistik yang penting dalam menghubungkan komunitas, menghormati tradisi, dan menyediakan wadah untuk berkomunikasi dengan yang transenden. Namun, mengabaikan aspek-aspek etika, moralitas, dan transformasi spiritual dapat mereduksi nilai dan esensi sejati agama itu sendiri.<sup>37</sup>



---

<sup>37</sup> Deden Nurfaizal dan Bambang Qomaruzzaman, “Pengalaman Keberagamaan Jamaah Majelis Tato Di Kota Bandung,” *Jurnal Iman dan Spiritualitas* 1, no. 3 (2021): 219–233.